LEA TAJIĆ

MEDIJSKA PISMENOST U BOSNI I HERCEGOVINI

Internews
Local voices. Global change.

Sarajevo, 2013. godine

Naslov: MEDIJSKA PISMENOST U BOSNI I HERCEGOVINI

Izdavač: INTERNEWS U BOSNI I HERCEGOVINI, Hamdije Kreševljakovića 50, 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina, www.internews.ba

Za izdavača: Sue Folger

Autorica: Lea TAJIĆ

Recenzentice: Zala VOLČIČ i Lejla TURČILO

Tehničke korekcije: Meliha BAJROVIĆ

Dizajn: Dalida KARIĆ-HADŽIAHMETOVIĆ

Prijelom: Amir GUTOŠIĆ

Štampa: DOBRA KNJIGA, Sarajevo

Tiraž: 500 primjeraka

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

316.774:37(497.6)

TAJIĆ, Lea
Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini / Lea Tajić. - Sarajevo : Internews u Bosni i Hercegovini, 2013. - 123 str. : graf. prikazi ; 23 cm

Bibliografija: str 113-123 ; bibliografske i druge bilješke uz tekst.

ISBN 978-9958-9294-4-1

COBISS.BH-ID 20618758

Objavljivanje ove knjige omogućeno je kroz finansijsku podršku programa Projekt podrške nezavisnim medijima u BiH (SIM), koji implementira Internews u Bosni i Hercegovini, a finasira Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID).
Stavovi i mišljenja izneseni u knjizi su stavovi autorice i ne moraju nužno odražavati stavove Internews-a u BiH, USAID-a ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.

PREDGOVOR

Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini pripada kategoriji pionirskih istraživačkih napora u BiH, koji na sistematičan način traže odgovore na pitanja: šta je medijska pismenost danas uopće i u Bosni i Hrecegovini, te kako unaprijediti nivo medijske pismenosti građana i građanki naše zemlje. Autorica analizira trenutno stanje medijske pismenosti u BiH, te razmatra razvojne potencijale u skladu s definicijama i parametrima razvoja ove oblasti na nivou Evropske unije, gdje se medijska pismenost zagovara kao jedan od osnovnih mehanizama „aktivnog građanskog sudjelovanja u društvenim procesima". Objavljivanjem ove knjige Internews u BiH nastavlja izdavačku djelatnost koja ima za cilj podržati razvoj, u BiH za sad nedovoljno zastupljenih naučnih oblasti, kakve su medijsko pravo i medijska pismenost, kao i podržati razvoj istraživačkih kapaciteta u našoj zemlji.

Iako je, po prirodi stvari, medijska pismenost možda više pitanje obrazovnog sistema, nego što je pitanje medijske zajednice i industrije, koji su primarna ciljna grupa Internews-ovog interesovanja i aktivnosti u Projektu podrške nezavisnim medijima u BiH, neosporan je značaj medijskog opismenjavanja publike, dakle društva u cjelosti, za podizanje nivoa kvalitete medijskih sadržaja. Ova činjenica je uporište za napore koje Internews ulaže u razvoj medijske pismenosti u našoj zemlji.

Iza publiciranja ovog istraživanja leži nada da će ono otvoriti širu raspravu o značaju medijske pismenosti za razvoj kako medija tako i društva, kao i podstaknuti akademsku zajednicu, kreatore obrazovnih ali i medijskih politika, te medijsku zajednicu, na veći angažman u razvoju medijske pismenosti. Knjiga će prvenstveno biti korisna studentima i studenticama društvenih nauka, ali nesumnjivo, ima potencijal da ponudi novo znanje i razumijevanje medijske pismenosti u kontekstu Bosne i Hercegovine za sve zainteresirane, kao i da inspirira dalja istraživanja.

Vanja Ibrahimbegović Tihak, Internews u BiH

SADRŽAJ

1. UVOD 16
2. SAVREMENI KONCEPTI MEDIJSKE PISMENOSTI 19
2.1. Rani vizionari i najznačajnije definicije medijske pismenosti u Sjedinjenim Američkim Državama 21
2.2. Aktivnosti i značajni dokumenti UNESCO-a u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti 23
2.3. Aktivnosti i značajni dokumenti Vijeća Evrope u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti 27
2.4. Aktivnosti i značajni dokumenti Evropske unije u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti 33
2.5. Značaj medijske pismenosti u savremenom društvu 40
2.5.1. Medijska pismenost kao instrument za zaštitu djece i maloljetnika 40
2.5.2. Medijska pismenost kao instrument za zaštitu medijskih konzumenata 41
2.5.3. Medijska pismenost kao preduvjet za građansku participaciju 42
2.5.4. Medijska pismenost kao instrument za premošćivanje digitalnog jaza 44
2.6. Najznačajniji akteri u oblasti unapređenja medijske pismenosti 44
2.7. Rezime poglavlja 47

3. MEDIJSKA PISMENOST U BOSNI I HERCEGOVINI 49
3.1. Pojam i koncept medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini 51
3.2. Analiza faktora okruženja koji imaju utjecaj na razvoj medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini 51
3.2.1. Medijski odgoj 55
3.2.2. Zastupljenost medijske pismenosti u medijskoj politici 64
3.2.3. Zastupljenost medijske pismenosti u aktivnostima medijske industrije 73
3.2.4. Zastupljenost medijske pismenosti u aktivnostima nevladinih organizacija 79
3.2.5. Dostupnost medija u Bosni i Hercegovini 84
3.3. Rezime poglavlja 93
4. KAKO UNAPRIJEDITI MEDIJSKU PISMENOST U BOSNI I HERCEGOVINI? 97
4.1. Iskustva zemalja u regiji u oblasti unapređenja medijske pismenosti 99
4.2. Akteri u oblasti unapređenja medijske pismenosti 102
4.3. Prijedlog mjera za unapređenje medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini 104
4.4. Rezime poglavlja 105

5. SAŽETAK NA ENGLESKOM JEZIKU 107

6. O AUTORICI 111

7. BIBLIOGRAFIJA 112

8. SKRAĆENICE 120

9. POPIS TABELA I SLIKA 121

RECENZIJE

DVADESET MJERA ZA UNAPRJEĐENJE MEDIJSKE PISMENOSTI U BOSNI I HERCEGOVINI

Doc.dr. Lejla Turčilo

Knjiga „Medijska pismenost u BiH" autorice Lee Tajić nastala je kao rezultat istraživanja za potrebe pisanja magistarskog rada, odbranjenog na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu u novembru 2012. godine, pod mentorstvom prof. dr. Jelenke Voćkić Avdagić.

U četiri poglavlja, koja su kombinirala teorijske stavove recentnih i eminentnih autora sa empirijskim istraživanjem autorice, dat je izuzetan pregled stanja medijske pismenosti u svijetu i u Bosni i Hercegovini. Ova komparativna teorijsko-empirijska analiza od izuzetne je važnosti za razumijevanje fenomena medijske pismenosti, posebno u bosanskohercegovačkom kontekstu, gdje se ovom pojmu vrlo često pristupa povšno i bez suštinskog razumijevanja njegova temeljnog značenja. Autorica polazi od stava da je, upravo zbog brojnih i raznolikih informacija koje dobivamo iz najrazličitijih izvora putem dostupnih informacijsko-komunikacijskih tehnologija, od ključne važnosti razviti sposobnost pojedinca da pristupi medijskim sadržajima svih vrsta, da ih na adekvatan način razumije i procijeni, te da ostvari komunikaciju, a što je zapravo suštinski zadatak medijske pismenosti. Cijelim svojim istraživačkim naporom pretočenim u ovaj rad/knjigu autorica zagovara tri ključne teze:

- Medijska je pismenost nužna pretpostavka za ostvarenje komunikacijskih prava građana i funkcionisanje demokratskog društva.

- Okruženje/društvo u Bosni i Hercegovini ne djeluje ohrabrujuće, niti nudi uvjete za razvoj medijske pismenosti.

- Ključno za razvoj medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini je njeno uključivanje u zakonodavstvo i medijsku regulaciju, obrazovni sistem i aktivnosti nevladinog sektora i medijske industrije.

Ove su teze poslužile autorici kao polazište za istraživanje o tome kako je medijska pismenost definirana i „usistemljena" kao koncept u dokumentima, pravilima i praksi evropskih institucija i organizacija, te kako ju se ne/shvata u Bosni i Hercegovini. Autorica prihvata definiciju Evropske komisije iz 2007. godine kojom se medijska pismenost definira kao „sposobnost pristupa medijima, razumijevanja i kritičke evaluacije različitih aspekata medija i medijskih sadržaja i ostvarivanja komunikacije u raznovrsnim kontekstima". Upravo ovaj pristup

medijskoj pismenosti čini istraživanje autorice Tajić specifičnim u bh. kontekstu, jer proširuje način na koji se medijska pismenost općenito razumijeva, a koji obično polazi od (ali i završava na) razumijevanja medijske pismenosti kao kritičke procjene informacija posredovanih medijima. Lea Tajić ukazuje na dva trenda u razvoju medijske pismenosti: pomjeranje težišta sa aspekta zaštite medijskih konzumenata na aspekt aktivnog odnosa i učešća u komunikaciji i pomjeranje težišta sa tradicionalnih medija (štampa, radio i televizija) na online medije i nove informacijsko-komunikacijske tehnologije. U tom širem značenju, autorica medijsku pismenost smatra ne samo instrumentom za zaštitu djece i maloljetnika (ali i medijskih konzuemnata općenito), nego i preduslovom za građansku participaciju i instrumentom za prevazilaženje digitalnog jaza.

Ovako definirana medijska pismenost, smatra autorica Tajić, nedovoljno je razvijena u Bosni i Hercegovini, a faktori okruženja neophodni za njen razvoj (medijski odgoj, medijska politika, aktivnosti nevladinog sektora i medijske industrije, te opća dostupnost medija za građane Bosne i Hercegovine) nisu na zadovoljavajućem nivou. To se, prije svega, odnosi na činjenicu da prisustvo odgoja za medije u bosanskohercegovačkom medijskom sistemu nije zadovoljavajuće ni u kvalitativnom, ni u kvantitativnom pogledu. Koncept medijskog odgoja, smatra autorica, fokusiran je na tradicionalne medije i ne prati aktuelni razvoj medija i informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Autorica smatra kako je potrebno učiniti mnogo više na edukaciji nastavnika i na razvoju didaktičkih materijala za medijski odgoj. Ono što ohrabruje, kada je riječ o uvjetima okruženja koje analizira Lea Tajić, jeste činjenica da postoji desetak nevladinih organizacija koje su aktivne u oblasti medijske pismenosti, kroz organizovanje različitih edukativnih seminara, radionica, konferencija i sl., a težište njihove aktivnosti je na kritičkoj analizi i evaluaciji medijskih sadržaja.

Najznačajnije poglavlje svakako je ono u kojem se autorica pita kako unaprijediti medijsku pismenost u Bosni i Hercegovini. Na osnovu evropske prakse, Lea Tajić sugerira bolju saradnju države, medijske industrije i nevladinog sektora. Ono što je suštinski važno u tom kontekstu je razvoj strategije, koja bi garantovala sistematičan pristup i kontinuirane i koordinirane aktivnosti. Poseban doprinos ove knjige/istraživanja je prijedlog dvadeset mjera za unaprjeđenje medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini, kojima autorica, zapravo, sumira svoje istraživanje i sugerira kako na odgovarajući način naučiti građane ne samo da se zaštite od negativnih medijskih utjecaja, nego i postanu „aktivni proizvođači medijskih sadržaja".

Knjiga „Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini" (odnosno magistarski rad na osnovu kojeg je ona nastala) je doista pionirski pokušaj akademskog i naučno zasnovanog bavljenja fenomenom medijske pismenosti i prvo metodološki

utemeljeno istraživanje o stanju medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini. Ali, ona je i više od toga. Ona zagovara novi, suvremeni i razvojni pristup medijskom obrazovanju, ali i daje dozu optimizma kada je o tom razvoju riječ, prepoznajući (unatoč izuzetno niskom nivou razvoja medijske pismenosti u BiH) određene aktere u bh. društvu koji ga mogu „iznijeti".

Knjiga će, sasvim sigurno, naći svoje mjesto na policama univerzitetskih biblioteka, ali će je, nesumnjivo, osim studenata novinarstva i komunikologije (kojima može poslužiti i kao poticaj za dalja istraživanja o ovoj temi), čitati i akteri civilnog društva, novinari i donositelji medijskih i obrazovnih strategija i politika. Za nadati se da će im svima knjiga dati neophodna predznanja za dublje i ozbiljnije bavljenje fenomenom medijske pismenosti.

U nedostatku domaćih naslova i autora iz domena medijske analitike, ova je knjiga izvanredan doprinos komunikološkim istraživanjima (iako autorica nije imala ranije formalno obrazovanje iz područja komunikologije). Ona je i odličan primjer studentima/istraživačima kako raditi metodološki utemeljena, stručna i za društvenu zajednicu korisna istraživanja.

Stoga knjigu „Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini" sa zadovoljstvom preporučujem za štampanje, izdavaču čestitam na interesu za ovu temu, a autoricu ohrabrujem da ne posustane u daljim istraživanjima.

Sarajevo, 10.12. 2012.

NOVE MOGUĆNOSTI MEDIJSKE PISMENOSTI

Zala Volčič

Osjećanje u bivšim jugoslavenskim republikama obojeno je prevashodno osjećajem ključnih historijskih promjena, a u toj regiji raste i akademski interes za pojmove medija, građanstva i obrazovanja u dobu globalizacije i to posebno u postsocijalističkom i postratnom kontekstu i u kontekstu pridruživanja Evropskoj uniji. Preokreti, pomjeranja, restrukturiranje, dramatične ekonomske i historijske promjene vodeći su diskursi u regiji. U svemu tome, knjiga Lee Tajić umnogome doprinosi našem razumijevanju medijske pismenosti u regiji, a posebno u Bosni i Hercegovini (BiH). Generalno, snaga njenog djela leži u detaljnoj analizi medijske pismenosti, u njenim jačim i slabijim stranama, dok je smješta u širi politički, ekonomski i historijski kontekst i posvećuje pažnju specifičnim faktorima koji utječu na nivoe medijskog obrazovanja u BiH. Važno je reći i da Tajićeva donosi konkretne preporuke i korisne prijedloge o tome kako se izdići iznad pukog očaja u koji su današnji mediji zapali. Njen rad se odnosi na nestabilan teren pitanja kako podučavati nekoga medijskoj pismenosti i omogućava nam uvid u ulog koji je potreban za razumijevanje situacije na tom terenu. Šta se dešava kada su granice između medija, novih medija, kulture, robe i novih identiteta nejasne? Čemu treba podučavati ljude i šta nam naši kapaciteti dopuštaju da uložimo kako bismo definirali medijsku pismenost? Da li bi prilikom analiziranja trebalo pratiti nacionalne pristupe ili bi trebalo usvojiti transnacionalni pristup? Šta nam medijska pismenost govori o različitim vrstama subjektiviteta koji izrastaju iz postsocijalističkog, postratnog i neoliberalističkog konteksta?

Tako djelo Lee Tajić zadire duboko u analizu medijske pismenosti, ali i u nove mogućnosti koje medijska pismenost može otvoriti u okviru obrazovanja – usredsređujući se pritom kako na lični tako i na društveni nivo. Ona piše da se medijska pismenost definira kao proces podučavanja o medijima kroz medije. Ako medijska pismenost pokuša oformiti i razviti kritičko mišljenje i aktivno učešće u učionicama, onda ona predstavlja još veći poduhvat koji uključuje ne samo učenike u učionicama već i roditelje, nastavnike i, jednom riječju, opću javnost.

Rad Lee Tajić ima četiri osnovna dijela koji joj otvaraju mogućnost da razvije osnovni argument: medijska pismenost ostaje ključno sredstvo za podučavanje o vještinama i kritičkom mišljenju o medijima i o svijetu uopće. Gdje bi se drugdje moglo pristupiti pitanjima kao što su, naprimjer, rodna neravnopravnost, klasno ugnjetavanje, politički pritisci, konstruiranje stvarnosti, etničke podjele, uloga religije... ako ne u učionici, dok se uči o medijima, s medijima?

U uvodu ona obazrivo postavlja kontekst svog rada. Drugi dio posvećen je savremenim definicijama medijske pismenosti – to je neka vrsta dokumenta sličnog dokumentu o praktičnoj politici gdje Tajićeva daje prikaz izrastanja medijske pismenosti u SAD-u i u Evropi; ukazuje na značaj UNESCO-a, Vijeća Evrope i Evropske komisije u pružanju podrške medijskoj pismenosti; i savremeno, ali ipak raznoliko razumijevanje medijske pismenosti (počev od kritičkog razumijevanja medijske pismenosti do konzumerističkog pristupa tom polju).

Treći dio predstavlja dušu rada: sastoji se od opisa medijske situacije u BiH, položaja medijske pismenosti i analizira situaciju na samom mjestu dešavanja: i na državnom i na lokalnom nivou (sažimajući pritom medijsko obrazovanje, medijske politike, medijsku industriju, civilni sektor i pristup). Središnji dio čini njeno istraživanje o lokalnim praksama, procesima i tokovima kroz duboko zalaženje u različite tekstove i, što je još važnije, kroz anketu nastavnika medijske pismenosti u osnovnim i profesora u srednjim školama. Upravo u ovome leži originalnost njenog djela, jer Lea Tajić donosi inovativne zaključke (o dostupnosti materijala za podučavanje medijske pismenosti, problemima s kojima se predavači susreću itd.). Pored toga, ovo poglavlje se bavi regulatornim okvirima i drugim medijskim prostorima koji mogu podržavati medijsku pismenost, kao što su filmski festivali i nevladine organizacije. Poglavlje se zaključuje dodatnim istraživanjem medijske sfere u BiH i kontekstualiziranjem rezultata.

Završni dio pažnju posvećuje situaciji u susjednim zemljama i pokušava donijeti lekcije naučene na primjeru Slovenije, Hrvatske, Mađarske itd., razmatrajući kako se s medijskom pismenošću može nastaviti na najkonstruktivniji mogući način.
Rad Lee Tajić predstavlja veliki korak ka mapiranju projekta medijske pismenosti u BiH i kroji nove načine razmišljanja o ulozi obrazovanja o medijima i s medijima u kontekstu medijske komercijalizacije i privatizacije. Kao najvažnije, dok usvaja komunikaciju iz pristupa koji slijedi, Lea Tajić povezuje "globalno" s "lokalnim" – time što prelazi ovu granicu. Pružajući uvid sa "samog mjesta dešavanja", ona poziva na univerzalistički pristup koji čvrsto stoji pri tome da medijska pismenost ima veliki značaj!

1. UVOD

U doba ubrzanog razvoja medija i informacionih i komunikacionih tehnologija[1] pismenost kao sposobnost čitanja i razumijevanja znakova i ostvarivanja komunikacije mnogo je više od pukog alfabetizma. Početkom 21. stoljeća u razvijenim zemljama mediji čine neizostavan dio svakodnevnog funkcionisanja pojedinca i društva u cjelini. Gotovo svakodnevno nova tehnološka dostignuća omogućavaju i nove vidove komunikacije, a time i učenja, poslovanja i učešća u demokratskim procesima u društvu. Koristeći medije, građani ne predstavljaju isključivo primaoce poruka već „koproducente društvene stvarnosti" (Bauer, 2006:47).

U 2011. godini dva događaja su nas podsjetila kako je McLuhanova teza *medij je poruka* (1964:17) danas možda aktuelnija neko ikada: Arapsko proljeće[2] u Sjeverozapadnoj Africi, te smrt Stevea Jobsa[3]. Uloga informacionih i komunikacionih tehnologija pri organizovanju protesta, te u svrhu pružanja necenzurisanih informacija sa lica mjesta za vrijeme demonstracija u Egiptu i Tunisu pokazala je značaj sposobnosti korištenja informacionih i komunikacionih tehnologija za informisanje građana i njihovo učešće u društvenim procesima. U isto vrijeme postali smo svjesni da je neophodno da primatelji medijske poruke znaju kritički interpretirati tu poruku, uzimajući u obzir brojne faktore, kao što su kontekst u kojem je poruka nastala, vjerodostojnost izvora, stav autora prema informaciji koju prosljeđuje itd. S druge strane, medijska pažnja i reakcije na smrt Stevea Jobsa[4], izumitelja brojnih uređaja bez kojih je današnja svakodnevnica urbanog stanovništva u razvijenim zemljama gotovo nezamisliva, pokazala je do koje

[1] Pojam informacionih i komunikacionih tehnologija (IKT) odnosi se na tehnologije koje omogućavaju pristup informacijama putem telekomunikacija, a koje uključuju internet, radio, televiziju, mobilne telefone, kompjutere, mrežni hardver i softver, satelitske sisteme kao i brojne usluge i aplikacije koje su povezane s njima.

[2] Pojam Arapsko proljeće odnosi se na talas protesta koji su počeli u Tunisu 18. decembra 2010. i proširili se 2011. godine na Sjevernu Afriku i Bliski Istok. Posebnu ulogu pri organizaciji protesta imale su društvene mreže kao što su Facebook i Twitter.

[3] Steven Paul Jobs (1955–2011) poznat je kao suosnivač firme „Apple Computer". Smatra se jednim od pionira i najutjecajnijih ljudi u svijetu industrije informacionih tehnologija. Pripisuje mu se razvoj brojnih novih tehnologija i uređaja kao što su iMac, iTunes, iPod i iPad.

[4] Smrt Stevea Jobsa privukla je iznimnu pažnju svjetskih medija koji su ga veličali kao „oca Digitalne revolucije" ili „majstora inovacija", te je izazvala reakcije obožavatelja širom svijeta. Vidi: *Steve Jobs: World media react to his death,* <**http://www.bbc.co.uk/blogs/seealso/2011/10/steve_jobs_us_media_react_to_h.html**> (pristup stranici ostvaren 10. 6. 2012), i *Death, Steve Jobs and Social Media*, <**http://www.huffingtonpost.com/francine-hardaway/death-steve-jobs-and-soci_b_1001405.html**> (pristup stranici ostvaren 10. 6. 2012).

mjere smo sjedinjeni s tehnologijom koja jednostavnošću korištenja privlači sve generacije. Primjeri najmlađih koji u predškolskom uzrastu uz pomoć tehničkih pomagala uče o bojama, zvukovima, životinjama i sl., preko školaraca koji su bilježnice zamijenili tehničkim uređajima i kao izvor znanja više ne koriste isključivo učionice i knjige, do seniora koji s lakoćom ostvaruju komunikaciju, kupuju i posluju na internetu pokazuju na koji način je razvoj tehnologije promijenio i način življenja i učenja, poslovanja i ostvarivanja građanskih prava.

Sve brži razvoj medija i informacionih i komunikacionih tehnologija i njihova sve veća prisutnost i značaj u svakodnevnom životu djece i odraslih sa sobom donose i potrebu za razvojem posebne vrste pismenosti medijske pismenosti. Iako se tumačenja pojma i koncepta medijske pismenosti razlikuju u zavisnosti od društva i konteksta u kojem se koriste, medijska pismenost se najčešće definiše kao „sposobnost pristupa medijima, razumijevanja i kritičke evaluacije različitih aspekata medija i medijskih sadržaja i ostvarivanja komunikacije u raznovrsnim kontekstima" (Evropska komisija, 2007a). Dakle, medijska pismenost je sposobnost pojedinca da pristupi i na adekvatan način razumije i procijeni brojne i raznovrsne medijske sadržaje koji mu se pružaju, te da ostvari komunikaciju. Medijska pismenost smatra se jednom od ključnih kompetencija potrebnih za razvoj pojedinca, te najboljim mehanizmom zaštite od medijske manipulacije. U savremenom društvu, koje je obilježeno enormnim utjecajem kako klasičnih tako i novih medija, medijska pismenost smatra se i nužnim preduvjetom za učešće građana u demokratskim procesima.

Upravo iz ovog razloga države su obavezne da kontinuirano rade na unapređenju medijske pismenosti građana. Angažman države ogleda se prije svega u unapređenju ambijentalnih uvjeta potrebnih za razvoj medijske pismenosti, a u koje se ubrajaju medijski odgoj, zastupljenost medijske pismenosti u medijskoj politici, aktivnosti medijske industrije i nevladinih organizacija te dostupnost medija. Medijska pismenost je tako posljednjih godina postala neizostavan dio medijske politike i medijske regulacije u Evropskoj uniji[5].

Cilj ove publikacije je da čitateljima pojasni savremeni koncept medijske pismenosti, te ponudi analizu stanja faktora koji utječu na nivo medijske pismenosti građana Bosne i Hercegovine. Prvi dio publikacije pod nazivom *Savremeni koncept medijske pismenosti* pojašnjava savremeno tumačenje pojma i koncepta medijske pismenosti na osnovu analize najznačajnijih dokumenata i aktivnosti Evropske unije, Vijeća Evrope, UNESCO-a. Drugi dio publikacije

[5] U ovom kontekstu poseban značaj ima odredba Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama koja od 2011. godine propisuje izvještavanje o stanju medijske pismenosti u zemljama članicama.

Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini sadrži analizu ambijentalnih uvjeta koji utječu na razvoj medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini, a koju čine medijski odgoj, zastupljenost medijske pismenosti u medijskoj politici, aktivnostima medijske industrije i nevladinih organizacija, te dostupnost medija. Treći dio publikacije pokušava odgovoriti na pitanje *Kako unaprijediti medijsku pismenost u Bosni i Hercegovini*, te sadrži preporuke za unapređenje medijske pismenosti građana Bosne i Hercegovine.

2

SAVREMENI KONCEPTI MEDIJSKE PISMENOSTI

Dinamičan i ubrzan razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija, medijskog okruženja i medijskih navika čine i sam koncept medijske pismenosti dinamičnim i podložnim čestim promjenama. Tumačenja pojma i koncepta medijske pismenosti razlikuju se u zavisnosti od društva i konteksta u kojem se koriste. Gledano iz bosanskohercegovačke perspektive, poseban značaj ima evropski pristup medijskoj pismenosti, pri čemu se posebno izdvajaju dva razloga. S jedne strane, Bosna i Hercegovina se geografski nalazi u srcu Evrope, te i njen obrazovni sistem i mediji čine dio evropskog obrazovnog i medijskog prostora. S druge strane, Bosna i Hercegovina i u političkom smislu pripada Evropi. Kao članica Vijeća Evrope, obavezna je poštivati njegove standarde, a potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju na svom putu ka punopravnom članstvu u Evropskoj uniji preuzela je i određene obaveze. U te obaveze ubraja se i harmonizacija državnog zakonodavstva s Direktivom o audiovizuelnim medijskim uslugama[6], koja između ostalog propisuje i obavezu izvještavanja o stanju medijske pismenosti. Kao članica UNESCO-a, Bosna i Hercegovina sarađuje i učestvuje u programima i projektima ove organizacije, koja je jedan od najznačajnijih međunarodnih aktera u oblasti medijske pismenosti, te je stoga značajno prikazati i aktivnosti ove organizacije.

2.1. RANI VIZIONARI I NAJZNAČAJNIJE DEFINICIJE MEDIJSKE PISMENOSTI U SJEDINJENIM AMERIČKIM DRŽAVAMA

Ranim vizionarima razvoja medijske pismenosti smatraju se Marshall McLuhan (1911–1980) i John Culkin (1928–1993). Istražujući i ukazujući na utjecaj masovnih medija na društvo, oni su ukazivali i na nužnost adekvatne medijske edukacije građana. Tako je Culkin još 1964. koristio pojam (medijske) pismenosti, naglašavajući pri tome nužnost razvijanja sposobnosti razumijevanja sadržaja, a što bi bio zadatak škole (Moody, 1993).

Već sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća razvijeni su određeni koncepti za unapređenje medijske pismenosti i uvođenje medija u škole u Sjedinjenim Američkim Državama. Osamdesetih godina dolazi do općeg prihvaćanja nužnosti razvijanja medijske pismenosti. Devedesetih godina dolazi do institucionalizacije medijske pismenosti, razvijanja nastavnih planova i didaktičkih

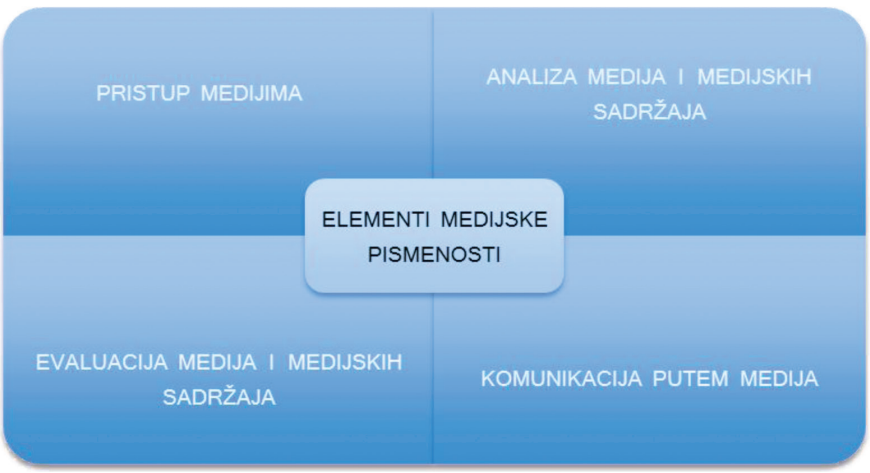
[6] Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities Text with EEA relevance, Official Journal L 332, 18/12/2007 P. 0027–0045.

materijala, sistematske edukacije nastavnika i održavanja brojnih konferencija o temi medijskog odgoja. *Journal of Communication* 1998. godine posvećuje cijeli broj medijskoj pismenosti (Baran i Davis, 2011:239). Od 2000. godine medijska pismenost dobiva još veću pažnju administracije Sjedinjenih Američkih Država, pa se tako u aktivnosti vezane za medijsku pismenost uključuje i regulator Savezna komisija za komunikacije.[7]

Savremena definicija medijske pismenosti razvijena je na Nacionalnoj konferenciji vodećih aktera o medijskoj pismenosti[8] u Aspenu 1992. godine. U finalnom izvještaju sa ove konferencije, medijski pismena osoba je definisana kao osoba koja može pristupiti, analizirati, evaluirati i producirati štampane i elektronske medije, te je istaknuto da je fundamentalni cilj medijske pismenosti kritički autonoman odnos prema svim medijima (Aufderheide, 1992).

Na konferenciji u Aspenu istaknuto je i da se, kada govorimo o potrebi unapređenja medijske pismenosti, u obzir mora uzeti da su mediji konstrukti, odnosno da konstruiraju realnost, da imaju komercijalne, ideološke i političke implikacije, da su forma i sadržaj povezani u svakom mediju i da svaki od njih ima jedinstvenu estetiku, kod i konvenciju, te da primatelji poruka sklapaju značenje (ibid).

Definicija medijske pismenosti iz Aspena sadrži četiri osnovna elementa koja nalazimo u gotovo svim savremenim definicijama: pristup, analizu, evaluaciju i komunikaciju.



Slika 1: Četiri osnovna elementa medijske pismenosti

[7] Federal Communications Commission.

[8] National Leadership Conference on Media Literacy.

Definicije medijske pismenosti koje koriste vodeće organizacije u oblasti medijske edukacije i medijske pismenosti u Sjedinjenim Američkim Državama American Center for Media Literacy (CML), the National Association for Media Education (NAMLE) i Action Coalition for Media Education (ACME) također sadrže četiri navedena elementa i ne razlikuju se suštinski.

2.2. AKTIVNOSTI I ZNAČAJNI DOKUMENTI UNESCO-a U OBLASTI MEDIJSKOG ODGOJA I MEDIJSKE PISMENOSTI

Organizacija za obrazovanje, nauku i kulturu Ujedinjenih nacija (UNESCO) ima dugu tradiciju aktivnosti u oblasti medijske pismenosti. Početak aktivnosti veže se još za šezdesete godine 20. stoljeća. Već sedamdesetih godina UNESCO je pripremio model za odgoj za medije. Izuzetno značajan korak predstavlja Konferencija o medijskom odgoju održana u Grünwaldu 1982. godine, koja je rezultirala potpisivanjem Deklaracije o medijskom odgoju. Ova deklaracija predstavlja jedan od najznačajnijih dokumenata u domenu medijskog odgoja i njen sadržaj je imao presudan utjecaj na ulazak i razvoj medijskog odgoja u obrazovnim sistemima brojnih država.

U Deklaraciji o medijskom odgoju ističe se sveprisutnost medija i njihov enormni utjecaj, te da su mediji postali dio kulture današnjeg svijeta i instrument za aktivno građansko učešće u društvu. Također se ukazuje na činjenicu da većina sistema formalnog i neformalnog obrazovanja ne promiče medijski odgoj ili odgoj za komuniciranje. Zagovara se integrisan pristup podučavanja jezika i komunikacije, te se naglašava da će medijski odgoj biti uspješan ako roditelji, nastavnici, medijski radnici i donosioci odluka prepoznaju svoju ulogu u tom procesu. U deklaraciji se ističe da politički i obrazovni sistemi moraju prepoznati svoje obaveze da u svojim građanima unaprijede kritičko razumijevanje fenomena komunikacije, te se nadležne institucije pozivaju da razviju programe za medijski odgoj na svim nivoima, od predškolskog do univerzitetskog, razviju obuke za nastavnike, potiču istraživanja o ovoj temi, te podrže UNESCO-ove akcije u svrhu jačanja međunarodne saradnje u ovoj oblasti.

Osam godina kasnije, 1990. godine održana je konferencija u Toulouseu pod nazivom „Novi pravci u medijskom odgoju", koja je okupila predstavnike 40 zemalja kako bi diskutovali o teoriji i praksi medijskog odgoja širom svijeta. U izvještaju sa konferencije navodi se da je pored diskusije o tome da li je pojam „medijski odgoj", „svijest o medijima" ili „medijska pismenost" najkorektniji jasno da koncept medijske pismenosti obuhvata „znanje o strukturi, ekonomiji i funkciji sistema masovnih medija u društvu kao i analitičke vještine da 'čitamo' estetski i

ideološki sadržaj poruka masovnih medija" (Thoman, 1990). Na ovoj konferenciji je također utvrđeno da je moderno društvo u proteklih 50 godina prešlo iz doba lingvističke pismenosti u doba elektronske pismenosti, te da stoga pismenost nije luksuz već nužnost u savremenom dobu. Ipak, najznačajniji doprinos ove konferencije ogleda se u promjeni shvatanja uloge medijskog konzumenta. Postaje jasno da je on aktivni proizvođač značenja, tako da pitanje više nije šta mediji rade ljudima već šta ljudi rade s medijima. Zbog toga medijska edukacija napušta pravac zaštite medijskih konzumenata od potencijalno štetnog utjecaja masovnih medija koji se prvenstveno ogleda u posredovanju ideologije, komercijalizacije putem plaćenih oglašivačkih poruka i sadržaja niske estetske i obrazovne vrijednosti, kako bi krenula novim pravcem čiji je cilj osposobiti građanina za aktivan odnos s medijima.

Sljedeći značajan događaj predstavlja konferencija pod nazivom „Odgoj za medije i digitalno doba", održana 1999. godine u Beču. Na ovoj konferenciji utvrđena je šira definicija medijskog odgoja:

Medijski odgoj...

- *se odnosi na sve komunikacijske medije i uključuje štampane riječi i grafike, zvuk, nepokretnu sliku i film neovisno o tehnologiji prijenosa;*
- *osposobljava ljude da steknu razumijevanje komunikacijskih medija koji se koriste u njihovom društvu i način na koji funkcionišu i da steknu znanja da koriste ove medije kako bi komunicirali s drugima;*
- *osigurava da ljudi nauče kako da:*
- *analiziraju, kritički reflektiraju i kreiraju medijske tekstove;*
- *identificiraju izvore medijskih tekstova, njihov politički, društveni, komercijalni i/ili kulturni interes i njihov kontekst;*
- *interpretiraju poruke i vrijednosti koje im nude mediji;*
- *odaberu odgovarajuće medije za komuniciranje vlastitih poruka ili priča i za dopiranje do željene publike;*
- *steknu ili traže pristup medijima u svrhu prijema i produkcije.*

Medijski odgoj je dio temeljnog prava svakog građanina u svakoj zemlji na svijetu na slobodu izražavanja i prava na informaciju i on predstavlja instrument za izgradnju i održavanje demokratije.[9]

Za razliku od Deklaracije o medijskom odgoju, u kojoj se medijski odgoj

[9] Recommendations addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation UNESCO Adopted by the Vienna Conference „Educating for the Media and the Digital Age", 18-20. april 1999, <**http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=linkdb&main=reconedu.php&**> (pristup stranici ostvaren 20. 3. 2010).

povezivao s nastavom jezika, na konferenciji u Beču se preporučuje da se medijski odgoj uključi u nastavne planove i programe gdje god je to moguće, te da bude dio cjeloživotnog učenja. Također, po prvi put se spominje nužnost da se i osobama s posebnim potrebama i onima u teškom socijalnom i ekonomskom položaju omogući pristup elektronskim i digitalnim tehnologijama, te se spominje i posebna uloga medijskog odgoja u specifičnim situacijama kao što su socijalni i politički konflikti, ratovi, prirodne i ekološke katastrofe.

Tri godine kasnije, na „Seminaru o medijskom odgoju mladih" održanom u Sevilli 2002. godine dopunjene su preporuke iz Beča. Potvrđujući kreativnu i kritičku komponentu medijske pismenosti, istaknuto je da medijski odgoj treba biti uključen i u formalno i u neformalno obrazovanje, kako na individualnom tako i na nivou zajednice. Pored toga, ističe se da se medijski odgoj treba shvatati kao odgoj s medijima i odgoj za medije.

Na Konferenciji o informacijskoj pismenosti i cjeloživotnom učenju u Aleksandriji 2005. godine definisana je i informacijska pismenost kao „sposobnost ljudi da prepoznaju svoje potrebe za informacijama, lociraju i evaluiraju količinu informacija, pohranjuju i koriste informacije, efektivno i etički koriste informacije i primjenjuju informacije kako bi kreirali i komunicirali znanje" (UNESCO, 2008), pri čemu je naglašeno da svi ti procesi uključuju medije i tehnologiju i nude okvir za medijsku i informacijsku pismenost. U novijim dokumentima i aktivnostima UNESCO-a često se koristi pojam medijske i informacijske pismenosti.

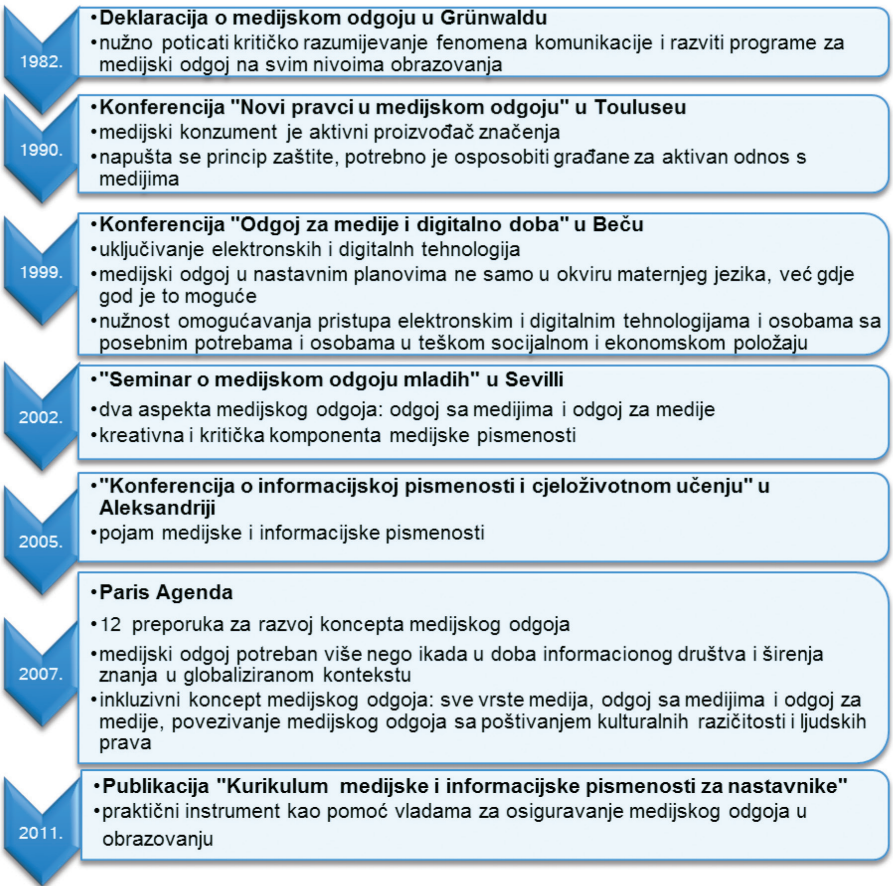
Četvrt stoljeća nakon deklaracije iz Grünwalda 2007. godine održan je skup u Parizu na kojem je doneseno 12 preporuka za razvoj koncepta medijskog odgoja. Potvrđena je relevantnost deklaracije iz 1982. godine, te je istaknuto da je u doba informacionog društva i širenja znanja u globaliziranom kontekstu medijski odgoj potreban više nego ikada. Najznačajniji elementi preporuka su inkluzivni koncept medijskog odgoja koji obuhvata sve vrste medija i odgoj s medijima kao i odgoj za medije, jačanje spone između medijskog odgoja i poštivanja kulturnih različitosti i ljudskih prava, definisanje osnovnih vještina i metoda evaluacije, integrisanje medijskog odgoja u osnovnu obuku nastavnika, te uključivanje svih relevantnih aktera u oblasti obrazovanja.

Izdavanjem publikacije pod nazivom „Kurikulum medijske i informacijske pismenosti za nastavnike"[10] 2011. godine UNESCO je sumirao dosadašnji rad u ovom području, osiguravajući praktični instrument kao pomoć vladama da

[10] Wilson, Carolyn; Grizzle, Alton; Tuazon, Ramon; Akyempong, Kwame; Cheung, Chi Kim (2011): "*Media and information literacy curriculum for teachers*", UNESCO, Paris.

ostvare ciljeve zacrtane još u Grünwaldu, uz uzimanje u obzir aktuelnog razvoja informacionih i komunikacionih tehnologija i konvergencije medija.

U nastavku slijedi hrolonoški prikaz značajnih dokumenata i aktivnosti UNESCO-a u oblasti medijske pismenosti od potpisivanja Deklaracije o medijskom odgoju 1982. godine do danas.



Slika 2: Hronološki prikaz aktivnosti i značajnih dokumenata UNESCO-a u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti

2.3. AKTIVNOSTI I ZNAČAJNI DOKUMENTI VIJEĆA EVROPE U OBLASTI MEDIJSKOG ODGOJA I MEDIJSKE PISMENOSTI

Slično kao i u Sjedinjenim Američkim Državama, nakon potpisivanja Deklaracije u Grünwaldu 1982. godine u Evropi je devedesetih godina prošlog stoljeća došlo do intenzivnog razvoja definicija i koncepata medijske pismenosti. Pri tome je primjetno da su definicije koje su se koristile kako u naučnim radovima tako i u različitim politikama i dokumentima uglavnom sadržavale četiri temeljna elementa: pristup, analizu, evaluaciju i komunikaciju.

Medijska pismenost i medijski odgoj, te različite druge srodne forme pismenosti kao što su filmska pismenost, internetska pismenost, audiovizuelna pismenost, digitalna pismenost pojavljuju se u brojnim dokumentima kojima se postavljaju standardi Vijeća Evrope. Od 1989. godine Konvencija o prekograničnoj televiziji Vijeća Evrope reguliše i uvodi standarde za televizijsko emitovanje u Evropi. Do stupanja na snagu Direktive o prekograničnoj televiziji Evropske unije, koja je kasnije preimenovana u Direktivu o audiovizuelnim medijskim uslugama, a koja je nastala na osnovama Konvencije o prekograničnoj televiziji, ovaj dokument predstavljao je najznačajniji pravno obavezujući akt u audiovizuelnoj oblasti. Konvencijom su regulisani osnovni principi zaštite djece i principi vezani za oglašavanje kako bi se osigurala zaštita medijskih konzumenata. U skladu s vremenom u kojem je nastala, konvencija odražava i poimanje medijske pismenosti, odnosno edukacije kao sredstva za zaštitu od neprimjerenih sadržaja kao što su sadržaji neprimjereni za djecu, zabrana emitovanja pornografskih sadržaja, zabrana zavaravajućeg oglašavanja i sl.

U okviru Vijeća Evrope svakih nekoliko godina se održavaju ministarske konferencije o politici mas-medija. Značaj ovih konferencija se ogleda u postavljanju temelja za politike Vijeća Evrope u oblasti mas-medija, odnosno novih medija i tematskih ciljeva za rad stalnih tijela Vijeća Evrope. Medijska edukacija i medijska pismenost povremeno su bile teme ovih konferencija, pri čemu se isticala potreba za medijskom edukacijom i razvojem kritičke svijesti gledalaca i korisnika novih informacionih i komunikacionih tehnologija, međutim, bez detaljnije razrade. Veće težište na medijsku pismenost stavljeno je tek na ministarskoj konferenciji održanoj u Kijevu 2005. godine. U Rezoluciji br. 3 Ljudska prava i regulacija medija i novih komunikacijskih usluga u informacionom društvu[11], koja je usvojena na ovoj konferenciji, države članice se obavezuju da će „pojačati napore da se osigura učinkovit i pravičan pristup za sve osobe do novih komunikacijskih

[11] Council of Europe (2005): *Integration and diversity: the new frontiers of European media and communications policy* („Integracija i različitost: nove granice evropske medijske i komunikacijske politike"), <***http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/MCM%282005%29005_en.pdf***> (pristup stranici ostvaren 24. 5. 2011).

usluga, znanja i vještina, osobito s ciljem sprječavanja digitalne isključenosti, te da će poticati medijsku edukaciju šire javnosti", te su se složile da „u isto vrijeme daju poseban poticaj za obuku djece u oblasti medijske pismenosti, kako bi im omogućili da imaju koristi od pozitivnih aspekata novih komunikacijskih servisa i izbjegli izloženost štetnim sadržajima". Dakle, Vijeće Evrope je već 2005. godine ovim dokumentom iskazalo svijest o nužnosti unapređenja medijske pismenosti, pri čemu je primjetan savremen pristup medijskoj edukaciji i pismenosti, koji se temelji na osiguravanju pristupa medijima i novim komunikacijskim uslugama za sve, te medijskom obrazovanju svih društvenih kategorija, a posebno djece. Medijska pismenost se eksplicitno navodi i kao tačka Akcionog plana usvojenog na ovoj konferenciji, kojom su se države obavezale da „podrže korake za promicanje medijske pismenosti u svim stepenima obrazovanja i kao dio procesa učenja, a što uključuje aktivno i kritičko korištenje svih medija, uključujući elektronske medije".

Još veća pažnja poklonjena je medijskoj pismenosti na sljedećoj ministarskoj konferenciji, Prvoj konferenciji ministara odgovornih za medije i nove komunikacione usluge, koja je održana 2009. godine u Reykjaviku. U rezoluciji pod nazivom *Ka novom shvatanju medija*[12] usvojenoj na ovoj konferenciji istaknuto je da je medijska pismenost od esencijalne važnosti za uživanje prava na slobodu izražavanja u kontekstu korištenja medija i novih komunikacionih usluga za učešće u društvenom, političkom, kulturnom i ekonomskom životu. Stoga medijska pismenost „treba biti prepoznata kao dio obrazovanja za demokratsko građanstvo. To je posebno važno sredstvo za optimizaciju razumijevanja, kritičkog razmišljanja, građanstva, kreativnosti i kritičke svijesti o medijima kod djece i mladih. Njihov osjećaj odgovornosti kad stvaraju, koriste i distribuiraju sadržaje od ključne je važnosti. Države članice će se morati baviti i drugim prijetnjama dječjem dostojanstvu, sigurnosti i privatnosti, a posebno pitanjem uklanjanje sadržaja koje djeca i mladi kreiraju ili postave na internet, a koji predstavljaju izazov za njihovo dostojanstvo, sigurnost i privatnost ili ih na drugi način čini ranjivim sada ili u kasnijoj fazi njihovih života" (Vijeće Evrope, 2009).

Također, ponavlja se iskazivanje podrške aktivnostima u okviru Vijeća Evrope koje su usmjerene ka unapređenju medijske pismenosti, tako da korisnici medija "budu sposobni da se izraze i informišu na način da budu kritični, kompetentni i odgovorni prilikom korištenja medija i usluga sličnih medijima" (ibid). U Akcionom planu usvojenom na ovoj ministarskoj konferenciji ponavlja se obaveza da se nastavi rad na unapređenju medijske pismenosti u saradnji sa svim relevantnim akterima, posebno ističući značaj neformalnog obrazovanja kao i samih medija.

[12] Council of Europe (2009): *Towards a new notion of media*, <***http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/MCM%282009%29011_en_final_web.pdf***> (pristup stranici ostvaren 9. 5. 2011).

Ova ministarska konferencija održana 2009. godine ima poseban značaj za razvoj medijske pismenosti jer je postavlja kao jedan od esencijalnih elemenata medijske politike i preduvjet za aktivno učešće svih građana u društvu, te predstavlja izuzetan poduhvat u definisanju šta možemo smatrati medijima danas i na koji način ih regulisati.

Pored ministarskih konferencija postoje brojni dokumenti Vijeća ministara i Parlamentarne skupštine Vijeća Evrope koji se u većoj ili manjoj mjeri bave medijskom edukacijom i medijskom pismenošću.

U najvažnije dokumente u kojima se spominje medijska pismenost Vijeća ministara Vijeća Evrope spadaju:

- Preporuka br. R (97) 19 o prikazivanju nasilja u elektronskim medijima,
- Deklaracija o Evropskoj politici u pogledu novih informacionih tehnologija (1999),
- Preporuka Rec (2003) 9 o mjerama za promovisanje demokratskog i socijalnog doprinosa digitalnog emitovanja,
- Preporuka Rec (2006) 12 o osposobljavanju djece u novom informacionom i komunikacijskom okruženju,
- Preporuka CM/Rec (2007) 2 o medijskom pluralizmu i različitosti medijskih sadržaja,
- Preporuka CM/Rec (2007) 3 o zadacima medija javnog servisa u informacionom društvu,
- Preporuka CM/Rec (2007) 11 o promociji slobode izražavanja i informisanja u novom informacionom i komunikacijskom okruženju,
- Preporuka CM/Rec (2007) 16 o mjerama u svrhu promocije vrijednosti interneta kao javnog servisa,
- Deklaracija o zaštiti dostojanstva, sigurnosti i privatnosti djece na internetu (2008),
- Preporuka CM/Rec (2008) 6 o mjerama u svrhu promocije poštivanja slobode izražavanja i informisanja u vezi s internetskim filterima,
- Deklaracija o ulozi medija zajednice[13] u svrhu promocije socijalne kohezije i interkulturnog dijaloga (2009),

[13] Pojam mediji zajednice (eng. community media) odnosi se na medije koje za svoje potrebe kreira i održava određena zajednica, koja je definisana geografskom pozicijom, identitetom ili interesima članova zajednice. Načelno su neprofitnog karaktera, te se stoga razlikuju od komercijalnih i državnih ili javnih medija. Osnovni cilj medija zajednice je da članovima svoje zajednice pruže informacije i sadržaje koje im *mainstream* mediji ne pružaju ili pružaju u nedovoljnoj mjeri.

- Preporuka CM/Rec (2009) 5 o mjerama u svrhu zaštite djece od štetnih sadržaja i ponašanja i promocije njihovog aktivnog učešća u novom informacionom i komunikacijskom okruženju,
- Deklaracija Vijeća ministara o Digitalnoj agendi za Evropu (2010),
- Preporuka CM/Rec (2011) 7 Vijeća ministara zemljama članicama u vezi s novim značenjem medija.

U navedenim dokumentima mogu se identifikovati tri osnovna konteksta u kojima se spominje medijska pismenost:
zaštita djece i mladih od neprimjerenih ili štetnih sadržaja,
osposobljavanje svih kategorija društva, uključujući djecu i mlade, za korištenje novih informacionih i komunikacionih tehnologija i time aktivno učešće u društvu, i
uloga medija u ostvarivanju vrijednosti javnih servisa i premošćivanju digitalnog jaza.

Također je bitno naznačiti da se u ovim dokumentima pored samih vlada država članica na djelovanje pozivaju brojni i raznovrsni akteri: sektor formalnog i neformalnog obrazovanja, mediji i medijska industrija, nastavnici i roditelji, nevladin sektor itd.

Parlamentarna skupština Vijeća Evrope također je usvojila niz dokumenata koji se u izvjesnoj mjeri bave pitanjima medijskog odgoja i medijske pismenosti, a među najznačajnijim su:

- Preporuka 1067 (1987) o kulturološkoj dimenziji emitovanja u Evropi,
- Preporuka 1098 (1989) o audiovizuelnoj saradnji između Istoka i Zapada,
- Preporuka 1215 (1993) o etici u novinarstvu,
- Preporuka 1276 (1995) o snazi vizuelnih slika,
- Rezolucija 1165 (1998) pravo na privatnost,
- Preporuka 1407 (1999) mediji i demokratska kultura,
- Preporuka 1466 (2000) o medijskom odgoju,
- Preporuka 1586 (2002) digitalni jaz i edukacija,
- Preporuka 1789 (2007) profesionalna edukacija i trening novinara,
- Preporuka 1836 (2008) ostvarivanje punog potencijala e-učenja za obrazovanje i trening,
- Preporuka 1855 (2009) regulacija audiovizuelnih medijskih usluga,
- Preporuka 1882 (2009) promocija interneta i online medijskih usluga prikladna za maloljetnike.

Kao i kod dokumenata koje je usvojilo Vijeće ministara Vijeća Evrope, medijsko obrazovanje i medijska pismenost se spominju u kontekstu zaštite i

osposobljavanja medijskih konzumenata, te premošćivanja digitalnog jaza, pozivajući pri tome brojne aktere na akciju.

Među navedenim dokumentima najznačajnija je *Preporuka o medijskom odgoju*[14] iz 2000. godine. U njoj se pojašnjava značaj i utjecaj medija na ponašanje u društvu, s posebnim isticanjem utjecaja medija na djecu, koja nekada nisu u stanju razlikovati medijsku realnost od stvarne realnosti, te se ističe nužnost razvijanja medijskog odgoja u cilju aktivnog, kritičkog i razboritog korištenja medija. Značajno je da ovaj dokument definiše medijski odgoj na sljedeći način:

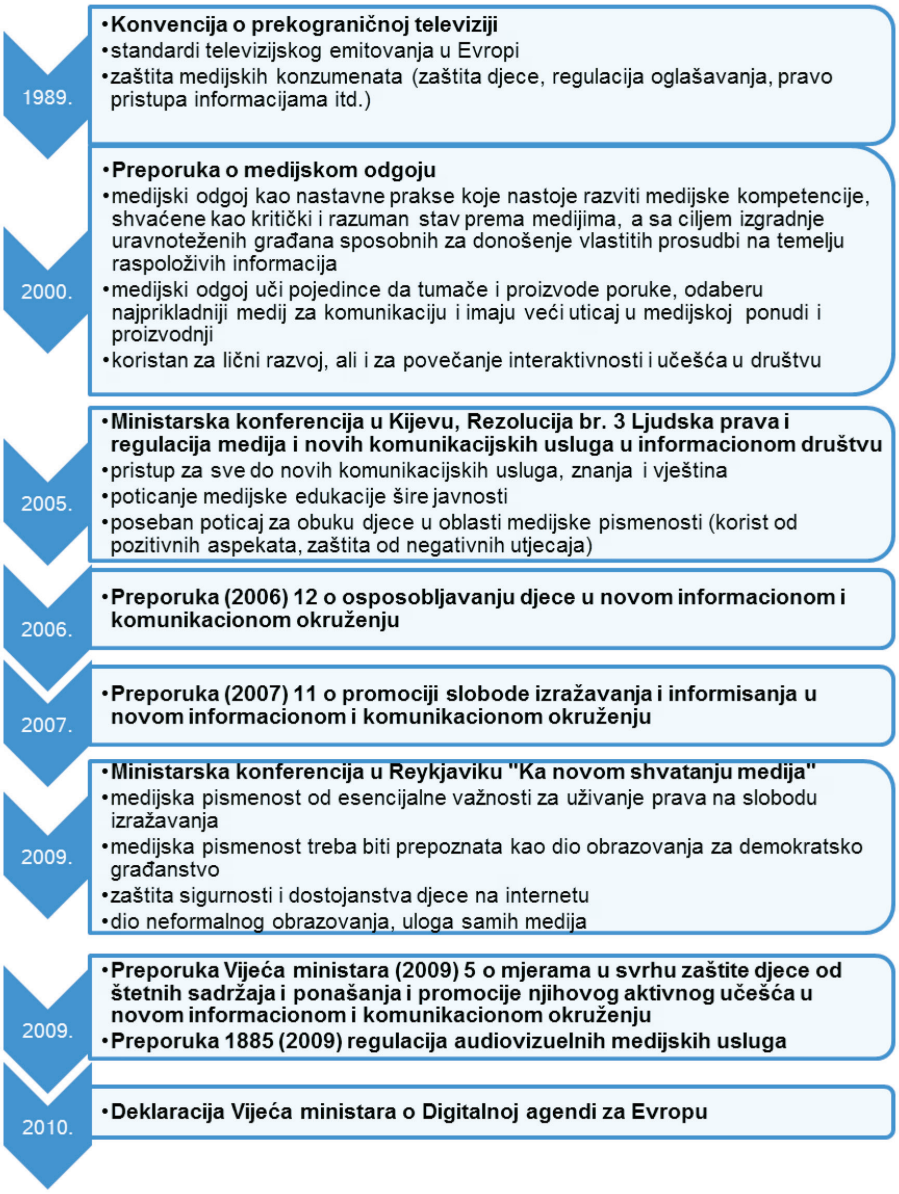
Medijski odgoj se može definisati kao nastavne prakse koje nastoje razviti medijske kompetencije, shvaćene kao kritički i razuman stav prema medijima, a s ciljem izgradnje uravnoteženih građana, sposobnih za donošenje vlastitih prosudbi na temelju raspoloživih informacija. On im omogućava da pristupe potrebnim informacijama, analiziraju ih i identifikuju ekonomske, političke, društvene i / ili kulturne interese koji stoje iza njih. Medijski odgoj uči pojedince da tumače i proizvode poruke, da odaberu najprikladniji medij za komunikaciju i, na kraju, da imaju veći utjecaj na medijsku ponudu i proizvodnju. (Vijeće Evrope 2000)

Navodi se i da je medijski odgoj sredstvo za ostvarivanje prava na slobodu izražavanja i informisanja, te da je koristan ne samo za osobni razvoj pojedinca već i za povećanje učešća i interaktivnosti u društvu. Pri tome je nužno educirati djecu i odrasle, kao i nastavno osoblje, te uključiti medijski odgoj u nastavne planove i programe kao i u programe neformalnog obrazovanja. Na kraju, u ovoj preporuci Vijeće ministara poziva vlade i nadležne institucije zemalja članica da potiču izradu i razvoj programa medijske pismenosti za djecu, mlade i odrasle, programa za edukaciju nastavnika u području medijske edukacije, uključe obrazovne institucije, organizacije roditelja, medijske profesionalce, pružatelje usluga interneta, nevladine organizacije i druge aktere u aktivan dijalog o ovim pitanjima, te ispitaju načine promicanja medijskog odgoja u medijima (ibid).

Iz navedenog je vidljivo da je 2000. godine u fokusu bio prvenstveno medijski odgoj djece u okviru formalnog obrazovanja. S vremenom se u dokumentima težište polako pomjera ka novim medijima i komunikacijskim uslugama, a medijska pismenost se spominje u gotovo svim dokumentima vezanim za medije i nove komunikacijske servise. Međutim, od *Preporuke o medijskom odgoju* iz 2000. godine ne postoji niti jedan drugi dokument koji se eksplicitno i detaljno bavi pitanjem medijske pismenosti.

[14] Council of Europe: *Recommendation 1466 (2000) Media Education*, <***http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/ta00/EREC1466.HTM***> (pristup stranici ostvaren 20. 5. 2012).

U nastavku slijedi hronološki prikaz najznačajnijih aktivnosti i dokumenata Vijeća Evrope u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti od potpisivanja Konvencije o prekograničnoj televiziji 1989. godine do danas.



Slika 3: Hronološki prikaz aktivnosti i dokumenata Vijeća Evrope u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti

2.4. AKTIVNOSTI I ZNAČAJNI DOKUMENTI EVROPSKE UNIJE U OBLASTI MEDIJSKOG ODGOJA I MEDIJSKE PISMENOSTI

Prateći razvoj u oblasti medijske pismenosti kako na naučnom tako i na praktičnom nivou, Evropska unija je razvila okvir za politiku unapređenja medijske pismenosti, u okviru kojeg je razvijena definicija medijske pismenosti, te trendovi i pravac razvoja u oblasti unapređenja medijske pismenosti. Tako posljednjih godina medijska pismenost dobija sve veći značaj u dokumentima i aktivnostima različitih institucija Evropske unije, a posebno Evropske komisije, Evropskog parlamenta, Vijeća Evropske unije i Komiteta regija.

Slično kao i Vijeće Evrope, Evropska unija je 1989. godine donošenjem Direktive o prekograničnoj televiziji regulisala osnovne aspekte zaštite djece i medijskih konzumenata, postavljajući određena ograničenja u vezi s emitovanjem sadržaja koji mogu naškoditi fizičkom, mentalnom ili moralnom razvoju maloljetnika i emitovanja različitih oblika oglašavanja.

Sljedećim značajnim korakom smatra se donošenje *Preporuke o zaštiti maloljetnika i ljudskog dostojanstva u audiovizuelnim i informacionim uslugama* 1998. godine. U ovoj preporuci se ističe odgovornost roditelja i pružalaca usluge pristupa internetu za zaštitu djece i maloljetnika. Godinu dana kasnije, 1999. godine, Evropska komisija je usvojila Akcioni plan za promociju sigurnijeg korištenja interneta putem suzbijanja ilegalnih i štetnih sadržaja (*The Safer Internet Action Plan*). Kao nastavak ovog plana Evropska komisija je usvojila i Odluku o višegodišnjem programu zajednice za zaštitu djece pri korištenju interneta i drugih komunikacionih tehnologija.

Od 2006. godine, kao odgovor na pozive Evropskog parlamenta, medijske industrije i industrije informacionih i komunikacionih tehnologija, Evropska komisija je aktivnije počela da se bavi temom medijske pismenosti u okviru Evropske audiovizuelne politike i Lisabonske strategije. Najprije je formirana Ekspertna grupa za medijsku pismenost koja je imala savjetodavnu ulogu za Evropsku komisiju. Krajem 2006. godine održane su javne konsultacije, u kojima su učestvovali predstavnici medijskih organizacija, medijske industrije, obrazovnih institucija, istraživači, regulatorna tijela za medije, te različita udruženja građana i medijskih konzumenata. Analiza je utvrdila postojanje različitih definicija, različitih pristupa i različitog nivoa razvijenosti medijske pismenosti u zemljama članicama Evropske unije. Jedan od zaključaka je bio i da ne postoje zajednički utvrđeni i definisani kriteriji i standardi za procjenu medijske pismenosti, te da ih je nužno razviti.

Posebno značajnim korakom smatra se eksplicitno navođenje medijske

pismenosti u Direktivi o audiovizuelnim medijskim uslugama[15] (AVMSD). Pojam medijske pismenosti pojašnjen je u uvodnoj izjavi 47. preambule Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama na sljedeći način:

'Medijska pismenost' se odnosi na vještine, znanje i razumijevanje koje omogućava konzumentima da medije koriste učinkovito i sigurno. Medijski pismene osobe su u stanju da izvrše izbor na osnovu informacija, razumiju prirodu sadržaja i usluga i da iskoriste puni raspon mogućnosti koje im nude nove komunikacione tehnologije. One su bolje osposobljene da zaštite sebe i svoje porodice od štetnog ili uvredljivog materijala. Zbog toga se treba promicati razvoj medijske pismenosti u svim segmentima društva, i njen razvoj se treba pažljivo pratiti. Preporuka Evropskog parlamenta i Vijeća od 20. decembra 2006. o zaštiti maloljetnika i ljudskog dostojanstva i pravu na odgovor u vezi s konkurentnosti evropske industrije audiovizuelnih usluga i usluga online informacija već sadrži niz mogućih mjera za promicanje medijske pismenosti kao što su, naprimjer, nastavak edukacije nastavnika i edukatora, specifična obuka za internet za djecu počevši od veoma rane dobi, uključujući i sesije otvorene za roditelje, ili organizaciju kampanja na državnom nivou usmjerenih ka građanima, uključujući sve komunikacione medije, da pruže informacije o odgovornom korištenju interneta. (AVMSD)

Upravo iz ovog uvoda se vidi da se težište stavlja na zaštitu medijskih konzumenata od potencijalno štetnih ili uvredljivih sadržaja, te na odgovorno korištenje usluga na osnovu pruženih informacija. Element kritičke evaluacije sadržaja i kreiranja poruka se na ovom mjestu još ne spominje. Isto tako, poziva se na praćenje progresa unapređenja medijske pismenosti, što je postavljeno kao obaveza u članu 33. Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama.

Krajem 2007. godine Komisija je usvojila *Saopćenje COM (2007) 833 Evropski pristup medijskoj pismenosti u digitalnom okruženju* i pokrenula program *Media 2007*, pri čemu je ukazano i na obavezu izvještavanja o stanju medijske pismenosti koju propisuje Direktiva o audiovizuelnim medijskim uslugama. Pri tome, Ekspertna grupa za medijsku pismenost Evropske komisije medijsku pismenost definiše kao „sposobnost pristupa medijima, razumijevanja i kritičke evaluacije različitih aspekata medija i medijskih sadržaja i ostvarivanja komunikacije u raznovrsnim kontekstima"[16], ističući da se medijska pismenost „odnosi na sve vrste medija,

[15] Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities Text with EEA relevance, Official Journal L 332, 18/12/2007 P. 0027–0045.

[16] Evropska komsija, 2007, *Media Literacy Expert Group*, <**http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf**> (pristup stranici ostvaren 25. 3. 2010).

uključujući televiziju i film, radio i snimljenu muziku, štampane medije, internet i druge nove digitalne komunikacione tehnologije".

U saopštenju Evropske komisije *Evropski pristup medijskoj pismenosti u digitalnom okruženju*, pored same definicije, pojam medijske pismenosti i onoga šta ona obuhvata je dalje razrađen na sljedeći način:

Različite razine medijske pismenosti uključuju:

- *Osjećati se ugodno sa svim postojećim medijima, od novina do virtuelnih zajednica;*
- *Aktivno korištenje medija kroz, između ostalog, interaktivnu televiziju, korištenje internet pretraživača ili učešće u virtualnim zajednicama, i bolje korištenje potencijala medija za zabavu, pristup kulturi, međukulturni dijalog, učenje i svakodnevne aplikacije (naprimjer, putem knjižnica, podkastova);*
- *Imati kritičan pristup prema medijima u pogledu i kvaliteta i tačnosti sadržaja (naprimjer, biti u mogućnosti procijeniti informacije, nositi se s oglašavanjem na različitim medijima, pametno koristiti pretraživače);*
- *Korištenje medija kreativno, s obzirom na to da razvoj medijskih tehnologija i sve veća prisutnost interneta kao distribucijskog kanala omogućava sve većem broju Evropljana da stvaraju i distribuiraju slike, podatke i sadržaje;*
- *Razumijevanje ekonomije medija i razlike između pluralizma i medijskog vlasništva;*
- *Biti svjestan pitanja autorskih prava koja su ključna za 'kulturu zakonitosti', posebno za mlađu generaciju, koja djeluje u dvostrukom svojstvu potrošača i proizvođača sadržaja. (Evropska komisija, 2007a)*

Iz navedenog vidimo da pojam i koncept medijske pismenosti koji je posljednjih godina razvila Evropska komisija obuhvata niz „pojedinačnih pismenosti", odnosno pojmova i koncepata koji se danas koriste: medijsku pismenost, informacionu pismenost, digitalnu pismenost, audiovizuelnu pismenost, filmsku pismenost, kulturološku pismenost itd.

U 2009. godini Komisija je izdala *Preporuku o medijskoj pismenosti* u kojoj naglašava ulogu država članica u saradnji s tijelima nadležnim za regulaciju audiovizulenih medija i elektronskih komunikacijskih usluga, te medijske industrije u unapređenju medijske pismenosti u društvu. Također je preporučeno i da države članice razmotre uvođenje medijske pismenosti u obavezujući nastavni plan i program.

U vezi s obavezom o izvještavanju o stanju medijske pismenosti u skladu s odredbom Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama, 2009. godine Evropska komisija je konzorciju koji predvodi Evropska asocijacija za ostvarivanje

interesa gledatelja (European Association for Viewer's Interests EAVI)[17] povjerila izradu *Studije o kriterijima za procjenu nivoa medijske pismenosti*[18]. Osnovni cilj studije je bio da razvije kriterije na osnovu kojih će se mjeriti nivo medijske pismenosti u zemljama članicama Evropske unije za potrebe izvještavanja u skladu s Direktivom o audiovizuelnim medijskim uslugama. Pri tome se studija oslanja na definiciju medijske pismenosti navedenu u saopštenju Komisije iz 2007. godine. Na osnovu te definicije, studija je identificirala dvije dimenzije medijske pismenosti:

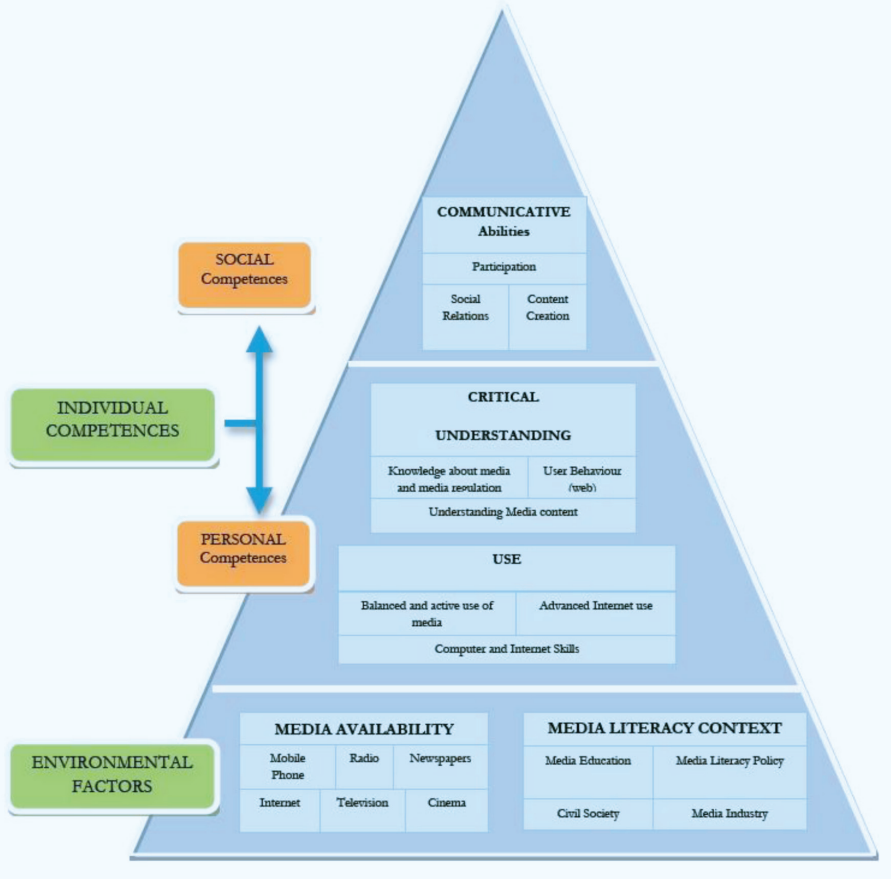
1. Individualne kompetencije *('IK'): Individualna kompetencija se može definisati kao individualna sposobnost da se upotrijebe određena znanja (uključujući inter alia kognitivno procesuiranje, analizu, komunikaciju itd.). Ove kompetencije koriste širok spektar sposobnosti i obuhvataju povećane nivoe svijesti, sposobnost kritičkog razmišljanja i sposobnost proizvodnje i komunikacije poruka.*

2. Faktori okruženja *('FO'): Faktori okruženja se mogu definisati kao set kontekstualnih faktora (koji imaju utjecaj na individualne kompetencije), a koji utječu na širok raspon medijske pismenosti, uključujući dostupnost informacija, medijsku politiku, obrazovanje i uloge i odgovornosti aktera u medijskoj zajednici.* (EAVI, 2010:7)

Pri tome faktori okruženja čine osnovu za razvoj medijske pismenosti kao individualne kompetencije, te je u skladu s tim medijska pismenost u ovoj studiji dobila piramidalnu strukturu. U nastavku slijedi grafički prikaz piramidalne strukture medijske pismenosti sa dvije dimenzije: faktorima okruženja kao bazom i individualnim kompetencijama kao nadgradnjom.

[17] Konzorcij koji predvodi Evropska asocijacija za ostvarivanje interesa gledatelja (European Association for Viewer's Interests EAVI) pored ove asocijacije činili su Državno ministarstvo obrazovanja Francuske, Autonomni univerzitet u Barceloni, Katolički univerzitet u Louvainu i Univerzitet u Tampereu.

[18] EAVI for European Commission (2010) Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels, <***http://ec.europa.eu/avpolicy/ media_literacy/studies/index_en.htm***> (pristup stranici ostvaren 10. 5. 2010).



Slika 4: Struktura medijske pismenosti
Izvor: EAVI (2010:8), Studija o kriterijima za procjenu nivoa medijske pismenosti

Slijedeći strukturu ove dvije dimenzije, autori studije su razvili listu od 59 potencijalnih indikatora koji ukazuju na stepen razvoja individualnih kompetencija kao i faktora okruženja. Na samom početku studija podcrtava činjenicu da medijsku pismenost nije moguće iskazati isključivo prikupljanjem i analizom statističkih podataka, već je nužno uključiti i kvalitativnu dimenziju u formi analize lokalnih medijskih eksperata. Bitno je naglasiti da je studija izuzetno praktično orijentisana, te da je uzela u obzir da će Eurostat biti, najvjerovatnije, agencija koja će statistički mjeriti razvoj nivoa medijske pismenosti. Studija je predvidjela obuhvatanje građana starosne dobi od 16 do 74 godina, jer je to starosna kategorija koju obuhvataju istraživanja Eurostata. Ova studija sadrži i dio u kojem su kriteriji i pripadajući indikatori primijenjeni, tako da ona predstavlja i prvo sistematsko mjerenje nivoa medijske pismenosti u Evropskoj uniji. Izvještaji o

stanju u pojedinim zemljama zasnovani su pri tome na istraživanjima na nivou države koja obuhvaćaju kako analizu kompetencija pojedinaca, tako i analizu faktora okruženja u datoj zemlji. Pored navedenog, studija daje i niz preporuka šta država članice trebaju poduzeti kako bi promovisale medijsku pismenost.

Nakon ove studije, Evropska komisija je Evropskoj asocijaciji za ostvarivanje interesa gledatelja (EAVI) i Danskom tehnološkom institutu (Danish Technological Institute) povjerila izradu izvještaja kojim bi se kriteriji i indikatori iz prve studije testirali i preradili. Tako je u aprilu 2011. godine objavljen *Finalni izvještaj o testiranju i doradi kriterija za procjenu medijske pismenosti u Evropi*[19]. Pored analize i testiranja kriterija izrađenih u prethodnoj studiji, ovaj izvještaj prikazuje i konkretne rezultate mjerenja medijske pismenosti u 27 zemalja članica EU-a i tri dodatne zemlje Evropskog ekonomskog prostora[20]. Kao osnovni nedostatak testirane studije navodi se činjenica da ona nije dovoljno razvijena na operacionom nivou, odnosno da se za određene kriterije moraju razviti jasniji, koncizni i mjerljivi indikatori (EAVI, 2011:16). Također se navodi i da ovaj instrument za procjenu mora biti fleksibilan, tj. da može dinamički inkorporirati nove oblike medija i informacionih i komunikacionih tehnologija koji će se pojaviti u budućnosti. Nadalje, navodi se da je Evropska komisija skrenula pažnju na činjenicu da prvom studijom nisu obuhvaćena djeca i maloljetnici mlađi od 16 godina, a da bi to bilo jako značajno s obzirom na važnosti medijske pismenosti za djecu i mlade. Međutim, ni ova studija ne nudi rješenje za ovaj problem, već samo ukazuje na činjenicu da Eurostat svojim podacima ne obuhvata mlađe od 16 godina.

U 2010. godini nadležnost za medijsku pismenost prelazi sa Generalnog direktorata za informaciono društvo i medije na Generalni direktorat za obrazovanje i kulturu. Na taj način se medijska pismenost pokušava jače povezati s obrazovanjem. U 2012. godini Evropska komisija planira veći fokus staviti na razmatranje kako medijsku pismenost učiniti obaveznim dijelom nastavnih planova i programa, te izraditi studiju o filmskoj pismenosti u školskom obrazovanju u Evropi.

U nastavku slijedi grafički prikaz najznačajnijih aktivnosti i dokumenata Evropske

[19] EAVI for European Commission (2011): *Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe – Final Report*, <***http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/final-report-ML-study-2011_en.pdf***>, (pristup stranici ostvaren 10. 2. 2012).

[20] Evropski ekonomski prostor (European Economic Area – EEA) nastao je 1. 1. 1994. potpisivanjem sporazuma država članica Evropske slobodne trgovinske zone (EFTA) i Evropske zajednice, kasnije Evropske unije. Ovaj sporazum omogućava Islandu, Lihtenštajnu i Norveškoj da učestvuju na unutrašnjem tržištu Evropske unije bez pristupanja Uniji, a uz obavezu usvajanja cjelokupne legislative Evropske unije koja se odnosi na jedinstveno tržište, isključujući zakone o poljoprivredi i ribarstvu.

unije u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti od donošenja Direktive o prekograničnoj televiziji 1989. godine do današnjeg dana.

Slika 5: Hronološki prikaz aktivnosti i dokumenata Evropske unije u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti

2.5. ZNAČAJ MEDIJSKE PISMENOSTI U SAVREMENOM DRUŠTVU

Iz prikaza tumačenja koncepta medijskog odgoja i pismenosti UNESCO-a, Vijeća Evrope i Evropske unije mogu se identifikovati sljedeća četiri osnovna argumenta za potrebu unapređenja medijske pismenosti u savremenom društvu:

- medijska pismenost je instrument za zaštitu djece i maloljetnika,
- medijska pismenost je instrument za zaštitu medijskih konzumenata,
- medijska pismenost je preduvjet za građansku participaciju,
- medijska pismenost je instrument za premošćivanje digitalnog jaza.

Slika 6: Značaj medijske pismenosti

2.5.1. MEDIJSKA PISMENOST KAO INSTRUMENT ZA ZAŠTITU DJECE I MALOLJETNIKA

Konvencija Ujedinjenih nacija o pravima djeteta iz 1989. godine državama članicama nameće obavezu da osiguraju komunikacijska prava djece, tj. da im osiguraju slobodu izražavanja koja uključuje „slobodu traženja, primanja i širenja obavijesti i ideja svake vrste, usmeno ili pismeno, tiskom ili umjetničkim oblikovanjem ili kojim drugim sredstvom prema izboru djeteta“[21], uz istovremeni razvoj odgovarajućih sredstava za zaštitu djeteta od informacija i materijala koji škode njegovom razvoju.

Prvobitno se medijska pismenost vezala za potrebu smanjenja i sprječavanja negativnih utjecaja medija. Upravo na tome su zasnovane i odredbe Konvencije

[21] Član 13 Konvencije UN-a o pravima djeteta iz 1989. godine, <**http://www.unicef.org/voy/french/media/CRC_croatian_language.pdf**> (pristup stranici ostvaren 25. 3. 2010).

o prekograničnoj televiziji Vijeća Evrope i Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama Evropske unije, kojima se reguliše emitovanje sadržaja koji nisu namijenjeni najširoj publici. UNESCO-ovom Deklaracijom o medijskom odgoju utrt je put za ulazak medija u škole i za obrazovanje s medijima. Na taj način mediji su postali neizostavan dio moderne pedagogije. Međutim, s vremenom se težište pomjerilo sa zaštite na aktivan i odgovoran odnos i obrazovanje *za* medije, te se sve veća pažnja posvećuje razvijanju komunikacijskih sposobnosti djece u smislu razvijanja znanja i vještina potrebnih za sigurno korištenje medija, ali i kritičko razumijevanje medijskih sadržaja i samog načina funkcionisanja medija. Posebna pažnja posvećuje se internetu, odnosno internetskoj pismenosti, te se pored brojnih preporuka kroz Akcioni plan za promociju sigurnijeg korištenja interneta putem suzbijanja ilegalnih i štetnih sadržaja Evropske komisije izdvajaju i značajna sredstva za ovu svrhu.

2.5.2. MEDIJSKA PISMENOST KAO INSTRUMENT ZA ZAŠTITU MEDIJSKIH KONZUMENATA

Medijska pismenost smatra se i značajnim sredstvom za zaštitu medijskih konzumenata. S jedne strane, važno je biti na adekvatan način informisan o prirodi sadržaja koji nam se nude putem različitih medija, kako bismo mogli napraviti izbor onog što želimo gledati, slušati ili čitati. S druge strane, isto tako je bitno shvatiti i na koji način mediji funkcionišu, kako u tehnološkom tako i u ekonomskom smislu, kako bismo uopšte mogli pristupiti medijima i procijeniti sadržaje koje nam nude u datom kontekstu. Od '80-ih godina primjetan je trend deregulacije[22] audiovizuelnog sektora u Evropi, koji se dodatno pojačao donošenjem Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama 2007. godine. Razvojem tehnologija kojima se do krajnjih korisnika, tj. gledatelja dostavlja audiovizuelni odnosno televizijski program, a koje se ne baziraju isključivo na korištenju radiofrekventnog spektra kao ograničenog resursa, te smanjenjem produkcijskih troškova unapređenjem tehnologije, došlo je do enormnog povećanja ponude audiovizuelnih sadržaja. Činjenica da svi sadržaji nisu dostupni svima (npr.,

[22] Pojam deregulacije odnosi se na proces uklanjanja ili smanjenja pravnih ograničenja za pojedine vrste djelatnosti. Cilj deregulacije najčešće je povećavanje konkurencije kroz povećavanje sloboda igrača u određenom sektoru. Značajan korak u deregulaciji audiovizuelnog sektora predstavlja smanjenje ili uklanjanje barijera za ulazak novih pružatelja usluga na tržište kao što su privatne televizijske stanice, stanice koje emituju program putem drugih elektronskih komunikacijskih mreža (kablovske distribucije, IPTV-a, satelita, interneta) ili pružaoci audiovizuelnih medijskih usluga na zahtjev. U pogledu programskih obaveza pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga primjetan je trend deregulacije primjenom manjeg obima obaveza pružalaca usluga u pogledu komercijalnih komunikacija, te poticanjem industrije na koregulaciju i samoregulaciju u određenim oblastima.

sadržaji na zahtjev), već da postoji određena gradacija i aktivan odnos, dovela je i do razvoja različitih stepena regulacije za različite usluge[23]. Upravo iz tog razloga, medijski konzumenti moraju biti informisani o mogućnostima koje im se nude, ali i o pravima i obavezama koje to sa sobom nosi.

Poziv na unapređenje medijske pismenost često je pratio deregulaciju u praksi, te je nuđen kao alternativa regulaciji medijskih sadržaja. Međutim, iako je medijska pismenost nedvojbeno povezana s medijskom regulacijom, ona je nikako ne može nadomjestiti u potpunosti. Naime, nije dovoljno da gledatelji budu upoznati s tim šta je govor mržnje ili zabranjeni vid oglašavanja, već oni moraju biti na odgovarajući način regulisani i po potrebi sankcionisani.

2.5.3. MEDIJSKA PISMENOST KAO PREDUVJET ZA GRAĐANSKU PARTICIPACIJU

Nužan preduvjet za svaki demokratski proces su dobro informisani građani. Oni moraju raspolagati informacijama kao osnovom za formiranje vlastitog stava, te moraju biti u prilici da izraze svoj stav u zajednici, pri čemu mediji imaju presudan značaj. Prema McQuailu (1994, u: Jusić, 2010:31), mediji imaju pet funkcija: informisanje, tumačenje činjenica i događaja, mobilizaciju, izražavanje ili njegovanje zajedničkih vrijednosti i kulture, te zabavljanje. Ispunjavajući navedene zadatke, mediji u manjoj ili većoj mjeri, posreduju između vlasti i građana, između nosilaca ekonomske i političke moći i medijskih konzumenata. Ulogu medija kao posrednika između vlasti i građana Zgrabljić-Rotar opisuje na sljedeći način:

U demokratskim društvima, kao posrednici između vlasti i javnosti, mediji trebaju biti nadzor vlasti i informirati javnost o svim relevantnim temama za društvenu zajednicu, kako bi se ispravno formiralo javno mišljenje građana, uzimajući u obzir njihovu ideologiziranost, svojstvenu medijskom kao i svakom drugom društvenom diskursu, te njihovu formu koja ne odražava, ne zrcali javnost, nego je konstruira. (Zgrabljić-Rotar, 2006:16)

[23] Direktiva o audiovizuelnim medijskim uslugama kao i bosanskohercegovački Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija i Kodeks o komercijalnim komunikacijama predviđaju dvostepenu regulaciju sadržaja. Pri tome se na audiovizuelne medijske usluge na zahtjev primjenjuje blaži stepen regulacije s obzirom na činjenicu da gledatelji imaju veći stepen kontrole nad sadržajima koje gledaju na zahtjev. Za komparativni pregled primjene kodeksa vidi *Regulatorna agencija za komunikacije BiH: Tabelarni pregled – Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija i Regulatorna agencija za komunikacije BiH: Tabelarni pregled – Kodeks o komercijalnim komunikacijama*, <***http://rak.ba/bih/index.php?uid=1324649058***> (pristup stranici ostvaren 10. 6. 2012).

Dakle, iako se sloboda medija i sloboda pristupa informacijama smatra preduvjetom demokratije, nije dovoljno da građani imaju samo pristup informacijama. Pored samog pristupa medijima i informacijama, nužno je da građani posjeduju kompetencije da analiziraju informacije koje im nude brojni i raznoliki mediji koji su pod manjim ili većim ekonomskim i/ili političkim utjecajem, te da kritički rezonuju i reaguju na njih ostvarujući komunikaciju. Konvergencija medija i povećanje interaktivnosti dovelo je do brisanja granica između javnog i privatnog. Upravo takva situacija zahtijeva posebnu kompetenciju medijskih konzumenata. Bauer na sljedeći način ukazuje na pomjeranje granica između politike i zabave:

Razgraničenja između politike i zabave, stručnog izvještavanja i zabave (jedno je posao, a drugo igra), koja su bila racionalizirana u interesu dominirajućih vrijednosnih poredaka, kreatori medijskih programa su, u prešutnom sporazumu s dominantnim ideologijama, podastrli širokim krugovima recipijenata, a ona nestaju u novim konvergentnim obrascima. Tako se u sve većoj mjeri prihvata ili potiče kako politička informacija kao faktor zabave tako i faktor zabavnosti kao faktor recepcije političke informacije. (Bauer, 2006:49)

Pored tradicionalnih medija, posebnu pažnju zaslužuju elektronske komunikacione mreže koje u međuvremenu predstavljaju izuzetno značajan instrument za slobodnu razmjenu ideja i informacija. U razvijenim društvima one se uspješno koriste i u sferi javne uprave. Prema definiciji UNESCO-a, e-uprava je „upotreba informacionih i komunikacionih tehnologija u javnoj upravi s ciljem unapređenja dostave informacija i usluga, poticanja učešća građana u procesima odlučivanja, te činjenja javne uprave odgovornijom, transparentnijom i efektivnijom"[24]. Direktivom o uslugama[25] Evropska unija je definisala 20 usluga građanima u zemljama članicama koje bi trebalo da budu dostupne elektronskim putem.

Iako se u dokumentima Vijeća Evrope i institucija Evropske unije medijska pismenost spominje u raznovrsnim kontekstima, najveći značaj pridaje se upravo medijskoj pismenosti kao sredstvu za povećanje kvantiteta, ali i kvaliteta participacije građana u društvu. Tako se u *Preporuci o medijskom odgoju* Vijeća Evrope ističe značaj medijskog odgoja ne samo za pojedinca već i društvo u cjelini, tako što građane priprema za demokratsko građanstvo i političku svijest (Vijeće Evrope, 2000).

I Evropska unija kao najznačajniji doprinos i najveću vrijednost medijske pismenosti ističe njenu ulogu u osposobljavanju građana za učešće u demokratskim procesima

[24] UNESCO, <***http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=3038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html***> (pristup stranici ostvaren 28. 6. 2010).

[25] Directive 2006/123/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 on services in the internal market, Official Journal L 376, 27. 12. 2006, p. 36–68.

u društvu kojem pripadaju. Tako se u *Studiji o kriterijima za procjenu nivoa medijske pismenosti* navodi da je ultimativni fokus (i ambicija) medijske pismenosti razvoj individualnog kritičkog razumijevanja i građanske participacije (tj., jačanje i interakcija ljudi u javnom životu putem medija i na osnovu razvoja individualnih sposobnosti kritičkog razumijevanja medijske pismenosti u društveno-političkoj sferi) (EAVI, 2010: 9).

2.5.4. MEDIJSKA PISMENOST KAO INSTRUMENT ZA PREMOŠĆIVANJE DIGITALNOG JAZA

Dostupnost tradicionalnih medija, a pogotovo ulazak novih informacionih i komunikacionih tehnologija ograničen je nizom faktora kao što su postojanje infrastrukture elektronskih komunikacijskih mreža i prije svega ekonomska moć medijskih konzumenata. Iako je nužno omogućiti jednak pristup građana medijima i informacionim i komunikacionim tehnologijama, u praksi podaci o korištenju medija i informacionih i komunikacionih tehnologija jasno prikazuju postojanje raslojenosti društva kako na osnovu prihoda i kupovne moći kao osnove za pristup određenim medijima i informacionim i komunikacionim tehnologijama, tako i na osnovu sposobnosti korištenja medija i informacionih i komunikacionih tehnologija.

Medijska pismenost može dati svoj doprinos ublažavanju nejednakosti i premošćivanju digitalnog jaza kroz tri pravca djelovanja:

- osiguravanjem jednake razvijenosti infrastrukture elektronskih komunikacijskih mreža na cijeloj teritoriji države,
- edukacijom marginaliziranih društvenih grupa na osnovu društveno-ekonomskog položaja kao što su osobe s niskim primanjima, starije osobe, osobe s posebnim potrebama i sl.
- poticanjem kreiranja medijskih sadržaja za osobe s invaliditetom ili posebnim potrebama.

2.6. NAJZNAČAJNIJI AKTERI U OBLASTI UNAPREĐENJA MEDIJSKE PISMENOSTI

Koncept medijskog opismenjavanja, odnosno razvijanja medijske kompetencije i komunikacijske sposobnosti već dugo je prisutan u području obrazovanja, a odnedavno on postaje i dio medijske regulacije i politike. Razvijene zemlje zadatak medijskog opismenjavanja građana ne prepuštaju njima samima, već se sistematično i kontinuirano bave unapređenjem medijske pismenosti. *Studija o kriterijima za procjenu nivoa medijske pismenosti* ukazuje na direktnu vezu između postojanja institucionalne implementacije politike medijskog opismenjavanja

i medijske pismenosti građana i sugeriše da je bez postojanja formalne strategije za poticanje medijske pismenosti stanovništva slaba vjerovatnoća da će to stanovništvo biti medijski pismeno (EAVI, 2010:12).

Upravo iz ovog razloga evropske zemlje imaju u različitoj mjeri razvijene inicijative za unapređenje medijske pismenosti kako u formalnom tako i u neformalnom sektoru. Akteri u ovoj oblasti su brojni, a kao najznačajnije možemo identifikovati sljedeće:

- ministarstva nadležna za obrazovanje,
- ministarstva nadležna za medije, komunikacije i informaciono društvo,
- regulatorna tijela za elektronske medije,
- (samo)regulatorna tijela za štampane medije,
- obrazovne institucije,
- nevladine organizacije,
- medijska industrija i industrija informacionih i komunikacionih tehnologija,
- agencije za statistiku.

Slika 7: Najznačajniji akteri u oblasti unapređenja medijske pismenosti

U brojnim evropskim zemljama ministarstva obrazovanja i kulture nadležna su za promociju medijske pismenosti i razvijanje strategija medijskog opismenjavanja. Sve češće i regulatorna tijela za elektronske medije imaju nadležnosti u ovoj oblasti. Prema istraživanju Evropske platforme regulatornih tijela iz 2008. godine (Machet, 2008), samo u dvije zemlje regulatorna tijela imaju zakonsku obavezu da promovišu medijsku pismenost – britanski Ofcom i četrnaest njemačkih pokrajinskih regulatora. U Njemačkoj je to jedan od centralnih zadataka regulatornih tijela, te ona u tu svrhu dobijaju značajna finansijska sredstva. U ostalim zemljama primjećuje se trend da promovisanje medijske pismenosti postaje sve važniji zadatak i obaveza regulatornih tijela. Većina regulatornih tijela doprinosi promociji medijske pismenosti različitim aktivnostima kao što su uvođenje odredbi o zaštiti maloljetnika, obaveze specijalnog procjenjivanja programa u pogledu zaštite maloljetnika, obaveze klasifikacije programa, izrada izvještaja o svim nepravilnostima kojima se podiže svijest o ulozi i zadatku medija, organizacijom treninga za audiovizuelni sektor, različitim aktivnostima u okviru *Safer Internet Plus Programa* Evropske unije s ciljem zaštite djece i maloljetnika od neprikladnih ili opasnih sadržaja na internetu. U ovom istraživanju većina regulatornih tijela je također navela da su za promociju medijske pismenosti u njihovim zemljama pretežno nadležna ministarstva obrazovanja (Bugarska, Češka, Danska, Belgija, Francuska, Mađarska, Izrael, Malta, Norveška i Portugal). U nekim zemljama ta ministarstva su formirala posebne komisije ili radne grupe koje se bave upravo ovim pitanjem. U Finskoj medijska pismenost zauzima prominentno mjesto u različitim sektorskim politikama uključujući sektore obrazovanja, komunikacija, kulture i socijalnih pitanja (Rantala, 2011). Pored ministarstava obrazovanja i kulture, regulatorna tijela često sarađuju s emiterima, univerzitetima, istraživačkim organizacijama, školama i nevladinim organizacijama s ciljem promocije medijske pismenosti. Ta saradnja je od ključnog značaja. Bitan nosilac aktivnosti medijskog opismenjavanja su i različite nevladine organizacije i inicijative, te sami mediji, a posebno javni servis.

2.7. REZIME POGLAVLJA

Razvoj različitih vrsta medija oduvijek je pratio i razvoj sposobnosti pojedinca da te medije i koristi, odnosno da putem njih prima informacije i komunicira. Pod pojmom medijske pismenosti podrazumijevamo „sposobnost pristupa medijima, razumijevanja i kritičke evaluacije različitih aspekata medija i medijskih sadržaja i ostvarivanja komunikacije u raznovrsnim kontekstima" (Evropska komisija, 2007a). Premda medijska pismenost ne predstavlja nikakvu novinu, primjetan je trend konstantnog rasta interesovanja za ovu temu u posljednjem periodu, jer početkom 21. stoljeća mediji više nego ikad čine neizostavan dio svakodnevnog funkcionisanja pojedinca i društva u cjelini, dok nova tehnološka dostignuća omogućavaju i nove vidove komunikacije, a time i učenja, poslovanja i učešća u demokratskim procesima u društvu.

Iako se tumačenja pojma i koncepta medijske pismenosti razlikuju u zavisnosti od konteksta i društva u kojem se koriste, primjetna je konzistentnost osnovnih definicija koje se koriste u teoriji i u dokumentima UNESCO-a, Vijeća Evrope i institucija Evropske unije utoliko što sadrže četiri osnovna elementa: pristup, analizu, evaluaciju i komunikaciju, te se odnose na široko poimanje medija.

Od osamdesetih godina 20. stoljeća medijska pismenost je, prije svega zahvaljujući aktivnostima UNESCO-a, postala neizostavan dio obrazovanja, a posljednje dvije decenije ona dobija i sve veći značaj u medijskoj politici i medijskoj regulaciji. Pri tome poseban značaj imaju dokumenti Vijeća Evrope i institucija Evropske unije. Ove organizacije su u oblasti medijske pismenosti aktivne u skladu sa svojim mandatom, nadležnostima, načinom funkcionisanja i sredstvima koja su im na raspolaganju. Tako je glavni fokus UNESCO-ovih aktivnosti usmjeren ka medijskoj pismenosti u obrazovnim sistemima i razvoju nastavnih planova i programa. Vijeće Evrope medijsku pismenost prvenstveno povezuje s ostvarivanjem prava na slobodu izražavanja, dok Evropska unija ističe i značaj medijske pismenosti za zaštitu medijskih konzumenata. Pri tome se mogu identificirati dva trenda, i to pomjeranje težišta s aspekta zaštite medijskih konzumenata na aspekt aktivnog odnosa i učešća u komunikaciji i pomjeranje težišta s tradicionalnih medija na nove medije i informacione tehnologije.

Značaj medijske pismenosti za savremeno društvo ogleda se, prije svega, kroz sljedeće četiri funkcije: medijska pismenost smatra se instrumentom za zaštitu djece i maloljetnika, instrumentom za zaštitu medijskih konzumenata, preduvjetom za građansku participaciju, te instrumentom za premošćivanje digitalnog jaza. Najveći značaj pridaje se medijskoj pismenosti kao sredstvu za osposobljavanje građana za aktivno učešće u društvenim procesima. Smatra se da je

u savremeno doba za učešće građana u društvenom životu nužan preduvjet da oni imaju pristup medijima, da su sposobni na odgovarajući način analizirati i evaluirati medijske poruke, te da ostvare komunikaciju putem medija i na taj način izraze svoj stav. Iako je medijska pismenost nedvojbeno individualna kompetencija pojedinca, ambijentalni uvjeti kao što su medijski odgoj, zastupljenost medijske pismenosti u medijskoj politici, u aktivnostima medijske industrije i nevladinih organizacija, te dostupnost medija uveliko utječu na njen razvoj. Kako se medijska pismenost smatra jednom od ključnih kompetencija potrebnih za razvoj pojedinca, ali i društva u cjelini, države su obavezne da kontinuirano rade na unapređenju medijske pismenosti, prije svega, kroz unapređenje ambijentalnih uvjeta. U tu svrhu nužna je saradnja različitih aktera, a u koje se prije svega ubrajaju ministarstva obrazovanja, regulatori u oblasti elektronskih komunikacija, obrazovni sektor, medijska i IKT industrija, te nevladin sektor.

3

MEDIJSKA PISMENOST U BOSNI I HERCEGOVINI

3.1. POJAM I KONCEPT MEDIJSKE PISMENOSTI U BIH

Sam pojam medijske pismenosti kao dio medijske politike i cilj medijskog odgoja rijetko se susreće u Bosni i Hercegovini. Štaviše, čini se da ovaj pojam nije uvriježen ni u krugovima koji se na izvjestan način bave unapređenjem medijske pismenosti, dok mnogi pod tim pojmom ne podrazumijevaju medijsku kompetenciju pojedinca već „pismenost" medija.

U javnosti gotovo da i ne postoji diskusija o konceptu medijske pismenosti i stanju medijske pismenosti građana. To posebno čudi s obzirom na činjenicu da se većina literature o medijima u Bosni i Hercegovini napisane od kraja devedesetih godina prošlog stoljeća odnosi upravo na ulogu medija u širenju nacionalističke propagande. Dok se održavaju brojne diskusije o tome u kojoj mjeri je zastupljen govor mržnje u bosanskohercegovačkim medijima, teško je naći istraživački rad koji propituje na koji način građani pristupaju medijima i medijskim sadržajima, kako ih „čitaju", koliko su u stanju kritički pristupiti evaluaciji sadržaja i iznijeti svoj stav putem medija.

Do sada je objavljena samo jedna publikacija koja se eksplicitno bavi temom medijske pismenosti. Riječ je o zborniku radova pod nazivom *Medijska pismenost i civilno društvo*, koji je izdao Mediacentar Sarajevo 2005. godine, a uredila univerzitetska profesorica iz Hrvatske Nada Zgrabljić-Rotar. Bitno je naglasiti da ovaj zbornik ne razmatra stanje u Bosni i Hercegovini. Pored ovog zbornika, možemo naći i nekoliko kraćih tekstova koji se bave ovom temom, kao što su tekstovi autorice Jelenke Voćkić-Avdagić[26], te Ingrid-Francisce Reichmayr[27].

Kao posljedica dosadašnjeg nedovoljnog interesovanja kako državnih institucija tako i medijske industrije i civilnog društva za ovu temu, u Bosni i Hercegovini ne postoje niti prodiskutovana i prihvaćena definicija medijske pismenosti, niti značajnija istraživanja o toj temi, niti razvijen mehanizam za praćenje stanja medijske pismenosti građana.

3.2. ANALIZA FAKTORA OKRUŽENJA KOJI IMAJU UTJECAJ NA RAZVOJ MEDIJSKE PISMENOSTI U BOSNI I HERCEGOVINI

Ambijentalni uvjeti u velikoj mjeri utječu na razvoj medijske pismenosti kao lične kompetencije pojedinca. Prema *Studiji o kriterijima za procjenu nivoa medijske*

[26] Voćkić-Avdagić, Jelenka (2006), „*Obrazovanje odraslih i mediji*", u Obrazovanje odraslih, Vol. VI, str. 83–94.

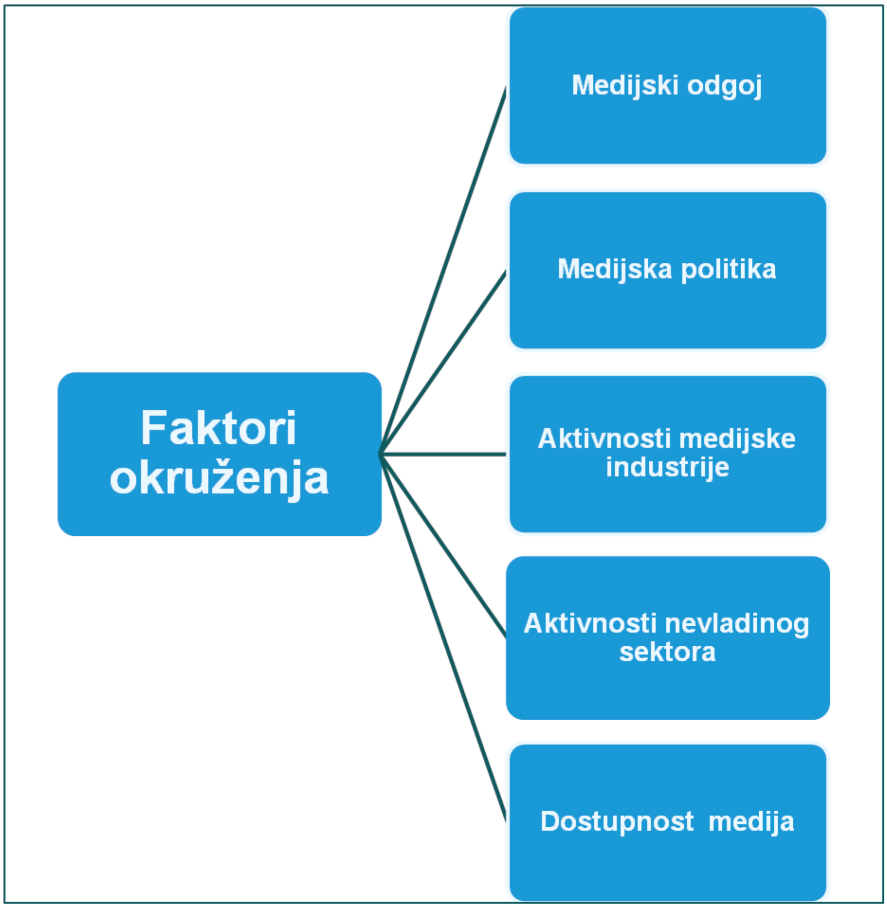
[27] Reichmayr, Ingrid-Francisce (2001), *U prilog medijskom obrazovanju*, <***http://www.mediaonline.ba/ba/?ID=115***> (pristup stranici ostvaren 19. 10. 2011).

pismenosti, koju je izradio konzorcij koji je predvodio European Association for Viewer's Interests 2010. godine za potrebe Evropske komisije, a u svrhu mjerenja stanja medijske pismenosti u zemljama članicama, odnos ambijentalnih uvjeta i ličnih kompetencija prikazan je piramidalnom strukturom, pri čemu faktori okruženja čine osnovu za razvoj individualnih kompetencija.

Slika 8: Piramidalna struktura medijske kompetencije

Pri tome navedena studija (EAVI, 2010:7) identifikuje sljedećih pet osnovnih faktora okruženja koji imaju utjecaj na medijsku pismenost:

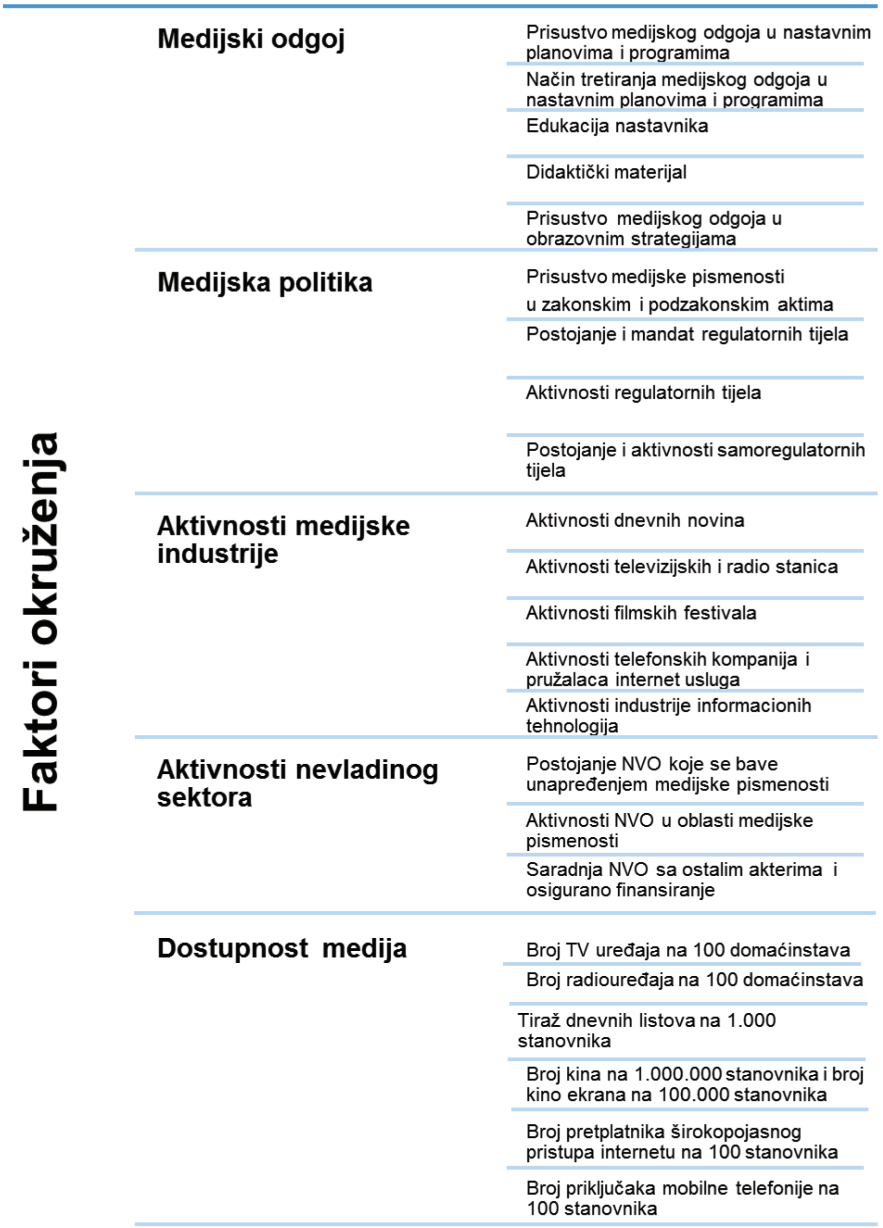
- medijski odgoj,
- medijska politika,
- medijska industrija,
- civilno društvo,
- dostupnost medija i informacija.



Slika 9: Faktori okruženja koji imaju utijecaj na medijsku pismenost

Za svaki od ovih faktora u *Studiji o kriterijima za procjenu nivoa medijske pismenosti* razvijeni su i odgovarajući indikatori koji ukazuju na stepen razvijenosti i utjecaja faktora.

Oslanjajući se na ovu podjelu, u nastavku slijedi analiza ambijentalnih uvjeta koji utječu na stanje medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini. Analiza je izvršena na nivou države u periodu od decembra 2011. do juna 2012. godine na osnovu sljedećih indikatora za medijski odgoj, medijsku politiku, aktivnosti medijske industrije, aktivnosti nevladinog sektora i dostupnost medija:



Slika 10: Indikatori na osnovu kojih je izvršena analiza faktora okruženja u Bosni i Hercegovini

Na osnovu prikazanih indikatora, za svaki pojedinačni faktor utvrđen je jedan od sljedeća tri stepena utjecaja na stanje i unapređenje medijske pismenosti:

Osnovni stepen: okruženje daje neznatan ili nikakav poticaj za unapređenje medijske pismenosti;
Srednji stepen: okruženje daje određen poticaj za unapređenje medijske pismenosti;
Napredni stepen: okruženje daje znatan i sistematičan poticaj za unapređenje medijske pismenosti.

3.2.1. MEDIJSKI ODGOJ

Prisustvo medijskog odgoja u obaveznim nastavnim planovima i programima za učenike osnovnih i srednjih škola značajan je faktor koji utječe na razinu medijske pismenosti. Iako se ne može tvrditi da bez prisustva medijskog odgoja u okviru obaveznog školovanja nije moguće imati medijski pismene građane, činjenica je da je cilj obaveznog školovanja razvoj temeljnih kompetencija svakog pojedinca, a medijska pismenost se danas nedvojbeno smatra jednom od temeljnih kompetencija, te bi stoga trebala biti neizostavan dio obaveznog obrazovanja.

Kada govorimo o medijima i odgoju, nužno je razlikovati dva osnovna koncepta: odgoj *sa* medijima i odgoj *za* medije. U prvom konceptu medije shvatamo kao oruđe, odnosno pomagalo u učenju, a u drugom kao konstitutivni element svakidašnjih životnih situacija i iskustava (Erjavec, 2006:78).

U modernoj pedagogiji mediji predstavljaju neizostavno pomagalo u učenju, međutim, u kontekstu zagovaranja unapređenja medijske pismenosti, odgoj za medije ima mnogo veći značaj. Modeli odgoja za medije u Evropi obuhvataju stjecanje analitičkih vještina i sposobnost izražavanja pojedinca u estetskom i tehničkom smislu, te uključuju sljedeće ključne sadržaje: komunikacija i mediji (teorija komuniciranja, kulture, socijalizacija i mediji), historija medija (historijski razvoj medija od štampe do multimedijske tehnologije), medijski primaoci/publika (teorija medijske recepcije), medijski tekstovi (žanrovi, medijski jezik i medijska estetika), medijski oblici (osobine različitih medija), samoprodukcija (uvid u korištenje medija iz estetskog aspekta i kao sredstva za komuniciranje) (Tufte, 1999:207, u: Erjavec, 2006:80).

Pored navedenog, vidjeli smo da se u dokumentima UNESCO-a, Vijeća Evrope i institucija Evropske unije obaveza unapređenja medijskog odgoja odnosi kako na formalno tako i na neformalno obrazovanje, te na sve uzraste od predškolskog, preko školskog i visokoškolskog do obrazovanja odraslih.

Najveći značaj pridaje se odgoju za medije u okviru formalnog obrazovanja u školama, pri čemu postoje različiti modaliteti uključivanja odgoja za medije u školske sisteme. Razlikujemo četiri temeljna modela:

- Odgoj za medije kao specijalizirani predmet;
- Odgoj za medije koji se podučava kao dio postojećeg predmeta u kurikulima, obično maternjeg jezika;
- Pojedini dijelovi odgoja za medije mogu biti uključeni u različite predmete, naprimjer, učenja jezika, literature, historije, geografije itd. Taj oblik potiče učitelj koordinator;
- Odgoj za medije kao slobodna aktivnost. Aspekti odgoja za medije tema su unutar integriranog nastavnog plana, koji se ne temelji na postojećim školskim predmetima.
- (Mastermann, 1994:60-61, u: Erjavec, 2006:83)

Za potrebe analize medijskog odgoja u Bosni i Hercegovini kao ambijentalnog uvjeta za unapređenje medijske pismenosti, fokus je na odgoju za medije u okviru osnovnog i srednjoškolskog obrazovanja u Bosni i Hercegovini. Pri tome sljedeći indikatori ukazuju na stepen razvoja medijskog odgoja kao faktora za unapređenje medijske pismenosti:

- prisustvo medijskog odgoja/medijske pismenosti u obaveznim nastavnim planovima i programima,
- način tretiranja medijskog odgoja u obaveznim nastavnim planovima i programima,
- edukacija nastavnika za medijski odgoj,
- didaktički materijal za medijski odgoj,
- prisustvo medijskog odgoja/medijske pismenosti u strategijama u oblasti obrazovanja.

Istraživanje je urađeno putem analize nastavnih planova i programa i strategija donesenih u oblasti obrazovanja, te anketiranja nadležnih institucija i praktičara u oblasti obrazovanja i obrazovne politike.

a) Prisustvo i način tretiranja medijskog odgoja/medijske pismenosti u obaveznim nastavnim planovima i programima

Institucionalna slika obrazovnog sektora u Bosni i Hercegovini odraz je uređenja države definiranog Ustavom Bosne i Hercegovine. Punu i nepodijeljenu nadležnost u obrazovanju imaju Republika Srpska, deset kantona u Federaciji Bosne i Hercegovine i Distrikt Brčko. Posljedica ovakvog načina uređenja obrazovanja je

postojanje različitih nastavnih planova i programa za svaki od navedenih administrativnih nivoa. Ministri obrazovanja entiteta i kantona i direktor Odjela za obrazovanje Distrikta Brčko 2003. godine usvojili su Sporazum o Zajedničkoj jezgri nastavnih planova i programa[28], kojom se obavezuju uključiti Zajedničku jezgru nastavnih planova i programa u planove i programe koje oni donose, a koji se izučavaju u područjima pod njihovom nadležnošću.

S obzirom na to da navedena Zajednička jezgra nastavnih planova i programa čini obaveznu osnovu za sve nastavne planove i programe, izvršena je analiza Zajedničke jezgre nastavnih planova i programa za osnovne škole i Zajedničke jezgre nastavnih planova i programa za gimnaziju kako bi se utvrdilo:

1. prisustvo medijskog odgoja/medijske pismenosti u obaveznim nastavnim planovima i programima,
2. način tretiranja medijskog odgoja u obaveznim nastavnim planovima i programima.

[28] Sporazum o Zajedničkoj jezgri nastavnih planova i programa, Službeni glasnik BiH 24/03.

Analizom Zajedničke jezgre nastavnih planova i programa za osnovne škole utvrđeno je da se medijski odgoj/medijska pismenost ne pojavljuje kao poseban predmet. Odgoj za medije naziva se medijskom kulturom i podučava se u okviru nastave maternjeg jezika. U nastavku slijedi prikaz programskih sadržaja koji su navedeni u Zajedničkoj jezgri nastavnih planova i programa za osnovne škole u okviru predmeta Bosanski/Hrvatski/Srpski jezik i književnost, a koji se odnose na medijsku kulturu:

Tabela 1: Programski sadržaji vezani za medijski odgoj u Zajedničkoj jezgri nastavnih planova i programa za osnovne škole u okviru predmeta Bosanski/Hrvatski/Srpski jezik i književnost

Razred	Programski sadržaji u okviru predmeta Bosanski/Hrvatski/Srpski jezik i književnost
I/II[29]	**MEDIJSKA KULTURA** **Film, pozorište i TV-emisije**
II/III	**MEDIJSKA KULTURA** **Filmovi i TV-emisije** **Animirani i igrani film** **Biblioteka**
III/IV	**MEDIJSKA KULTURA** **Film: vrste filmova – crno-bijeli i film u boji**
IV/V	**MEDIJSKA KULTURA** **Film (proširivanje znanja)**
V/VI	**MEDIJSKA KULTURA** **Pozorište** **Stvaranje i razvoj scenske i filmske umjetnosti**
VI/VII	**MEDIJSKA KULTURA** **Prijedlog: strip**
VII/VII	
VIII/IX	**JEZIČNO IZRAŽAVANJE I MEDIJSKA KULTURA** **Interpretativno čitanje različitih vrsta tekstova** **Kritički prikaz filma, radijske i televizijske emisije, pozorišne predstave** **Reportaža**

Na osnovu ovog prikaza možemo zaključiti da medijski odgoj nije adekvatno prisutan ni u kvantitativnom ni u kvalitativnom smislu. Programski sadržaji se odnose prvenstveno na tradicionalne audiovizuelne medije kao što su televizija

S obzirom na to da se u trenutku donošenja Zajedničke jezgre nastavnih planova i programa za osnovne škole nastava odvijala i kao osmogodišnje i kao devetogodišnje školovanje, distribucija sadržaja u Federaciji Bosne i Hercegovine se provodi od prvog do osmog razreda, odnosno od drugog do devetog razreda u Republici Srpskoj.

i film. Također, vidljivo je da je glavni fokus na analizi medijskih sadržaja u smislu razumijevanja jezika kojim mediji govore, dok su aspekti ostvarivanja pristupa medijima, kritičke evaluacije medijskih sadržaja i razvijanja kompetencije za ostvarivanja komunikacije putem medija zanemareni.

Pojedini aspekti odgoja za medije podučavaju se u okviru predmeta Informatika kao izborni predmet za 8/9. razred. Kao programski sadržaj navodi se, između ostalog, web-dizajn – dizajniranje i izrada web-stranice, što ukazuje na poticanje kreativnog aspekta i ostvarivanja komunikacije. Također, u okviru predmeta Likovna kultura za 4/5. razred navedeni su programski sadržaji: upoznavanje, prepoznavanje, osvještavanje i usvajanje vizuelnih medija i vizuelnog komuniciranja, vizuelna komunikacija spotom, reklamom, TV-porukom što ukazuje na razvijanje kompetencija analize, odnosno sposobnosti „čitanja" jezika vizuelnih medija i vizuelnog komuniciranja.

Analizom Zajedničke jezgre nastavnih planova i programa za gimnaziju utvrđeno je da se medijski odgoj/medijska kultura više ne pojavljuje kao programski sadržaj u okviru nastave maternjeg jezika. U nastavku slijedi prikaz programskih sadržaja koji su navedeni u Zajedničkoj jezgri nastavnih planova i programa za gimnazije u okviru predmeta Demokratija i ljudska prava:

Tabela 2: Programski sadržaji u vezi s medijskim odgojem u okviru predmeta Demokratija i ljudska prava

Razred	Programski sadržaji u okviru predmeta Demokratija i ljudska prava
III/IV	**Sloboda izražavanja dva sata** **Uloga medija u demokratiji dva sata**

Iz navedenog se može zaključiti da se u okviru predmeta Demokratija i ljudska prava težište odgoja za medije upravo stavlja na aspekt značaja medija za demokratiju i uživanje ljudskih prava. Iako to u poređenju s predviđenim programskim sadržajima za osnovnu školu predstavlja znatan pomak u kvalitativnom smislu, s aspekta kvantiteta predviđena četiri školska sata za medijski odgoj za cjelokupno četverogodišnje školovanje ne mogu se smatrati dovoljnim.

Pored analize navedenih dokumenata, u proljeće 2012. godine Agenciji za predškolsko, osnovno i srednje obrazovanje, entitetskim i kantonalnim prosvjetno-pedagoškim zavodima, nastavnicima i profesorima srednjih i osnovnih škola koji predaju razrednu nastavu i maternji jezik upućen je Anketni upitnik o medijskom odgoju u obrazovnom sistemu BiH. Cilj ove ankete bio je istražiti zastupljenost i način tretiranja medijskog odgoja u obrazovnom sistemu u Bosni i Hercegovini, te mogućnosti za edukaciju nastavnika i didaktički materijal raspoloživ za medijski odgoj. Upitnik je sadržavao pet pitanja zatvorenog tipa

i jedno otvorenog tipa. Prikupljeno je ukupno 26 odgovora, od toga 25 odgovora nastavnika i profesora osnovnih i srednjih škola koji predaju maternji jezik ili razrednu nastavu i jedan odgovor Agencije za predškolsko, osnovno i srednje obrazovanje. Niti jedan prosvjetno-pedagoški zavod nije odgovorio na upitnik.

Na pitanje da li je medijski odgoj na odgovarajući način zastupljen u nastavnim planovima i programima 18 ispitanika, tj. 69% odgovorilo je negativno, sedam ispitanika 27% odgovorilo je pozitivno, a jedan ispitanik je rekao da ne zna. Dakle, zastupljenost medijskog odgoja u nastavnim planovima i programima pretežno je negativno ocijenjena, kao što se vidi iz grafičkog prikaza u nastavku:

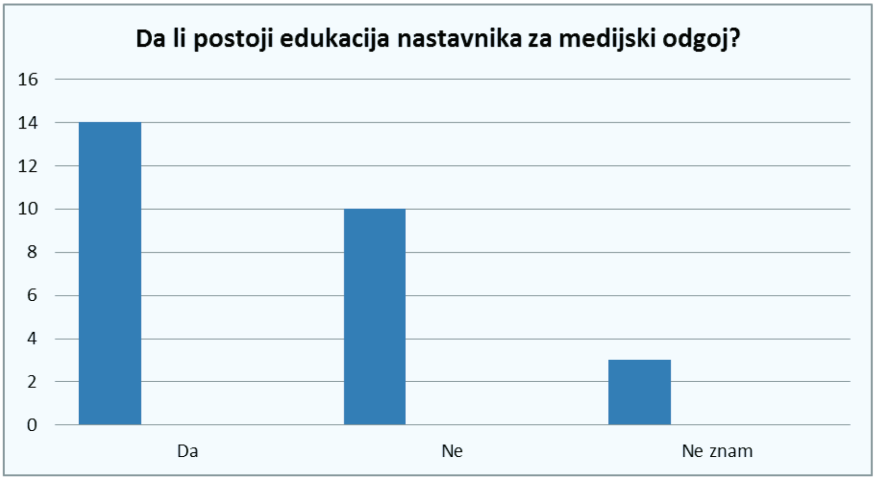
Slika 11: Zastupljenost medijskog odgoja u nastavnim planovima i programima

b) Edukacija nastavnika za medijski odgoj

Kako bi se utvrdilo postojanje i kvalitet edukacije nastavnika za medijski odgoj i didaktičkog materijala za medijski odgoj, relevantni podaci su prikupljeni putem anketnog upitnika.

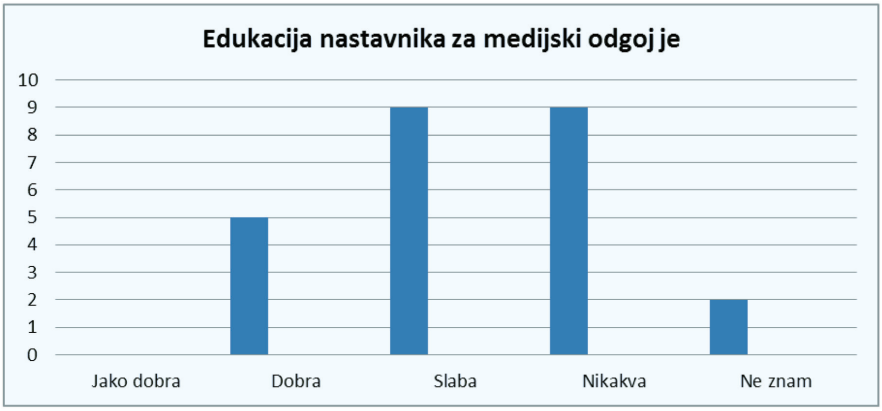
Na pitanje da li postoji edukacija nastavnika za medijski odgoj 51% ispitanika odgovorilo je pozitivno, pri čemu su neki naveli da se radi o edukaciji u okviru didaktike nastave Bosanskog/Hrvatskog/Srpskog jezika i književnosti. Negativno je odgovorilo 37% ispitanika, dok je 11% ispitanika odgovorilo da ne zna da li postoji edukacija nastavnika za medijski odgoj. Na osnovu ovih podataka da se zaključiti da svaki nastavnik ne mora obavezno proći edukaciju za medijski odgoj. Ona ovisi o volji i afinitetima kako predavača na pedagoškim fakultetima

tako i samih studenata koji na nekim pedagoškim fakultetima mogu da izaberu Medijsku kulturu kao izborni predmet. U nastavku slijedi grafički prikaz navedenih rezultata:



Slika 12: Postojanje edukacije nastavnika za medijski odgoj

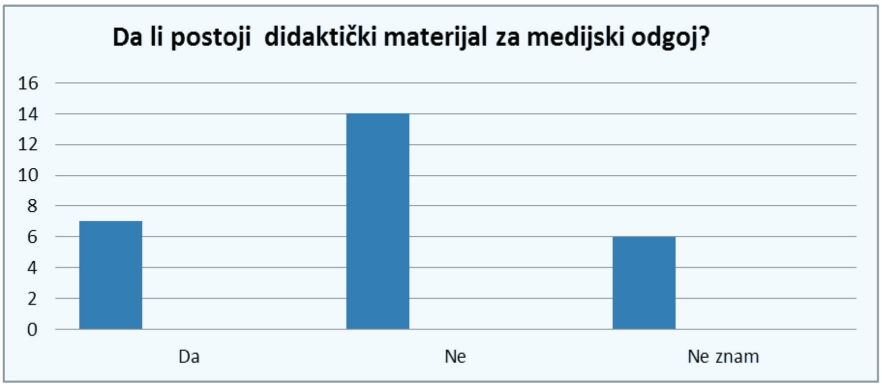
Sljedeće pitanje se odnosilo na kvalitet edukacije nastavnika za medijski odgoj. Pri tome edukaciju za nastavnike niko nije ocijenio kao jako dobru, 36% ispitanika odgovorilo je da je ona nikakva, 36% da je slaba, a samo 20% da je dobra. U nastavku slijedi grafički prikaz odgovora iz kojeg je vidljivo da je edukacija nastavnika za medijski odgoj pretežno ocijenjena kao slaba ili nikakva:



Slika 13: Kvalitet edukacije nastavnika za medijski odgoj

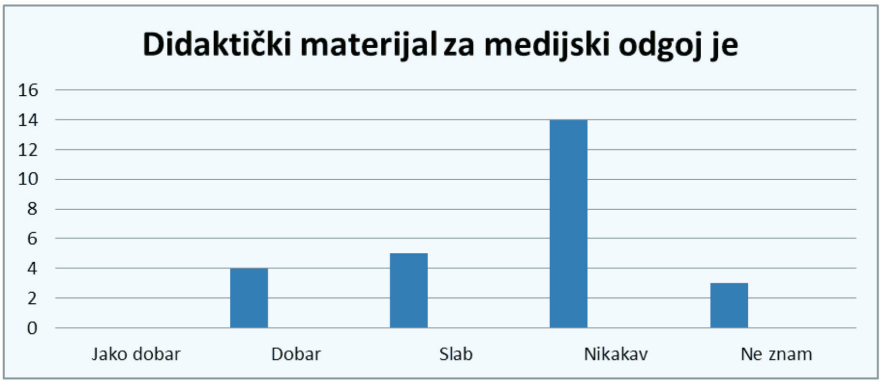
c) Didaktički materijal za medijski odgoj

Na pitanje da li postoji razvijen didaktički materijal za medijski odgoj 26% ispitanika odgovorilo je potvrdno, 52% negativno, a 22% da ne zna. Na osnovu tih podataka možemo zaključiti da didaktički materijal za medijski odgoj ne postoji u zadovoljavajućoj količini ili nastavnici nisu upoznati s njegovim postojanjem.



Slika 14: Postojanje didaktičkog materijala za medijski odgoj

Sljedeće pitanje odnosilo se na kvalitet didaktičkog materijala za medijski odgoj. Samo 15% ispitanika ocijenilo je kvalitet didaktičkog materijala za medijski odgoj kao dobar, dok ga je 19% ispitanika ocijenilo kao slab. Više od polovine ispitanika 54% ocijenilo je da je didaktički materijal za medijski odgoj nikakav, odnosno da ne postoji.



Slika 15: Kvalitet didaktičkog materijala za medijski odgoj

d) Prisustvo medijskog odgoja/medijske pismenosti u strategijama u oblasti obrazovanja

U svrhu procjene prisustva medijskog odgoja u obrazovnim strategijama analizirani su najznačajniji strateški dokumenti. Kao rezultat reformi obrazovanja, na nivou BiH usvojene su četiri strategije, i to: *Strateški pravci razvoja predškolskog odgoja i obrazovanja u BiH; Strategija razvoja stručnog obrazovanja i obuke u BiH za period 2007–2013. godine i Strateški pravci razvoja obrazovanja u BiH, s planom implementacije 2008–2015,* te *Mapa puta i plan aktivnosti za uključivanje BiH u EU programe za cjeloživotno učenje i Mladi u akciji.*

Analizom ovih strateških dokumenata možemo konstatovati da niti jedan od njih ne razmatra medijski odgoj. Mediji i/ili komunikacija se spominju samo u dva dokumenta.

Dokument *Strateški pravci razvoja predškolskog odgoja i obrazovanja u BiH* sadrži cijelo poglavlje pod nazivom Djeca i mediji. U ovom poglavlju razmatra se isključivo na koji način mediji trebaju zaštititi djecu predškolskog uzrasta od svih utjecaja štetnih za razvoj, odgoj i obrazovanje, dok se potreba za medijskim odgojem djece i ostali akteri koji bi trebali biti uključeni u medijski odgoj djece predškolskog uzrasta, kao što su roditelji, ustanove za predškolski odgoj i sl. ne spominju.

U dokumentu Strateški pravci razvoja obrazovanja u BiH, s planom implementacije 2008–2015. ističe se da je Evropska unija kao jedno od pet novih osnovnih umijeća koje treba razvijati kod svake mlade osobe i odraslih odredila i informatičko-komunikacione sposobnosti. Nadalje se konstatuje da je informatičko-komunikacijska opremljenost škola veoma loša i da relativno mali broj škola ima savremene kompjuterske učionice sa softverskom podrškom koja se može koristiti u svakodnevnoj nastavi. Međutim, u ovom dokumentu se ne navodi na koji način se planira unaprijediti razvijanje informatičko-komunikacione sposobnosti.

e) Zaključak o medijskom odgoju kao faktoru unapređenja medijske pismenosti

Analiza stanja medijskog odgoja kao faktora unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini pokazala je da okruženje u ovom segmentu daje neznatan poticaj za unapređenje medijske pismenosti. Medijski odgoj u smislu odgoja za medije je u obaveznim nastavnim planovima i programima za osnovne škole zastupljen pod nazivom medijska kultura u okviru predmeta Bosanski/Hrvatski/Srpski jezik i

književnost. Međutim, prisustvo odgoja za medije nije zadovoljavajuće ni u kvalitativnom ni u kvantitativnom smislu. Određeni aspekti medijske pismenosti zastupljeni su minimalno i u drugim predmetima kao što su Likovna kultura i Informatika. Čini se da je koncept dosta zastario i da ne prati aktuelni razvoj medija, već fokus stavlja na tradicionalne medije kao što su televizija i film. U nastavnim planovima i programima za gimnazije medijski odgoj podučava se u okviru predmeta Demokratija i ljudska prava. Fokus je na kritičkom razumijevanju uloge medija u demokratskom društvu i u ostvarivanju ljudskih prava, međutim, kvantitet je nezadovoljavajući – predviđena su četiri školska časa za četiri godine srednjoškolskog obrazovanja. I sami obrazovni stručnjaci i nastavnici ocjenjuju da medijski odgoj nije na odgovarajući način zastupljen u obaveznim nastavnim planovima i programima. Edukacija nastavnika za medijski odgoj nije na odgovarajućem nivou, nastavnici ne moraju obavezno proći edukaciju iz medijskog odgoja, već to uveliko ovisi o njihovim afinitetima i ponudi fakulteta na kojima se obrazuju. Didaktički materijal čini se, također, posebno slabom karikom: ili ne postoji ili nastavnici nisu dovoljno upoznati s njegovim postojanjem. Analizom strategija u oblasti obrazovanja u BiH utvrđeno je da medijski odgoj ne predstavlja prioritet niti mu se pridaje odgovarajući značaj u obrazovnoj politici.

U skladu s navedenim, možemo zaključiti da okruženje u segmentu medijskog odgoja u Bosni i Hercegovini daje neznatan poticaj za unapređenje medijske pismenosti i da se nalazi na osnovnom stepenu.

3.2.2. ZASTUPLJENOST MEDIJSKE PISMENOSTI U MEDIJSKOJ POLITICI

Medijska politika, kao skup nastojanja prvenstveno države, ali i nevladinog sektora da se utječe na medije, obuhvata pravni okvir za djelovanje medija, te aktivnosti regulacije, koregulacije i samoregulacije medija.

Kad govorimo o medijskoj politici kao faktoru koji utječe na razinu medijske pismenosti građana, najveći značaj se pridaje dijelu medijske politike koji reguliše odnos između medija i medijskih korisnika, te aktivnostima regulatornih i samoregulatornih tijela.

Za analizu medijske politike kao faktora unapređenja medijske pismenosti možemo identifikovati sljedeće indikatore:

- prisustvo medijske pismenosti u zakonskim i podzakonskim aktima koji uređuju djelovanje medija i javno informisanje,
- postojanje i mandat regulatornih tijela za medije,
- aktivnosti regulatornih tijela na unapređenju medijske pismenosti,
- postojanje i aktivnosti samoregulatornih tijela za medije.

Prisustvo medijske pismenosti u zakonskim i podzakonskim aktima koji uređuju djelovanje medija i javno informisanje

Najznačajniji zakonski i podzakonski akti u oblasti medija i komunikacija u Bosni i Hercegovini su:

- Zakon o komunikacijama Bosne i Hercegovine,
- Zakon o Javnom radio-televizijskom sistemu Bosne i Hercegovine,
- Zakon o Javnom radio-televizijskom servisu Bosne i Hercegovine,
- Zakon o Radio-televiziji Republike Srpske,
- Zakon o Javnom servisu Radio-televizije Federacije Bosne i Hercegovine,
- Zakon o zaštiti od klevete Federacije Bosne i Hercegovine,
- Zakon o zaštiti od klevete Republike Srpske,
- Politika sektora emitovanja,
- Pravilo 58/11 o pružanju medijskih usluga radija,
- Pravilo 55/11 o pružanju audiovizuelnih medijskih usluga,
- Pravilo 57/11 o javnim radio i televizijskim stanicama,
- Pravilo 56/2011 o dozvolama za distribuciju audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija,
- Kodeks o komercijalnim komunikacijama,
- Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija,
- Strategija prelaska s analogne na digitalnu zemaljsku radiodifuziju u frekvencijskim opsezima 174-230 MHz i 470-862 MHz u Bosni i Hercegovini.

Navedeni pravni okvir se smatra dosta dobrom i modernom osnovom za razvoj i funkcionisanje medija u Bosni i Hercegovini. Odredbe navedenih akata u velikoj mjeri poštuju preporučene standarde Vijeća Evrope. Regulativa vezana za audiovizuelni sektor data u pravilima i kodeksima Regulatorne agencije za komunikacije BiH u potpunosti je usklađena s odredbama Konvencije o prekograničnoj televiziji Vijeća Evrope, a od 2012. godine i s primjenjivim odredbama Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama. U nastavku slijedi analiza pojedinačnih zakonskih i podzakonskih akata s aspekta njihovog utjecaja na medijsku pismenost.

Zakon o komunikacijama Bosne i Hercegovine kao *lex specialis* reguliše oblast komunikacija u Bosni i Hercegovini. Njime se, između ostalog, uspostavlja i definiše mandat Regulatorne agencije za komunikacije Bosne i Hercegovine kao konvergentnog regulatora. Analizom ovog zakona može se utvrditi da se medijska pismenost eksplicitno ne spominje u njemu. Međutim, ovim zakonom se uspostavlja politički i finansijski nezavisno regulatorno tijelo nadležno za regulaciju sektora komunikacija, te se definišu regulatorni principi emitovanja koji, između ostalog, obuhvataju zaštitu slobode izražavanja i raznolikosti mišljenja, kao i odvojenost emitera od političke kontrole i manipulacije u cilju jačanja demokratskih principa

i uspostavljanja tržišne ekonomije. Možemo zaključiti da se ovim zakonom, bez eksplicitnog navođenja medijske pismenosti, predviđanjem postojanja nezavisnog regulatornog tijela i definisanjem regulatornih principa u skladu s evropskom praksom stvara značajan preduvjet za razvoj medijske pismenosti.

Sistem javnog emitovanja u Bosni i Hercegovini čine Radio-televizija Bosne i Hercegovine, Radio-televizija Federacije Bosne i Hercegovine, Radio-televizija Republike Srpske i Korporacija javnih RTV servisa Bosne i Hercegovine. Zakonom o Javnom radio-televizijskom sistemu Bosne i Hercegovine uređuju se Javni radio-televizijski sistem u Bosni i Hercegovini i odnosi tri javna RTV servisa i zajedničkog pravnog subjekta unutar tog sistema, kao i njegova djelatnost i organizacija. Zakonom o Javnom radio-televizijskom servisu Bosne i Hercegovine uređuje se Javni radio-televizijski servis Bosne i Hercegovine, kao i njegova registracija, djelatnost i ustroj. Zakonom o Radio-televiziji Republike Srpske uređuje se Javni radio-televizijski servis Republike Srpske. Zakonom o Javnom servisu Radio-televizije Federacije Bosne i Hercegovine uređuje se Javni radio-televizijski servis Federacije Bosne i Hercegovine. Navedenim zakonima su, između ostalog, definisani i zadaci javnih RTV servisa, programski principi i programske zabrane, obaveza poštivanja pravila Regulatorne agencije za komunikacije BiH i propisa vezanih za zaštitu autorskih prava i intelektualne svojine. Međutim, niti jedan od navedena četiri zakona ne sadrži odredbe koje se odnose na medijsku pismenost. Ovim zakonima se, dakle, ne nameće obaveza javnim RTV servisima u Bosni i Hercegovini da na bilo koji način unapređuju medijsku pismenost.

Zakonima o zaštiti od klevete uređuju se prihvatljiva ograničenja slobode izražavanja u pogledu građanske odgovornosti za štetu nanesenu ugledu fizičkog ili pravnog lica iznošenjem ili prenošenjem nečeg neistinitog. Ovaj zakon, također, ne sadrži odredbe koje se na bilo koji način odnose na medijsku pismenost.

Na osnovu Zakona o komunikacijama Bosne i Hercegovine Vijeće ministara izrađuje i donosi Politiku sektora emitovanja u Bosni i Hercegovini kojom se daju smjernice za ostvarenje Zakona o komunikacijama i obaveze date međunarodnim konvencijama i direktivama. Analizom Politike sektora emitovanja može se zaključiti da je ovo jedini propis u sektoru komunikacija u kojem se eksplicitno spominje medijska pismenost i kojim se propisuju i određene obaveze i zadaci države i entiteta, Regulatorne agencije za komunikacije BiH i javnih RTV servisa, a koje imaju utjecaj na stanje i razvoj medijske pismenosti. Ističući značaj radiodifuzije za demokratske i kulturne potrebe svakog društva, u Politici sektora emitovanja ukazuje se na nužnost da svi građani, pa i oni iz ekonomski nerazvijenih područja, imaju pristup signalima javnih RTV servisa i različitim programskim sadržajima, te se navodi da država mora imati i poseban interes za rješavanje ove problematike

i mogućnost utjecaja na razvoj prijenosne mreže. Problem socijalne dimenzije isključenosti podcrtava se u kontekstu prelaska na digitalnu zemaljsku radiodifuziju, te se javnim RTV servisima propisuje obaveza da omoguće „građanima širok spektar informacija o medijima, jer je medijska pismenost ključni faktor u smanjenju rizika od 'digitalne podijeljenosti'"[29]. Politikom sektora emitovanja navode se i obaveze države i entiteta da garantuju zaštitu i promociju medijskog pluralizma, da se subvencioniranjem troškova za nabavku uređaja za dekodiranje TV-signala izbjegne rizik od digitalne podijeljenosti između različitih socijalnih kategorija, te da osiguraju dodatna sredstva za razvoj prijenosne mreže kako bi građani koji plaćaju RTV taksu mogli primati RTV signale. Kao zadatak Regulatorne agencije za komunikacije BiH navodi se obaveza da zaštiti pluralitet i raznovrsnost medija, da politikom izdavanja dozvola za digitalno emitovanje osigurava raznovrsnu ponudu usluga i pravo svim građanima BiH da mogu primati što veći broj programskih sadržaja. Dakle, pored eksplicitnog navođenja značaja medijske pismenosti kao ključnog faktora za smanjenje rizika od digitalne podijeljenosti i definisanja obaveze javnih RTV servisa da unapređuju medijsku pismenost građana putem pružanja širokog spektra informacija o medijima, Politikom sektora emitovanja propisuju se i obaveze kojima se garantuje pravo i mogućnost građana da pristupe medijima, odnosno da primaju RTV signal, zaštita pluraliteta i raznovrsnosti medija i njihove programske ponude, te zaštita potencijalno ugroženih i osjetljivih društvenih grupa, a što predstavlja značajnu osnovu za razvoj medijske pismenosti.

Članom 3. Zakona o komunikacijama utvrđene su nadležnosti institucija Bosne i Hercegovine u oblasti komunikacija, pri čemu je Agenciji za komunikacije BiH data nadležnost za regulisanje oblasti komunikacija, a što uključuje i uspostavljane regulatornog okvira za rad pružalaca usluga iz sektora emitovanja i telekomunikacija. Regulatorni okvir za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija čine sljedeća pravila i kodeksi koji su 2011. godine revidirani i u potpunosti usklađeni s Konvencijom o prekograničnoj televiziji Vijeća Evrope i primjenjivim odredbama Direktive o audiovizuelnim medijskim uslugama Evropske unije:

Pravilo 58/11 o pružanju medijskih usluga radija,
Pravilo 55/11 o pružanju audiovizuelnih medijskih usluga,
Pravilo 57/11 o javnim radio i televizijskim stanicama,
Pravilo 56/2011 o dozvolama za distribuciju audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija,
Kodeks o komercijalnim komunikacijama,
Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija.

[29] Politika sektora emitovanja, <***http://rak.ba/bih/index.php?uid=1269441148***> (pristup stranici ostvaren 1. 2. 2012).

Analizom ovih podzakonskih akata možemo utvrditi da se u njima medijska pismenost ne spominje eksplicitno. Međutim, postoje određene odredbe za koje možemo tvrditi da pozitivno utječu na stanje medijske pismenosti građana. To su, prvenstveno, odredbe kojima se osigurava poštivanje standarda zaštite djece i maloljetnika i osjetljivih kategorija stanovništva, uključujući obavezu kategorizacije i označavanja sadržaja koji nisu pogodni za sve kategorije stanovništva, obaveze koje se odnose na komercijalne komunikacije i kojima se uspostavlja zabrana prikrivenog oglašavanja, kao i obaveza odgovarajućeg označavanja određenih vrsta komercijalnih komunikacija kao što je plasman proizvoda, te obaveza objavljivanja kontakt-podataka pružalaca usluga radi komunikacije s korisnicima usluga. Na taj način garantuje se poštivanje profesionalnih standarda u oblasti pružanja audiovizuelnih medijskih usluga i usluga radija, te zaštita i informisanje medijskih konzumenata.

Nadalje, značajne odredbe sadrži i Pravilnik o postupku rješavanja kršenja uvet dozvola i propisa Regulatorne agencije za komunikacije. Ovim pravilnikom se predviđa da svako fizičko ili pravno lice iz Bosne i Hercegovine može uložiti agenciji prigovor/prijavu na programske sadržaje za koje smatra da predstavljaju kršenje pravila i kodeksa agencije, u roku od 14 dana od dana emitovanja spornog sadržaja, odnosno na kršenje uvjeta dozvole pružatelja javne telekomunikacijske usluge, a koje je u vezi s pravima fizičkog ili pravnog lica koje podnosi prijavu. Podnosioci prigovora također imaju mogućnost da prigovor u pismenoj formi upute direktno stanici koja je emitovala sporni program, odnosno pružaocu javne telekomunikacijske usluge. Na ovaj način se građanima omogućava da kao medijski konzumenti zauzmu aktivnu ulogu i reaguju na medijske sadržaje za koje smatraju da nisu u skladu s propisima.

Zaključno, na osnovu analize najznačajnijih zakonskih i podzakonskih akata u oblasti medija i komunikacija u Bosni i Hercegovini možemo utvrditi da medijska pismenost nije dovoljno zastupljena u njima. Utvrđeno je da se medijska pismenost eksplicitno spominje u samo jednom podzakonskom aktu, te nije postavljena kao strateški cilj u oblasti informisanja, medija i komunikacija.

Postojanje i mandat regulatornih tijela za medije

Na osnovu Zakona o komunikacijama Bosne i Hercegovine uspostavljena je Regulatorna agencija za komunikacije Bosne i Hercegovine kao nezavisna institucija na državnom nivou koja ima nadležnost za regulisanje oblasti komunikacija. U članu 36. Zakona o komunikacijama Bosne i Hercegovine navodi se da ja agencija „funkcionalno nezavisna i neprofitna institucija sa statusom pravnog lica prema zakonima Bosne i Hercegovine" koja obavlja svoje dužnosti u skladu

s ciljevima i regulatornim principima, navedenim u Zakonu te u sektorskim politikama Vijeća ministara. Također se navodi da i „tijela Agencije, njeni zvaničnici i osoblje djeluju u interesu Bosne i Hercegovine i njenih građana u cjelini".

Glavni zadaci Regulatorne agencije za komunikacije BiH su izdavanje dozvola u oblasti emitovanja, telekomunikacijskih usluga i korištenja radiofrekventnog spektra u Bosni i Hercegovini, uspostavljanje regulatornog okvira za pružanje usluga u navedenim oblastima, te praćenje poštivanja uvjeta dozvola. Zakonom o komunikacijama definisani su i regulatorni principi emitovanja, na osnovu kojih Regulatorna agencija za komunikacije BiH djeluje, a koji, između ostalog, obuhvataju zaštitu slobode izražavanja i raznolikosti mišljenja kao i odvojenost emitera od političke kontrole i manipulacije u cilju jačanja demokratskih principa i uspostavljanja tržišne ekonomije. Nadalje, u misiji Regulatorne agencije za komunikacije BiH navode se zadaci agencije među kojima su i unapređivanje najviših nivoa profesionalizma operatora telekomunikacija i elektronskih medija u Bosni i Hercegovini, stimulisanje stvaranja uvjeta za kontinuiran razvoj medijskih sloboda, te na taj način pomaganje u uspostavi građanskog društva, podržavanje učešća građana u doprinosu promociji profesionalnog i odgovornog medijskog sektora, podržavanje uvođenja novih tehnologija i usluga u skladu s potrebama korisnika, te promocija razvoja informacionog društva u Bosni i Hercegovini.[30]

Možemo zaključiti da se i bez eksplicitnog navođenja aktivnosti u oblasti medijske pismenosti kao obaveze Regulatorne agencije za komunikacije BiH, predviđanjem postojanja nezavisnog regulatornog tijela i definisanjem regulatornih principa u skladu s evropskom praksom stvara značajan preduvjet za razvoj medijske pismenosti.

Aktivnosti regulatornih tijela na unapređenju medijske pismenosti

Iako se unapređenje medijske pismenosti ne navodi eksplicitno u zakonodavnom okviru kao obaveza Regulatorne agencije za komunikacije BiH, ona u skladu s modernim poimanjem regulatornih zadataka i praksom regulatora u Evropi poduzima određene aktivnosti u ovoj oblasti. Pored aktivnosti koje obuhvataju unapređenje profesionalnih standarda donošenjem propisa kojima se regulišu oblasti emitovanja i telekomunikacija, te uspostave mehanizama kojima se osigurava poštivanje navedenih propisa, a koji uključuju i mehanizme u kojima građani mogu ulagati prigovore na sadržaje ili usluge za koje smatraju da predstavljaju kršenje propisa, Regulatorna agencija za komunikacije BiH

[30] Regulatorna agencija za komunikacije BiH: *Misija*, <***http://rak.ba/bih/index.php?uid=1268628374***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

poduzima i aktivnosti koje su izričito usmjerene na unapređenje medijske pismenosti. Tako se na službenoj web-stranici Agencije može naći sekcija pod nazivom Medijska pismenost i zaštita djece i maloljetnika[31], koja sadrži dokumente vezane za medijsku pismenost.

Na osnovu analize materijala sa službene web-stranice primjetno je da Agencija polazi od definicije medijske pismenosti Evropske komisije. U dokumentu pod nazivom „Medijska pismenost i zaštita djece" pojašnjava se koncept medijske pismenosti, te se daje kratki prikaz situacije medijske pismenosti u BiH, pri čemu se navodi:

Obrazovanje nastavnika, roditelja, djece i medijskih potrošača generalno nije zadovoljavajuće s obzirom na tehnološke aspekte novih medija, kao što su korištenje, potencijalne prijetnje i mehanizmi zaštite, kao i načela vezanih za proizvodnju i njihove sposobnosti da sigurno koriste i vrednuju razne medijske sadržaje.[32]

Nadalje, navodi se da je Regulatorna agencija za komunikacije BiH, slijedeći regulatorne prakse u Evropi, preuzela zadaću unapređenja medijske pismenosti i podizanja svijesti o odgovornom i sigurnom korištenju svih medijskih usluga, te da se pri tome poseban fokus stavlja na zaštitu djece i maloljetnika, informisanje stanovništva o procesu digitalizacije sektora komunikacija, te sigurnom korištenju novih informacionih i komunikacionih tehnologija.

U nastavku se navode i aktivnosti usmjerene ka medijskom opismenjavanju stanovništva. Ove aktivnosti obuhvataju različite konferencije namijenjene stručnoj i široj publici[33], izradu Stručnog elaborata o utjecaju televizijskih sadržaja na djecu[34], izradu Smjernica za klasifikaciju televizijskih sadržaja[35] u saradnji s UNICEF-om BiH, saradnju s Ministarstvom sigurnosti Bosne i Hercegovine na zaštiti

[31] Regulatorna agencija za komunikacije BiH: *Medijska pismenost i zaštita djece i maloljetnika*, <***http://rak.ba/bih/index.php?uid=1274081346***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

[32] Ibid.

[33] Regulatorna agencija za komunikacije BiH: Konferencija „Zaštita djece od neprimjerenih televizijskih sadržaja" u novembru 2009. godine, RAK i AGCOM organizuju konferenciju povodom završetka projekta saradnje pod nazivom „Konvergencija medija: novi izazovi za regulatore u Evropi i BiH", Konferencija „Promocija kvalitetnog novinarstva", „Programski sadržaj u digitalnom emitovanju**",** <***http://www.rak.ba/bih/aktuelnost.php?uid=1270634832&searchterm=konferencija***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012)**.**

[34] Regulatorna agencija za komunikacije BiH: Stručni elaborat „*Uticaj televizije na djecu i maloljetnike*", <***http://rak.ba/bih/aktuelnost.php?uid=1269468566&root=1274081346***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

[35] Regulatorna agencija za komunikacije BiH: *Smjernice za klasifikaciju televizijskih sadržaja*, <***http://rak.ba/bih/aktuelnost.php?uid=1269468566&root=1274081346***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

djece na internetu prilikom izrade Akcijskog plana za poboljšanje sistema za borbu protiv dječije pornografije i drugih oblika seksualnog zlostavljanja i iskorištavanja djece putem informacijske i komunikacijske tehnologije, iniciranje kampanje za podizanje svijesti o sigurnom korištenju interneta koja je obuhvatila i emitovanje TV-spota „Gdje je Buco"[36] i radijskog spota na 90 RTV stanica, te učešće u organizovanju obilježavanja Dana sigurnijeg interneta 2011. i 2012. godine.

Analizom navedenih aktivnosti može se utvrditi da je fokus stavljen na dvije teme: zaštitu maloljetnika i prelazak na digitalno zemaljsko emitovanje. Aktivnosti su usmjerene pretežno ka medijskim profesionalcima, novinarima i producentima, roditeljima i drugima koji se brinu za djecu. Iz navedenih aktivnosti također je primjetno da Agencija u ovoj oblasti sarađuje i s drugim nadležnim institucijama, nevladinim organizacijama i privrednim subjektima aktivnim u ovoj oblasti u zemlji i inostranstvu.

Postojanje i aktivnosti samoregulatornih tijela za medije

U Bosni i Hercegovini mehanizmi samoregulacije su razvijeni u oblasti štampanih medija. Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini je veoma aktivno samoregulatorno tijelo za štampane, a odnedavno i online medije. Kako se navodi na službenoj web-stranici Vijeća za štampu[37], njegov osnovni zadatak je da posreduje kao medijator između nezadovoljnih čitalaca i štampanih medija, nadgleda primjenu Kodeksa za štampu BiH, unapređuje profesionalne standarde u štampi BiH, štiti javnost od neprofesionalnog i manipulatorskog novinarskog izvještavanja i štiti štampane medije od političkih, ekonomskih i svih drugih pritisaka koji ugrožavaju slobodu informisanja i slobodu medija. Iz navedenog se vidi da mandat Vijeća za štampu obuhvata i medijsku edukaciju i zaštitu građana. Pored toga, na zvaničnoj web-stranici Vijeća navodi se i sljedeće:

Značajna uloga Vijeća za štampu u Bosni i Hercegovini ogleda se u jačanju civilnog društva putem pružanja sredstava za zaštitu ljudskih prava građana kroz ulaganje prigovora na netačne, neprofesionalne ili nepotpuno objavljene sadržaje u štampi i on-line medijima.[38]

[36] Regulatorna agencija za komunikacije BiH: *RAK pokreće kampanju za sigurnije korištenje interneta*, <***http://rak.ba/bih/aktuelnost.php?uid=1291280507&searchterm=Buco***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

[37] Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini, ***http://www.vzs.ba/***. (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012)

[38] Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini: Informacije o Vijeću za štampu, <***http://www.vzs.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=221:informacije-o-vijeu-za-tampu-u-bosni-i-hercegovini&catid=7:o-nama&Itemid=10***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

Među aktivnostima koje poduzima Vijeće za štampu mogu se naći i pojedinačne aktivnosti koje se eksplicitno bave temom medijske pismenosti, a koje su usmjerene na mlade[39].

Zaključak o medijskoj politici kao faktoru unapređenja medijske pismenosti

Analiza medijske politike kao faktora unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini pokazala je da okruženje u ovom segmentu daje određene poticaje za poboljšanje medijske pismenosti, ali da ima još dosta prostora za napredak. Za odgovarajuće unapređenje medijske pismenosti građana nužno je da medijska pismenost dobije značajnije mjesto u medijskoj politici i da budu jasno definisane i podijeljene nadležnosti svih aktera uključujući nadležna ministarstva, regulatora i javni servis. Trenutno se medijska pismenost eksplicitno spominje u samo jednom podzakonskom aktu, te nije postavljena kao strateški cilj u oblasti informisanja, medija i komunikacija. Međutim, i bez eksplicitnog spominjanja medijske pismenosti, zakonskim i podzakonskim aktima postavljeni su solidni temelji za razvoj medijske pismenosti građana, prije svega kroz uspostavu savremenog regulatornog tijela za komunikacije i savremenog regulatornog okvira za rad medija usklađenog s evropskim standardima. Aktivnosti Regulatorne agencije za komunikacije BiH u oblasti medijske pismenosti su kontinuirane, te je primjetna i odgovarajuća saradnja regulatora s drugim nadležnim institucijama u zemlji i Evropskoj uniji kao i s nevladinim organizacijama i privrednim subjektima aktivnim u ovoj oblasti. Također, postojanje i aktivnosti samoregulatornog tijela za štampane i online medije Vijeća za štampu u BiH u oblasti medijske pismenosti doprinose stvaranju povoljnog ambijenta za razvoj medijske pismenosti građana.

Možemo zaključiti da okruženje u segmentu medijske politike u Bosni i Hercegovini daje određeni poticaj za unapređenje medijske pismenosti i da se nalazi na srednjem stepenu.

[39] Vijeće za štampu: Seminar „*Medijska pismenost II*" za učenike i profesore srednjih škola iz BiH - Sarajevo, 9. i 10. oktobar 2010, Seminar o medijskoj pismenosti za profesore i učenike srednjih škola iz BiH - Sarajevo, 12. i 13. novembar 2009, <***http://www.vzs.ba/index.php?option=com_content&view=category&id=21&Itemid=19***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

3.2.3. ZASTUPLJENOST MEDIJSKE PISMENOSTI U AKTIVNOSTIMA MEDIJSKE INDUSTRIJE

Mediji svojim aktivnostima mogu u znatnoj mjeri unaprijediti medijsku pismenost građana, prije svega, informisanjem svojih korisnika o načinu funkcionisanja medija, poticanjem na interaktivnosti i ostvarivanjem komunikacije, te saradnjom s ostalim akterima aktivnim u oblasti unapređenja medijske pismenosti.

U skladu sa široko postavljenom definicijom medija prilikom definisanja medijske pismenosti, za potrebe analize utjecaja medijske industrije na medijsku pismenosti korišteni su sljedeći indikatori:

- aktivnosti dnevnih novina u oblasti medijske pismenosti,
- aktivnosti televizijskih i radio stanica u oblasti medijske pismenosti,
- aktivnosti filmskih festivala u oblasti medijske pismenosti,
- aktivnosti telefonskih kompanija i pružalaca usluge pristupa internetu u oblasti medijske pismenosti,
- aktivnosti industrije informacionih tehnologija u oblasti medijske pismenosti.

Pri tome je za svaku od navedenih grupa aktera analizirano postojanje aktivnosti u oblasti medijske pismenosti, vrsta aktivnosti, te saradnja s ostalim akterima u oblasti unapređenja medijske pismenosti.

Aktivnosti dnevnih novina u oblasti medijske pismenosti

Prema podacima Vijeća za štampu, u Bosni i Hercegovini trenutno izlazi devet dnevnih novina[40]. U svrhu analize aktivnosti bosanskohercegovačkih dnevnih novina kao faktora unapređenja medijske pismenosti izvršen je monitoring pisanja dnevnih novina o temama koje imaju utjecaj na unapređenje medijske pismenosti, te prikaz aktivnosti Vijeća za štampu kao kolektivnog predstavnika industrije štampanih medija.

Kako bi se ustanovilo u kojoj mjeri dnevne novine potiču razvoj medijske

[40] Na web-stranici Vijeća za štampu pod sekcijom Dnevne novine u BiH navedene su sljedeće dnevne novine: Dnevni avaz, Oslobođenje, Dnevni list, Nezavisne novine, Glas Srpske, Euro blic, Večernji list, Fokus, Press RS, Vijeće za štampu, <***http://vzs.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=200:dnevne-novine-u-bih&catid=5:tampani-mediji-u-bih&Itemid=8***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

pismenosti svojih čitatelja, izvršen je monitoring pisanja dvije dnevne novine „Dnevnog avaza" i „Oslobođenja" u periodu od ponedjeljka do nedjelje, od 14. do 20. maja 2012. godine. Zadatak monitoringa je bio da se ustanovi kvantitet i tematsko težište tekstova kojima se doprinosi poboljšanju medijske pismenosti, odnosno tekstova koji se bave temom pristupa medijima, analize i evaluacije medijskih sadržaja i ostvarivanja komunikacije. Pojednostavljeno, tragano je za tekstovima koji bi doprinijeli osposobljavanju čitatelja da pristupe medijima, analiziraju i evaluiraju medijske sadržaje i sami ostvare komunikaciju.

Analizom pisanja „Dnevnog avaza" u sedmici od 14. do 20. maja 2012. godine utvrđeno je da su objavljena samo dva teksta koja se bave ovom tematikom. U petak, 18. maja, u rubrici *Teme* na 13. stranici objavljen je tekst pod nazivom *Sve više Bosanaca ovisno o Facebooku*. Tekst zauzima više od polovine stranice i s različitih aspekata razmatra korištenje društvenih mreža, pri čemu se navode podaci iz inostranih istraživanja, te izjava psihologa iz Sarajeva. U subotu, 19. maja, u rubrici *Portal – komentar dana* na 3. stranici objavljen je kratki tekst pod nazivom *Društvene mreže uzimaju danak: Sve više Bosanaca ovisno o Facebooku*. Ovaj tekst predstavlja reakciju čitatelja na tekst od prethodnog dana. U oba navedena teksta utvrđen je negativan uklon prema temi, jer društvene mreže predstavljaju isključivo kao negativnu pojavu.

Analizom pisanja „Oslobođenja" u sedmici od 14. do 20. maja 2012. godine utvrđeno je da ovaj dnevni list u okviru rubrike *Korak naprijed* svaki dan posveti jednu cijelu stranicu informacijama iz oblasti informacionih i komunikacionih tehnologija. Ova rubrika se nalazi pretkraj novine, a tačna pozicija varira u zavisnosti od ukupnog broja stranica. U rubrici *Korak naprijed* „Oslobođenje" je svaki dan za vrijeme perioda monitoringa objavilo između sedam i osam kratkih tekstova o informacionim i komunikacionim tehnologijama. Dominantna tema su novosti iz Facebooka, Googlea, Applea i drugih predstavnika industrije informacionih i komunikacionih tehnologija. Objavljeni tekstovi za čitatelje imaju značajnu upotrebnu vrijednost u smislu upoznavanja s novim mogućnostima, ali i opasnostima dostupne tehnologije.

Na osnovu analize pisanja dvije dnevne novine u periodu od sedam dana možemo zaključiti da dnevne novine u Bosni i Hercegovini u različitoj mjeri unapređuju medijsku pismenost svojih čitatelja, te da poseban fokus stavljaju na nove informacione i komunikacione tehnologije kao i sposobnost medijskih konzumenata da pristupe medijima i ostvare komunikaciju.

Štampani mediji u Bosni i Hercegovini imaju i svog predstavnika – Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini, samoregulatorno tijelo za štampane i online medije, nezavisnu organizaciju koja se sastoji od novinskih izdavača, novinara i

građana Bosne i Hercegovine. Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini kao legitiman predstavnik industrije štampanih medija poduzima kontinuirano značajne aktivnosti usmjerene ka unapređenju medijske pismenosti prvenstveno kroz edukaciju novinara i javnosti o potrebi poštivanja slobode izražavanja i profesionalnom izvještavanju u štampi. Pored brojnih aktivnosti usmjerenih ka novinarima i budućim novinarima, kao što je tradicionalna Medijska škola etike za studente novinarstva[41], Vijeće za štampu organizovalo je i edukativne seminare o medijskoj pismenosti za srednjoškolce i nastavnike.[42] Analizom edukativnih aktivnosti Vijeća za štampu navedenih na službenoj stranici može se zaključiti da su aktivnosti kontinuirane, da su većinom usmjerene ka mladim ljudima i medijskim profesionalcima, te da pri tome postoji dobra saradnja Vijeća za štampu s brojnim drugim akterima iz nevladinog sektora, državnih institucija i komercijalnog sektora.

Aktivnosti televizijskih i radio stanica u oblasti medijske pismenosti

Prema podacima Regulatorne agencije za komunikacije BiH iz aprila 2012. godine u Bosni i Hercegovini program emituje 81 televizijska stanica[43], te 154 radiostanice[44]. Pojedinačne stanice povremeno poduzimaju aktivnosti s ciljem unapređenja medijske pismenosti građana, kao što su emisije u kojima se građanima pojašnjava predstojeći prelazak na digitalnu zemaljsku radiodifuziju, posjete učenika i studenata televizijskim i radio stanicama kako bi se upoznali s načinom proizvodnje programa i sl. Međutim, ove aktivnosti nisu brojne niti su kontinuirane. Asocijacija privatnih radio i TV stanica[45] i Asocijacija elektronskih medija kao najznačajniji predstavnici televizijske i radio industrije u Bosni i Hercegovini ne poduzimaju značajnije aktivnosti u oblasti medijske pismenosti.

[41] Vijeće za štampu, <***http://vzs.ba/index.php?option=com_content&view=category&id=20&Itemid=20***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

[42] Vijeće za štampu: Seminar o medijskoj pismenosti za profesore i učenike srednjih škola iz BiH – Sarajevo, 12. i 13. novembar 2009. i Seminar za profesore i učenike gimnazija iz Bosne i Hercegovine "Medijska pismenost II razumijevanje medija i svojih prava na istinu", Sarajevo, 9. i 10. oktobar 2010. godine, <***http://vzs.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=328:seminar-qmedijska-pismenost-iiq-za-uenike-i-profesore-srednjih-kola-iz-bih-&catid=21:seminari-i-konferencije&Itemid=19***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

[43] Regulatorna agencija za komunikacije BiH, <***http://www.rak.ba/bih/index.php?uid=1273787112***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

[44] Ibid.

[45] Asocijacija privatnih radio i TV stanica BiH, <***http://www.pem.ba/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=26***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

Aktivnosti filmskih festivala u oblasti medijske pismenosti

U posljednje dvije decenije filmska produkcija u Bosni i Hercegovini prošla je različite faze koje su obilježene prvenstveno uspjehom bosanskohercegovačkog filma na međunarodnim smotrama te poteškoćama u finansiranju filmske produkcije[46]. Iako u Bosni i Hercegovini ne postoje odgovarajući mehanizmi institucionalne podrške filmskoj umjetnosti i industriji, filmska industrija je izuzetno aktivna. U različitim dijelovima zemlje redovno se održava veći broj filmskih festivala s različitim tematskim težištima s igranim, dokumentarnim i animiranim filmovima. U najznačajnije festivale ubrajaju se Sarajevo Film Festival i Pravo ljudski festival dokumentarnih filmova u Sarajevu, Međunarodni festival animiranog filma i Međunarodni filmski festival Kratkofil Plus u Banjoj Luci, te Mediteran film festival u Širokom Brijegu. Svaki od navedenih festivala poduzima i određene aktivnosti s ciljem poboljšanja medijske, a posebno filmske pismenosti u skladu sa svojom programskom orijentacijom i resursima. Sarajevo Film Festival, kao najznačajniji filmski festival u Jugoistočnoj Evropi, filmsku pismenost unapređuje kroz tri značajne aktivnosti: dječiji program koji ima za cilj da pomaže obrazovanju najmlađih gledatelja i razvija ljubav prema filmu u budućim generacijama, Minimarket platformu za kratke filmove koja nudi i predavanja o kratkim filmovima, te Sarajevo Talent Campus obrazovnu i networking platformu za mlade filmske stvaraoce iz regije koja radionicama, predavanjima i diskusijama proširuje znanje mladih iz oblasti filmskog stvaralaštva i koja pored edukacije filmskih profesionalaca nudi i trening za novinare filmske kritičare. Pravo ljudski festival dokumentarnog filma u Sarajevu ima posebno jak fokus na povezivanju filma i društvenog angažmana:

Moć filma i kinematografije da bilježi, otkriva, razotkriva, ukaže i propituje, kao i da potiče na promišljanje, informira, obrazuje i emocionalno angažira širu javnost, jeste opće poznato. Upravo zato, na dugoročnom planu, PRAVO LJUDSKI ima cilj da se etablira kao specifičan i prepoznatljiv javni prostor koji poziva na angažman i aktivizam protiv svih formi diskriminacije kako u Bosni i Hercegovini, tako i šire. Obrazovanjem i širenjem informacija relevantnih za ljudska prava, mi tragamo za što efektivnijim mehanizmima zaštite ljudskih prava na nacionalnom, regionalnom i globalnom nivou. Istovremeno, nastojimo

[46] Vidi Udruženje filmskih radnika BiH 2012: Kinematografija Bosne i Hercegovine 2011/2012, <***http://www.bhfilm.ba/dokumenti/1337159037.pdf***> (pristup stranici ostvaren 18. 8. 2012), i intervju sa Srebrenom Dizdarom, predsjednikom Upravnog odbora Federalnog fonda za kinematografiju, na Radiju slobodna Evropa od 20. 7. 2008. godine, <***http://www.slobodnaevropa.org/content/article/1184940.html***> (pristup stranici ostvaren 18. 8. 2012).

ohrabriti i pozvati sve građane/ke da koriste vlastitu snagu volje i znanja kako bi u potpunosti ostvarili svoja prava.[47]

Pravo ljudski sadrži i komponentu za srednjoškolce iz cijele Bosne i Hercegovine pod nazivom Zumiraj prava/Zoom Rights, a koja uključuje projekcije filmova za mlade kao i natječaj za najbolju Pravoljudski fotografiju.
U sklopu Mediteran Film Festivala u Širokom Brijegu organizuje se škola Filmske kulture s relevantnim predavačima[48]. Popularizacija forme kratkog animiranog filma jedan je od ciljeva Međunarodnog festivala animiranog filma Banjaluka. Međunarodni filmski festival Kratkofil Plus u Banjoj Luci u okviru projekta „Kratkofil Punch" u saradnji sa UKS „Lanterna" organizuje malu školu aktivističkog dokumentarnog filma, na kojoj polaznici iz cijele Bosne i Hercegovine mogu naučiti sve o produkciji jednog dokumentarca.

Aktivnosti telefonskih kompanija i pružalaca internet usluga u oblasti medijske pismenosti

Bosanskohercegovačkim tržištem fiksne i mobilne telefonije dominiraju tri kompanije: BH Telecom d.d. sa sjedištem u Sarajevu, Telekom Srpske a.d. (m:tel) sa sjedištem u Banjoj Luci i Hrvatske telekomunikacije d.d. Mostar (HT Eronet) sa sjedištem u Mostaru. Ove kompanije imaju i najveći utjecaj na tržištu pružanja usluge pristupa internetu. Sve tri kompanije navode da imaju za cilj edukaciju stanovništva i razvoj informatičkog društva, i sebe smatraju društveno odgovornim kompanijama, te poduzimaju ili podržavaju određene aktivnosti s ciljem unapređenja medijske pismenosti. Pri tome su vidljive značajne razlike u obimu i učestalosti tih aktivnosti.

Najaktivniji je Telekom Srpske a.d. (m:tel), koji kontinuirano promoviše odgovorno korištenje interneta i informacionih i komunikacionih tehnologija. U saradnji s Agencijom za informatičko društvo RS i Ombudsmanom za djecu RS podržavaju akciju zaštite djece na internetu *Surfaj bezbjedno*, u okviru koje je izrađena web-stranica *djecanainternetu.org* i održane brojne radionice u osnovnim školama za djecu i nastavnike. Ova kompanija je štampala i edukativnu publikaciju o sigurnosti na internetu namijenjenu roditeljima, nastavnicima i djeci. Pored navedenih aktivnosti, m:tel je u saradnji s IT kompanijom ComTrade organizovao i ljetnu školu programiranja EdiT (Education for Innovative Thinkers) i takmičenje

[47] Pravoljudski,<***http://www.pravoljudski.org/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=25&Itemid=44***> (pristup stranici ostvaren 21. 2. 2012).

[48] Mediteran film festival, <***http://www.mff.ba/mff_ofestivalu.asp***> (pristup stranici ostvaren 21. 2. 2012).

za kreatore najboljih Android aplikacija – „Android liga"[49]. Pri tome je primjetno da ova kompanija kontinuirano poduzima aktivnosti, da su one većinom usmjerene ka mladima i njihovoj zaštiti i razvoju sposobnosti korištenja informacionih i komunikacionih tehnologija i kreiranja kreativnih sadražaja, te da postoji saradnja s različitim institucijama, nevladinim organizacijama i drugim privrednim subjektima.

BH Telecom je nešto manje aktivan u ovoj oblasti. Kompanija podržava stranicu *sigurnodijete.ba*, koja je nastala u okviru projekta „Sveobuhvatan pristup rješavanju problema dječije pornografije u BiH" Ministarstva sigurnosti BiH, a koju implementira nevladina organizacija Forum solidarnosti Emmaus.

HT Eronet nema direktnih aktivnosti u ovoj oblasti, njihov angažman se svodi na upoznavanje korisnika s novim uslugama i samim tim i tehnologijama koje se nude. Međutim, HT Eronet je dugogodišnji generalni sponzor Sarajevo Film Festivala, te na taj način indirektno daje podršku razvoju filmske pismenosti.

Pored navedenih kompanija, prema podacima Regulatorne agencije za komunikacije BiH iz aprila 2012. u BiH trenutno ima 79 pružatelja usluge pristupa internetu[50]. Pregledom dostupnih web-stranica pružalaca usluge pristupa internetu utvrđeno je da oni nemaju značajnijih aktivnosti u oblasti unapređenja medijske pismenosti.

Aktivnosti industrije informacionih tehnologija u oblasti medijske pismenosti

Industrija informacionih tehnologija u Bosni i Hercegovini dosta je aktivna u oblasti unapređenja informatičke pismenosti kao dijela medijske pismenosti. U tome prednjači kompanija Microsoft Bosna i Hercegovina d.o.o, koja kontinuirano poduzima aktivnosti s ciljem informatičkog opismenjavanja. U najznačajnije aktivnosti ubrajaju se detaljne i raznolike informacije o sigurnom korištenju računara i interneta, izrada i distribucija stripa *@men* sa savjetima za sigurno korištenje interneta, volonterska predavanja u školama o računarskoj sigurnosti, istraživanje Microsoft indeks računarske sigurnosti u Bosni i Hercegovini, učešće u obilježavanju Dana sigurnijeg interneta u Bosni i Hercegovini 2011. i 2012. godine, te brojne aktivnosti na informatizaciji obrazovnog sistema u okviru projekta „Partneri u učenju" kao i pružanje informacija o legalnom korištenju softwarea.

[49] M:tel, <***http://www.mtel.ba/article/816***> (pristup stranici ostvaren 22. 3. 2012).

[50] Regulatorna agencija za komunikacije BiH, <***http://www.rak.ba/bih/index.php?uid=1268383473***> (pristup stranici ostvaren 4. 4. 2012).

U manjoj mjeri su aktivni i drugi privredni subjekti iz oblasti informacionih tehnologija, npr., Kimtech iz Viteza ili Logosoft iz Sarajeva s aktivnostima kao što su „Internetizacija i razvoj Internet sadržaja", u koju su bile uključene srednje škole Kantona Sarajevo.

Zaključak o aktivnosti medijske industrije kao faktora unapređenja medijske pismenosti

Analizom aktivnosti medijske industrije kao faktora unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini dolazimo do zaključka da okruženje u ovom segmentu daje određene poticaje za poboljšanje medijske pismenosti, međutim da ima još dosta prostora za napredak. To se posebno odnosi na aktivnosti pojedinačnih tradicionalnih medija, dnevnih novina, televizije i radija, koji bi mogli poduzimati više napora da svoje korisnike obrazuju kao kompetentne medijske konzumente. Također je primjetno da telekomunikacione kompanije i pružatelji usluge pristupa internetu ne ulažu dovoljne napore da svoje klijente upoznaju s tehnološkim naprecima, ali i potencijalnim opasnostima koje im prijete. Aktivnosti filmske industrije nasuprot tome su jako izražene. Saradnja s ostalim akterima u oblasti unapređenja medijske pismenosti je prisutna, ali se svakako može još unaprijediti.

Možemo zaključiti da okruženje u segmentu aktivnosti medijske industrije u Bosni i Hercegovini daje određeni poticaj za unapređenje medijske pismenosti i da se nalazi na srednjem stepenu.

3.2.4. ZASTUPLJENOST MEDIJSKE PISMENOSTI U AKTIVNOSTIMA NEVLADINIH ORGANIZACIJA

Aktivnosti nevladinih organizacija imaju izuzetno važnu ulogu u unapređenju nivoa medijske pismenosti građana. Prilikom analize aktivnosti nevladinih organizacija kao faktora okruženja koji ima utjecaj na medijsku pismenost korišteni su sljedeći indikatori:

- postojanje nevladinih organizacija koje se bave unapređenjem medijske pismenosti,
- aktivnosti nevladinih organizacija u oblasti medijske pismenosti,
- saradnja nevladinih organizacija s ostalim akterima u oblasti unapređenja medijske pismenosti i postojanje osiguranog finansiranja aktivnosti nevladinih organizacija u oblasti medijske pismenosti.

Postojanje nevladinih organizacija koje se bave unapređenjem medijske pismenosti

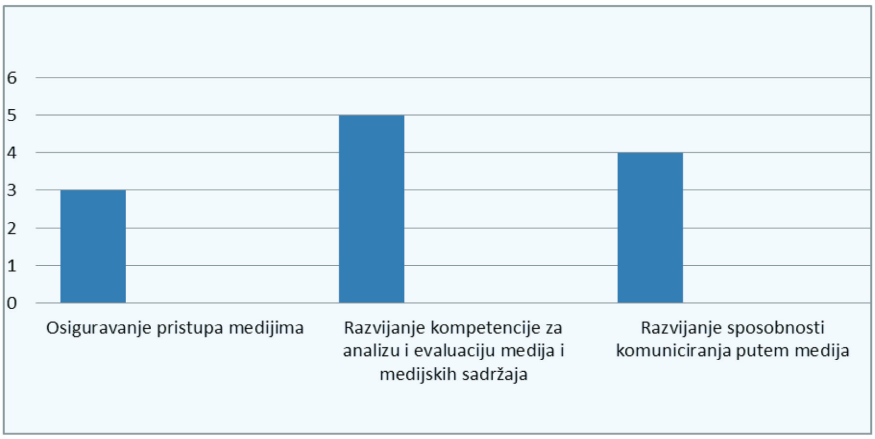
U Bosni i Hercegovini postoji određen broj nevladinih organizacija koje su u manjoj ili većoj mjeri aktivne u oblasti unapređenja medijske pismenosti. Najčešće se radi o samo jednom određenom aspektu medijske pismenosti, kao što je, npr., sigurnost djece i mladih na internetu, razvoj komunikacijskih sposobnosti ili razvoj sposobnosti kritičke evaluacije sadržaja za određenu ciljnu grupu. Organizacija koja se bavi isključivo poboljšanjem medijske pismenosti ne postoji. Sam pojam medijske pismenosti se rijetko koristi.

Kao organizacije koje se bave unapređenjem medijske pismenosti identificirane su, između ostalog, sljedeće nevladine organizacije: Mediacentar Sarajevo, Medijske inicijative, Internews u BiH, Fondacija Jedan svijet – platforma za Jugoistočnu Evropu, Fondacija Schüler Helfen Leben, Omladinska novinska asocijacija u BiH, Save the Children, Abrašmedia, Civitas, te Međunarodni forum solidarnosti Emmaus.

Aktivnosti nevladinih organizacija u oblasti medijske pismenosti

Nakon identifikacije navedenih organizacija, u preoljeće 2012. godine izvršena je anketa putem Upitnika o aktivnostima nevladinih organizacija u oblasti unapređenja medijske pismenosti u BiH kako bi se utvrdile aktivnosti, ciljne grupe, te saradnja i finansiranje aktivnosti u oblasti medijske pismenosti. Upitnik je sadržavao deset pitanja, od čega je osam bilo zatvorenog, a dva otvorenog tipa. Prikupljeno je devet odgovora.

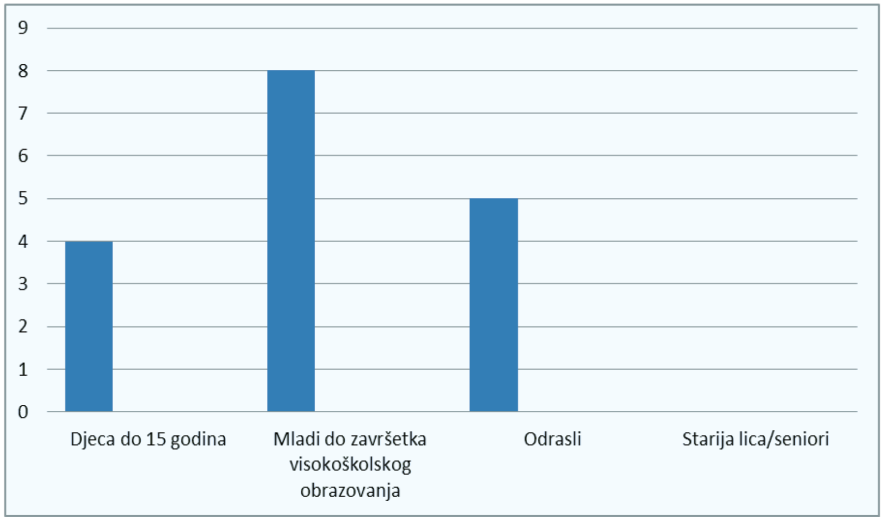
Na osnovu prikupljenih odgovora, vidljivo je da više od polovine ispitanih nevladinih organizacija fokus stavlja na razvijanje kompetencije za analizu i evaluaciju medija i medijskih sadržaja. Osiguravanje pristupa medijima i razvijanje sposobnosti komuniciranja putem medija prisutni su u nešto manjoj mjeri, kao što se može vidjeti u grafičkom prikazu odgovora:



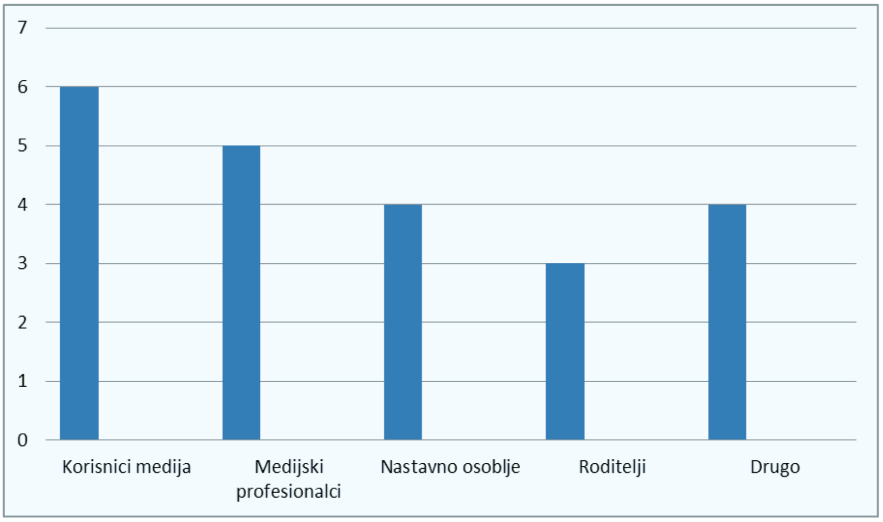
Slika 16: Tematsko težište aktivnosti nevladinih organizacija aktivnih u oblasti unapređenja medijske pismenosti

Kao konkretne aktivnosti navode se seminari, treninzi i radionice s mladima, kreiranje tima trenera za medijsku pismenost, analize i publikacije na temu medijske pismenosti, aktivnosti usmjerene ka razvoju programa iz oblasti medijske pismenosti na visokoškolskim ustanovama, podrška istraživanjima u oblasti medijske pismenosti, promocija koncepta građanina novinara, aktivnosti usmjerene ka promociji sigurnog korištenja interneta i informacionih i komunikacionih tehnologija, publiciranje analiza medijskih sadržaja, poticanje omladinskog novinarstva itd.

Ciljna grupa aktivnosti su pretežno mladi do završetka visokoškolskog obrazovanja, potom u znatno manjoj mjeri odrasli i djeca, dok starije osobe/seniori kao ciljna grupa nisu nikako zastupljene. Aktivnosti su uglavnom usmjerene ka korisnicima medija i medijskim profesionalcima, a u nešto manjoj mjeri i ka nastavnom osoblju i roditeljima. U nastavku slijedi grafički prikaz odgovora vezanih za ciljnu grupu aktivnosti:



Slika 17: Ciljna grupa aktivnosti nevladinih organizacija prema starosti

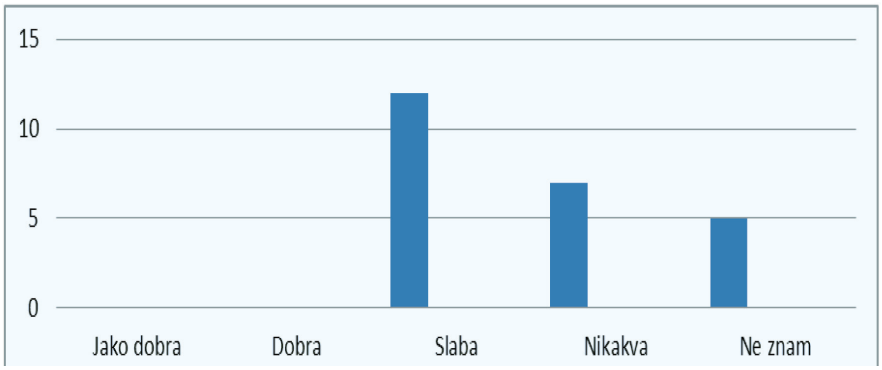


Slika 18: Ciljna grupa aktivnosti nevladinih organizacija

Saradnja nevladinih organizacija s ostalim akterima u oblasti unapređenja medijske pismenosti i postojanje osiguranog finansiranja aktivnosti nevladinih organizacija u oblasti medijske pismenosti

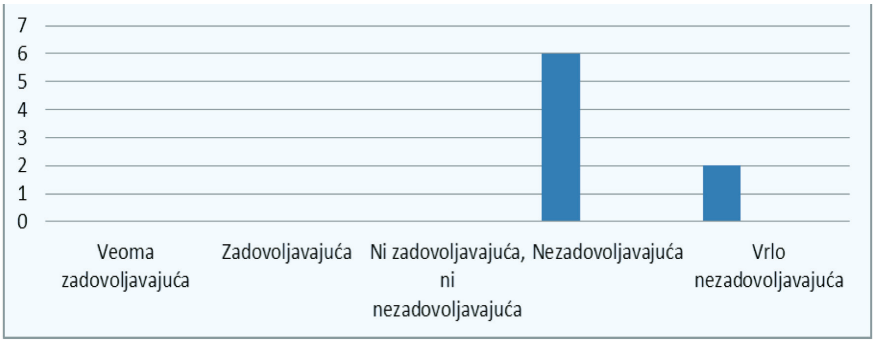
Saradnju između nevladinih organizacija, institucija vlasti i privrednih subjekata

aktivnih u oblasti unapređenja medijske pismenosti niko od ispitanika nije ocijenio kao pozitivnu. Polovina ispitanika ocijenila ju je kao slabu, 29% kao nikakvu, 21% ispitanika se izjasnilo da ne zna.



Slika 19: Saradnja između nevladinih organizacija, institucija vlasti i privrednih subjekata aktivnih u oblasti unapređenja medijske pismenosti

Količina finansijskih sredstava raspoloživih za aktivnosti u oblasti unapređenja medijske pismenosti ocijenjena je isključivo negativno, pri čemu ju je 80% ispitanika ocijenilo kao nezadovoljavajuću, a 20% kao vrlo nezadovoljavajuću. Kao izvor sredstava navedene su donacije međunarodnih organizacija i vlastita sredstva.



Slika 20: Količina finansijskih sredstava raspoloživih za aktivnosti u oblasti unapređenja medijske pismenosti

Zaključak o aktivnostima nevladinih organizacija kao faktoru unapređenja medijske pismenosti

Analiza aktivnosti nevladinih organizacija kao faktora unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini pokazala je da okruženje u ovom segmentu

daje određene poticaje za razvoj medijske pismenosti. Postoji određen broj nevladinih organizacija koje su aktivne u oblasti medijske pismenosti, međutim, potrebna je bolja saradnja i koordinacija aktivnosti, kako bi svi segmenti medijske pismenosti i sve ciljne grupe bile obuhvaćene. Kao slaba tačka identificirano je i finansiranje ovih aktivnosti, koje mora osigurati i podržati i država.

Možemo zaključiti da okruženje u segmentu aktivnosti nevladinog sektora u Bosni i Hercegovini daje određeni poticaj za unapređenje medijske pismenosti i da se nalazi na srednjem stepenu.

3.2.5. DOSTUPNOST MEDIJA U BOSNI I HERCEGOVINI

Dostupnost medija građanima predstavlja osnovu za razvoj medijske pismenosti. Što je veća dostupnost različitih medija i informacionih i komunikacionih tehnologija veća je i potreba za razvojem šireg spektra znanja i vještina koje su nužne kako bi na odgovarajući način znali koristiti te medije i informacione i komunikacione tehnologije za primanje informacija i ostvarivanje komunikacije.

S obzirom na dosta široko poimanje medija u savremenoj definiciji medijske pismenosti, prilikom analize dostupnosti medija uzeti su u obzir sljedeći mediji, te je analiza izvršena na osnovu sljedećih pripadajućih indikatora:

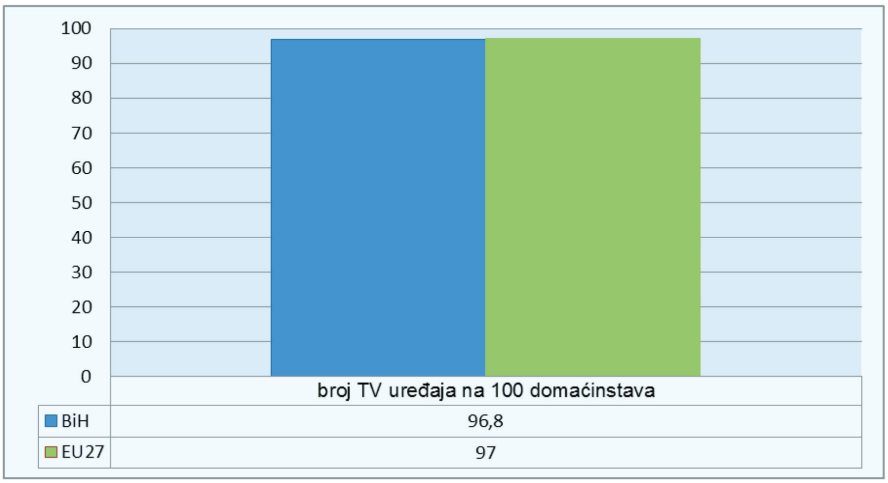
Tabela 3: Indikatori za dostupnost medija

Medij	Indikator
Televizija	**broj TV-uređaja na 100 domaćinstava**
Radio	**broj radio uređaja na 100 domaćinstava**
Novine	**ukupni prosječni tiraž dnevnih listova na 1.000 stanovnika**
Kino	**broj kina na 1.000.000 stanovnika i broj kino ekrana na 100.000 stanovnika**
Mobilna telefonija	**broj priključaka mobilne telefonije na 100 stanovnika**
Internet	**broj pretplatnika širokopojasnog pristupa internetu na 100 stanovnika**

Kako bi se ocijenio ovaj faktor, prikupljeni podaci o dostupnosti medija u Bosni i Hercegovini upoređeni su s raspoloživim podacima za Evropsku uniju EU27.

Dostupnost televizije u Bosni i Hercegovini

Kao indikator za dostupnost televizije u Bosni i Hercegovini korišten je broj TV-uređaja na 100 domaćinstava. Prema podacima Međunarodne telekomunikacione unije[51] u Bosni i Hercegovini ima 96,8 TV-uređaja na 100 domaćinstava, dok prosjek u Evropskoj uniji EU27 prema podacima Eurobarometra[52] iznosi 97 TV-uređaja na 100 domaćinstava, što čini neznatnu razliku.



Slika 21: Dostupnost televizije u BiH i EU27

Izvori podataka: Međunarodna telekomunikaciona unija i Eurobarometar

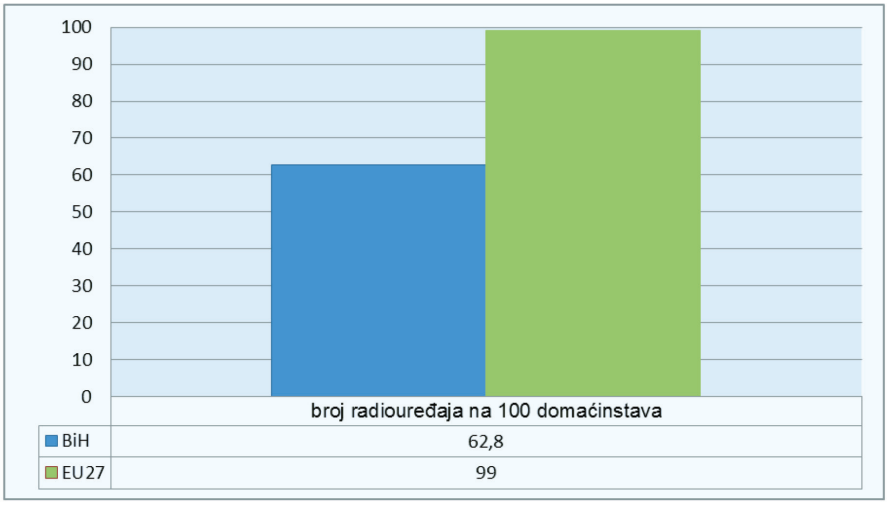
[51] International Telecommunications Union: *Core indicators on access to and use of ICT by households and individuals*, <***http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/***> (pristup stranici ostvaren 15. 4. 2012).

[52] European Union: *Special Eurobarometer 274: E-Communications Household Survey,* <***http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_274_en.pdf***> (pristup stranici ostvaren 20. 4. 2012).

Dostupnost radija u Bosni i Hercegovini

Kao indikator za dostupnost radija građanima u Bosni i Hercegovini korišten je broj radio prijemnika na 100 domaćinstava. Prema podacima Međunarodne telekomunikacione unije[53], u Bosni i Hercegovini 62,8% domaćinstava ima barem jedan radioprijemnik, dok taj broj za Evropsku uniju prema podacima Eurostata[54] iznosi 99%, tako da Bosna i Hercegovina u ovom segmentu doseže 63% evropskog prosjeka.

U nastavku slijedi grafički prikaz navedenih podataka.



Slika 22: Dostupnost radija u BiH i EU27

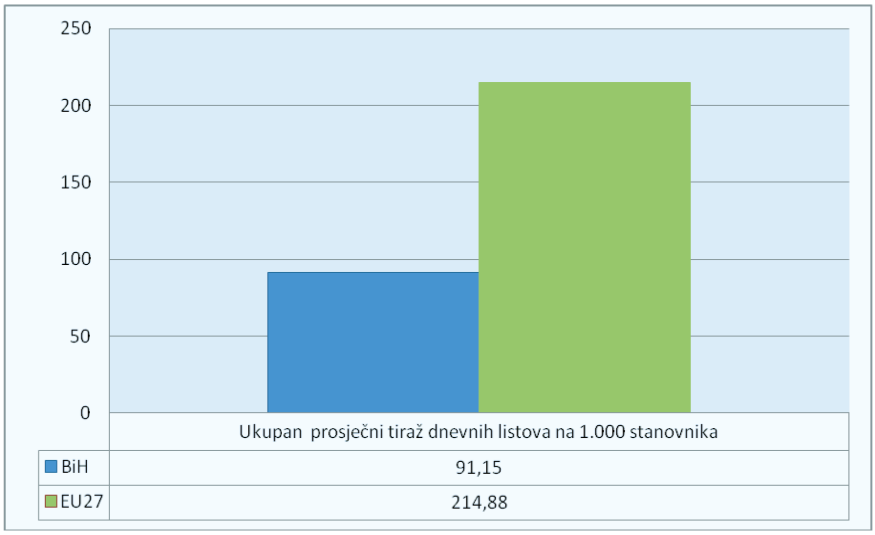
Izvori podataka: Međunarodna telekomunikaciona unija i Eurostat

[53] International Telecommunications Union: *Core indicators on access to and use of ICT by households and individuals*, <***http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/***> (pristup stranici ostvaren 15. 4. 2012).

[54] Eurostat: *Statistics in focus THEME 4, 34/2002: Radio broadcasting market* <***http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/product_details/publication?p_product_code=KS-NP-02-034***>.

Dostupnost dnevnih novina u Bosni i Hercegovini

Dostupnost dnevnih novina u Bosni i Hercegovini iskazana je ukupnim prosječnim tiražom dnevnih listova na 1.000 stanovnika. S obzirom na to da dnevne novine u Bosni i Hercegovini nisu obavezne iskazivati podatke o tiražu, teško je doći do odgovarajućih podataka. Prema Osmančeviću (2009:112), ukupan tiraž svih dnevnih listova u BiH iznosi između 300.000 i 400.000 primjeraka. Polazeći od procjena dnevnog tiraža od 350.000 primjeraka, dolazimo do podatka o 91,15 dnevnih novina na 1.000 stanovnika za Bosnu i Hercegovinu, što iznosi samo 42,8%[55] od prosječnog broja dnevnih novina na 1.000 stanovnika u Evropskoj uniji EU27.



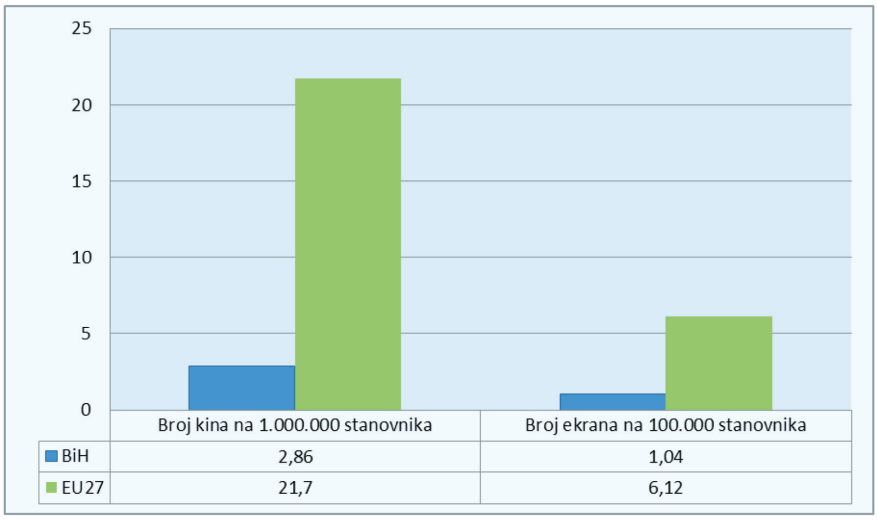
Slika 23: Dostupnost dnevnih novina u BiH i EU27

Izvori podataka: Osmančević (2009:112) i UNESCO-ov Institut za statistiku

[55] Podaci o prosječnom tiražu dnevnih listova na 1.000 stanovnika u EU27 izračunati na osnovu podataka UNESCO-ovog Instituta za statistiku, <***http://www.uis.unesco.org/Pages/default.aspx***> (pristup stranici ostvaren 14. 5. 2012).

Dostupnost kina u Bosni i Hercegovini

Dostupnost kina prikazana je na osnovu broja kina na 1.000.000 stanovnika i broja kino ekrana na 100.000 stanovnika. Prema podacima Agencije za statistiku BiH[56], broj kina u Bosni i Hercegovini na 1.000.000 stanovnika iznosi 2,86, što predstavlja svega 13% od broja kina na 1.000.000 u prosjeku za Evropsku uniju EU27 prema podacima UNESCO-ovog Instituta za statistiku[57]. Nešto bolji odnos prikazuju podaci o broju kino ekrana na 100.000 stanovnika, gdje Bosna i Hercegovina ima 1,04 kino ekrana na 100.000, odnosno 17% od broja kino ekrana na 100.000 stanovnika u prosjeku za Evropsku uniju EU27. Na osnovu ovih podataka možemo zaključiti da u pogledu dostupnosti kina građanima Bosna i Hercegovina značajno zaostaje za prosjekom EU27, što je vidljivo i iz grafičkog prikaza navedenih podataka:



Slika 24: Dostupnost kina u BiH i EU27

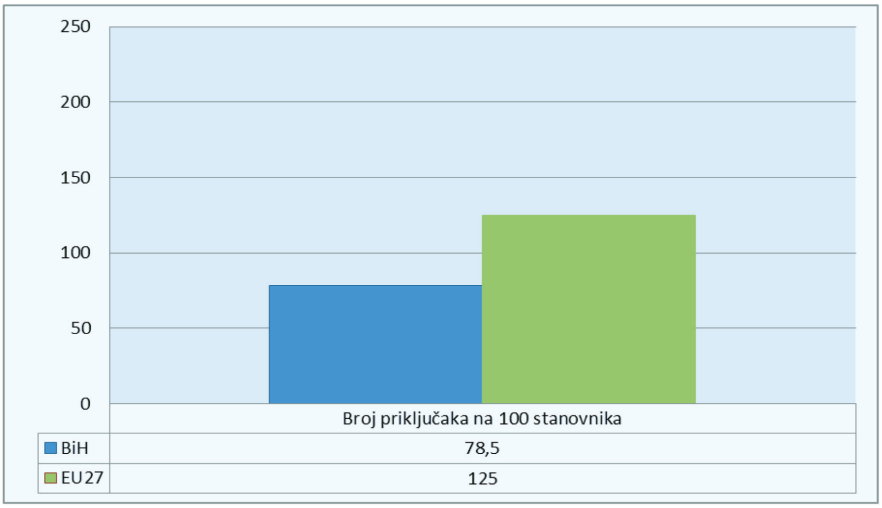
Izvori podataka: Agencija za statistiku BiH i UNESCO-ov Institut za statistiku

[56] Agencija za statistiku BiH (2011), *Tematski bilten: Kultura i umjetnost 2010*, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo.

[57] Podaci o dostupnosti kina u EU27 izračunati na osnovu podataka UNESCO-ovog Instituta za statistiku, <***http://www.uis.unesco.org/Pages/default.aspx***> (pristup stranici ostvaren 14. 5. 2012).

Dostupnost mobilne telefonije u Bosni i Hercegovini

Kao indikator za dostupnost mobilne telefonije korišten je broj priključaka mobilne telefonije na 100 stanovnika. Prema podacima Regulatorne agencije za komunikacije BiH[58], broj priključaka mobilne telefonije na 100 stanovnika iznosi 78,4, dok prosjek za Evropsku uniju EU27, prema podacima Eurostata[59], iznosi 125. U ovom segmentu Bosna i Hercegovina doseže 63% evropskog prosjeka, što je vidljivo i u grafičkom prikazu u nastavku.



Slika 25: Dostupnost mobilne telefonije u BiH i EU27

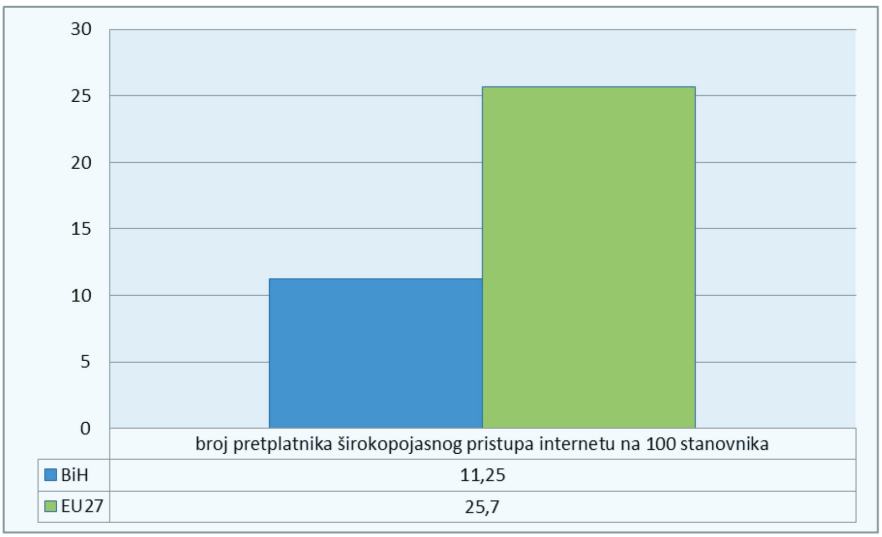
Izvori podataka: Regulatorna agencija za komunikacije BiH i Eurostat

[58] Regulatorna agencija za komunikacije BiH: *Telekomunikacijski pokazatelji Bosne i Hercegovine za 2010. godinu,* <***http://www.rak.ba/bih/index.php?uid=1268383546***> (pristup stranici ostvaren 15. 4. 2012).

[59] Eurostat, *Eurostat telecommunication statistics*, <***http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Telecommunication_statistics***> (pristup stranici ostvaren 14. 4. 2012).

Dostupnost interneta u Bosni i Hercegovini

Kao indikator za dostupnost interneta u Bosni i Hercegovini koristili smo broj pretplatnika širokopojasnog interneta[60] na 100 stanovnika. Prema podacima Regulatorne agencije za komunikacije BiH[61], ovaj broj iznosi 11,25, dok prosjek za Evropsku uniju EU27, prema podacima Eurostata[62], iznosi 25,7. U segmentu dostupnosti širokopojasnog pristupa internetu Bosna i Hercegovina doseže 44% evropskog prosjeka, što je vidljivo i u grafičkom prikazu navedenih podataka:



Slika 26: Dostupnost širokopojasnog pristupa internetu u BiH i EU27

Izvori podataka: Regulatorna agencija za komunikacije BiH i Eurostat

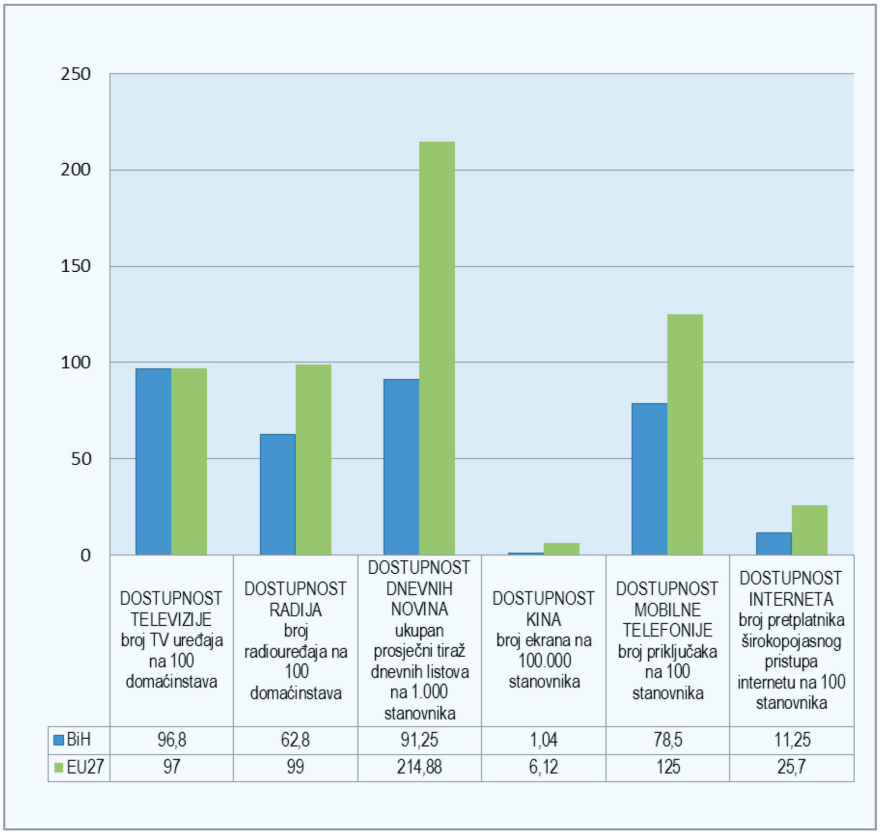
[60] Evropska komisija definiše širokopojasnost kao široki spektar tehnologija razvijenih u svrhu podrške isporuci naprednih interaktivnih servisa, kojima je pridružena stalna funkcionalnost, pružajući lokalni propusni opseg i kapacitet koji napreduje tokom vremena, i omogućavajući istovremenu upotrebu govornih i podatkovnih usluga. Prema tumačenju Eurostata, pod širokopojasnim pristupom podrazumijeva se pristup internetu putem širokopojasnih linija s kapacitetom od 144 Kbits/s ili većim, <***http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tsiir150&plugin=0***> (pristup stranici ostvaren 14. 4. 2012).

[61] Regulatorna agencija za komunikacije BiH: *Telekomunikacijski pokazatelji Bosne i Hercegovine za 2010. godinu*, <***http://www.rak.ba/bih/index.php?uid=1268383546***> (pristup stranici ostvaren 15. 4. 2012).

[62] Eurostat, Eurostat telecommunication statistics, <***http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Telecommunication_statistics***> (pristup stranici ostvaren 14. 4. 2012)

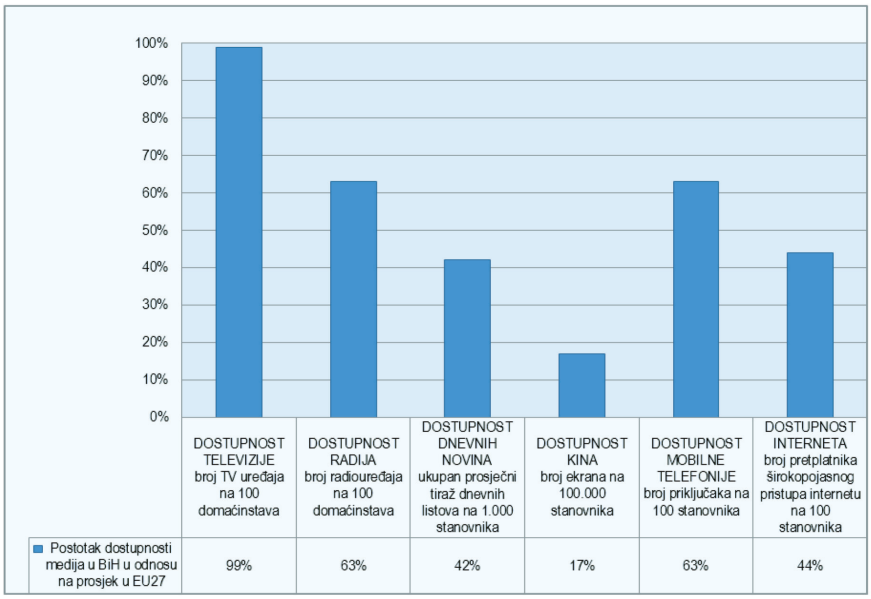
Zaključak o dostupnosti medija u Bosni i Hercegovini kao faktoru unapređenja medijske pismenosti

Analizom dostupnosti medija kao faktora unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini dolazimo do zaključka da okruženje u ovom segmentu daje neznatne poticaje za unapređenje medijske pismenosti. Na osnovu usporedbe statističkih podataka o dostupnosti pojedinačnih medija u Bosni i Hercegovini s odgovarajućim podacima za Evropsku uniju EU27, može se zaključiti da u pogledu dostupnosti medija Bosna i Hercegovina znatno zaostaje za evropskim prosjekom. U nastavku slijedi komparativni grafički prikaz dostupnosti medija u Bosni i Hercegovini i EU27:



Slika 27: Poredba dostupnosti medija u Bosni i Hercegovini i EU27

Izvori podataka: Agencija za statistiku BiH, Regulatorna agencija za komunikacije BiH, Osmančević (2009:112), Eurostat, Eurobarometer, Međunarodna telekomunikaciona unija i UNESCO-ov Institut za statistiku



Slika 28: Postotak dostupnost medija u Bosni i Hercegovini u odnosu na prosjek u EU27
Izvori podataka: Agencija za statistiku BiH, Regulatorna agencija za komunikacije BiH, Osmančević (2009:112), Eurostat, Eurobarometer, Međunarodna telekomunikaciona unija i UNESCO-ov Institut za statistiku

Kao što se vidi iz grafičkog prikaza, u pogledu dostupnosti televizije Bosna i Hercegovina gotovo da ne zaostaje za prosjekom EU27. U pogledu dostupnosti radija i mobilne telefonije situacija je relativno zadovoljavajuća sa 63% od prosječne vrijednosti za EU27. Dostupnost dnevnih novina u Bosni i Hercegovini iznosi samo 42%, a dostupnost širokopojasnog pristupa internetu samo 44% od prosjeka u Evropskoj uniji, što nije zadovoljavajuće. Najkritičnija je dostupnost kina u poređenju s evropskim vrijednostima ona iznosi tek 17% evropskog prosjeka.

Možemo zaključiti da okruženje u segmentu dostupnosti medija u Bosni i Hercegovini daje neznatan poticaj za unapređenje medijske pismenosti i da se nalazi na osnovnom stepenu. Prostora za napredak ima prije svega u segmentu dostupnosti kina, pa onda i dnevnih novina i širokopojasnog pristupa internetu[63].

[63] Evropska komisija definiše širokopojasnost kao široki spektar tehnologija razvijenih u svrhu podrške isporuci naprednih interaktivnih servisa, kojima je pridružena stalna funkcionalnost, pružajući lokalni propusni opseg i kapacitet koji napreduje tokom vremena i omogućavajući istovremenu upotrebu govornih i podatkovnih usluga. Prema tumačenju Eurostata, širokopojasni pristup internetu podrazumijeva linije s kapacitetom od 144

3.3. REZIME POGLAVLJA

Medijska pismenost je tema kojoj se u Bosni i Hercegovini ne poklanja odgovarajuća pažnja niti u javnom prostoru niti u oblasti (medijskog) odgoja i medijske politike. Čini se da ovaj pojam nije uvriježen ni u krugovima koji se na određen način bave unapređenjem medijske pismenosti, npr. kroz različite aktivnosti nevladinih organizacija i medijske industrije. Naučni radovi i publikacije o ovoj temi su malobrojni, a cjelovita istraživanja o stanju medijske pismenosti ne postoje.

Ambijentalni uvjeti u koje se ubrajaju medijski odgoj, medijska politika, aktivnosti nevladinog sektora i medijske industrije, te dostupnost medija u znatnoj mjeri utječu na stanje medijske pismenosti. Analiza tih uvjeta za razvoj medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini pokazala je da okruženje daje određene poticaje za unapređenje medijske pismenosti, te je identifikovala određene slabe tačke.

Analiza stanja medijskog odgoja kao faktora unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini pokazala je da okruženje u ovom segmentu daje neznatan poticaj za razvoj medijske pismenosti. Medijski odgoj u smislu odgoja za medije prisutan je u obaveznim nastavnim planovima i programima za osnovne škole i gimnazije pod nazivom medijska kultura u okviru predmeta Bosanski/Hrvatski/Srpski jezik i književnost, odnosno u okviru predmeta Demokratija i ljudska prava. Međutim, prisustvo odgoja za medije nije zadovoljavajuće ni u kvalitativnom ni u kvantitativnom smislu. Koncept je baziran na tradicionalnim medijima i ne prati aktuelni razvoj medija i informacionih i komunikacionih tehnologija. Edukacija nastavnika za medijski odgoj nije na odgovarajućem nivou, a didaktički materijal je slabo dostupan. Medijski odgoj ne predstavlja prioritet niti mu se pridaje odgovarajući značaj u obrazovnim strategijama. Iz navedenih razloga, medijski odgoj kao faktor unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini predstavlja područje koje je potrebno temeljito modernizirati i prilagoditi savremenim potrebama učenika i nastavnika.

U oblasti medijske politike kao faktora unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini okruženje daje određene poticaje za unapređenje medijske pismenosti, međutim, za odgovarajuće unapređenje medijske pismenosti i procjene nivoa medijske pismenosti građana nužno je da medijska pismenost dobije značajnije mjesto u medijskoj politici i da budu jasno podijeljene nadležnosti svih aktera, uključujući nadležna ministarstva, regulatora i javni servis. Medijska pismenost eksplicitno se spominje u samo jednom podzakonskom aktu Politici sektora emitovanja, te nije postavljena kao strateški cilj u oblasti informisanja,

---

Kbits/s ili većim,<***http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tsiir150&plugin=0***> (pristup stranici ostvaren 14. 4. 2012).

medija i komunikacija. Uprkos tome, zakonskim i podzakonskim aktima postavljeni su solidni temelji za razvoj medijske pismenosti građana, prije svega kroz uspostavu savremenog regulatornog tijela za komunikacije i savremenog regulatornog okvira za rad medija usklađenog s evropskim standardima. Aktivnosti Regulatorne agencije za komunikacije BiH u oblasti medijske pismenosti su kontinuirane, te je primjetna i odgovarajuća saradnja regulatora s drugim akterima aktivnim u ovoj oblasti. Također, postojanje i aktivnosti samoregulatornog tijela za štampane i online medije Vijeća za štampu u Bosni i Hercegovini u oblasti medijske pismenosti doprinose stvaranju povoljnog ambijenta za razvoj medijske pismenosti građana.

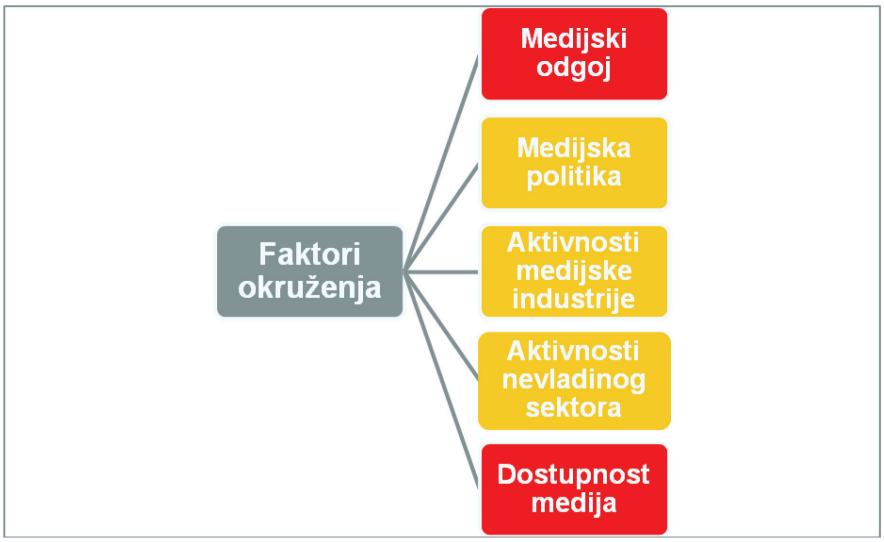
Analizom aktivnosti medijske industrije kao faktora unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini došli smo do zaključka da okruženje u ovom segmentu daje određene poticaje za unapređenje medijske pismenosti. Tradicionalni mediji, dnevne novine, televizije i radiostanice poduzimaju relativno malo aktivnosti da svoje korisnike obrazuju kao kompetentne medijske konzumente. Od institucionalnih predstavnika medijske industrije najviše aktivnosti usmjerenih ka poboljšanju medijske pismenosti poduzima Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini, koje redovno organizuje različite edukativne seminare i konferencije. Također je primjetno da telekomunikacione kompanije i pružatelj usluge pristupa internetu ne ulažu dovoljne napore da svoje klijente upoznaju s tehnološkim naprecima, ali i potencijalnim opasnostima koje im prijete. Aktivnosti filmske industrije, nasuprot tome, jako su izražene, prije svega, kroz raznovrsne edukativne aktivnosti koje se održavaju u okviru brojnih filmskih festivala u zemlji. Saradnja s ostalim akterima u oblasti unapređenja medijske pismenosti se može još poboljšati.

U Bosni i Hercegovini postoji određen broj nevladinih organizacija koje su aktivne u oblasti medijske pismenosti. Analiza aktivnosti nevladinih organizacija kao faktora unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini pokazala je da okruženje u ovom segmentu daje određene poticaje za unapređenje medijske pismenosti. Težište ovih aktivnosti je razvijanje sposobnosti kritičke analize i evaluacije medijskih sadržaja. Aktivnosti su usmjerene ka različitim ciljnim grupama, s tim što je grupa starijih osoba/seniora potpuno zanemarena. Također je utvrđeno da je potrebna bolja saradnja i koordinacija aktivnosti, kako bi svi segmenti medijske pismenosti i sve ciljne grupe bili obuhvaćeni. Finansiranje ovih aktivnosti nije stabilno, a državne strukture u njemu za sada ne učestvuju.

Analiza dostupnosti medija kao faktora unapređenja medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini pokazuje da okruženje u ovom segmentu daje neznatne poticaje za unapređenje medijske pismenosti. Na osnovu poredbe statističkih podataka o dostupnosti pojedinačnih medija u Bosni i Hercegovini sa odgovarajućim

podacima za Evropsku uniju EU27, može se zaključiti da u pogledu dostupnosti medija Bosna i Hercegovina znatno zaostaje za evropskim prosjekom. Iznimku čine dostupnost televizije, radija i mobilne telefonije, koji iznose iznad 60% evropskog prosjeka, dok je najkritičnija dostupnost kina, koja iznosi svega 17%. Najviše prostora za napredak ima u oblasti dostupnosti kina, štampe, te širokopojasnog pristupa internetu.

Konačno, možemo zaključiti da je razvijenost ambijentalnih uvjeta za unapređenje medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini na srednjem nivou, a da najviše prostora za napredak ima u segmentu medijskog odgoja kojem je potrebna modernizacija kao i u segmentu dostupnosti medija.



Slika 29: Ocjena faktora okruženja u Bosni i Hercegovini

4

KAKO UNAPRIJEDITI MEDIJSKU PISMENOST U BOSNI I HERCEGOVINI

S obzirom na značaj medijske pismenosti za društvo u cjelini, unapređenje medijske kompetencije građana je zadatak i obaveza države, ali i drugih aktera kao što je medijska industrija i nevladine organizacije. Medijsku pismenost kao individualnu kompetenciju eksterni akteri mogu unaprijediti prvenstveno stvaranjem povoljnijih ambijentalnih uvjeta. Pri tome se postojanje strategije medijskog opismenjavanja smatra najboljim pristupom, jer se tako garantuje sistematičan pristup s kontinuiranim i koordiniranim aktivnostima, te jasnom podjelom nadležnosti.

Odgovor na pitanje kako unaprijediti medijsku pismenost u Bosni i Hercegovini pokušali smo dati identifikacijom aktera i odgovarajućih mjera koje bi ti akteri na osnovu evropske prakse i analize situacije u Bosni i Hercegovini trebali da poduzmu. Navedeni akteri i mjere mogu poslužiti kao elementi strategije medijskog opismenjavanja.

4.1. ISKUSTVA ZEMALJA U REGIJI U OBLASTI UNAPREĐENJA MEDIJSKE PISMENOSTI

Posebnu korist Bosna i Hercegovina mogla bi imati od iskustava zemalja iz regije, koje su već postigle određeni napredak u promovisanju koncepta medijske pismenosti, te integraciji medijskog odgoja u obrazovni sistem i zakonodavni okvir.

Od zemalja bivše Jugoslavije najveći napredak u ovoj oblasti postigla je Slovenija. Već 1999. godine ova zemlja je i formalno uvela medijski odgoj u nastavne planove i programe na svim nivoima, od predškolskog do univerzitetskog. Medijski odgoj podučava se kao dio nastave u okviru različitih predmeta, prvenstveno Slovenskog jezika i Građanskog odgoja i etike, ali i kao samostalan izborni predmet (Erjavec i Zgrabljić, 2000). Ministarstvo obrazovanja, nauke, kulture i sporta formiralo je stručnu komisiju[64] koja je izradila nastavne planove i programe za predmet Medijski odgoj, te su izrađeni i didaktički materijali[65]. Posebno značajno je naglasiti da je u Sloveniji projekt uvođenja medijskog odgoja dobio i odgovarajuću javnu

[64] Predmetna kurikularna komisija za vzgojo za medije, vidi <***http://www.mizks.gov.si/fileadmin/mizks.gov.si/pageuploads/podrocje/os/devetletka/predmeti_izbirni/Vzgoja_za_medije_izbirni.pdf***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2013).

[65] Najznačajnije publikacije predstavljaju: Košir, M. i Ranfl, R. (1996), *Vzgoja za medije*, Ljubljana: DZS; Erjavec, K. i Volčič, Z. (1999), *Moč in nemoč televizije*, Priručnik za roditelje i učitelje razredne nastave, Ljubljana: Rokus; Erjavec, K. i Volčič, Z. (1999), *Moč in nemoč televizije*, Udžbenik za učenike razredne nastave, Ljubljana: Rokus; Erjavec, K. i Volčič, Z. (1999), *Medijska pismenost*, Udžbenik za odgoj za medije, Ljubljana: DZS; i Erjavec, K. i Volčič, Z. (1999), *Tisk-očem obisk*, Udžbenik za odgoj za medije, Ljubljana: Rokus.

i političku podršku, što je uveliko doprinijelo njegovom uspjehu. Pored toga, u Sloveniji postoji i znatan znanstveni interes za ovu temu, tako da se može naći veći broj objavljenih tekstova o medijskoj pismenosti i medijskom odgoju, prvenstveno autorica Karmen Erjavec i Zale Volčić.

U Hrvatskoj, također, postoji veće interesovanje za ovu temu, kako na znanstvenom polju, prije svega kroz angažman Nade Zgrabljić-Rotar, tako i na praktičnom. Medijski odgoj, odnosno, medijska kultura je na sličan način kao i u Bosni i Hercegovini integrisana u nastavu hrvatskoga jezika. Prema Nacionalnom okvirnom kurikulumu za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje[66] iz 2011. godine, Medijska kultura predviđena je i kao jedan od mogućih fakultativnih predmeta koje svaka škola može ponuditi svojim učenicima. Međutim, brojni su glasovi koji ukazuju na to da postojeći vid medijskog odgoja u Hrvatskoj zaostaje za savremenim konceptom (Erjavec i Zgrabljić, 2000), te da Hrvatska mora uložiti više napora kako bi povećala medijsku kompetenciju svojih građana, a posebno kroz obrazovni sistem.

Srbija je 2011. godine donijela Strategiju razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine[67] s osnovnim ciljem daljeg jačanja uspostavljenih demokratskih odnosa u toj oblasti, a koja sadrži i dio koji se odnosi na medijsku pismenost. Konstatuje se da je nivo medijske pismenosti građana nizak i da je neophodno da država više učini na tom polju, a posebeno u procesu pristupanja Evropskoj uniji. Navodi se da je Ministarstvo kulture, informisanja i informacionog društva Republike Srbije koristilo budžetska sredstva 2010. godine namijenjena za medijsku pismenost za sufinansiranje projekata koji doprinose razvoju medijske pismenosti, uvođenju novih informacionih i komunikacionih tehnologija i koji značajno doprinose informisanju i obrazovanju djece i mladih u tom domenu. U strategiji se jasno ističe značaj medijske pismenosti:

Medijska pismenost je od osnovnog značaja za sve članove društva, bez obzira na životno doba u kome su, i veoma je važan faktor za aktivan građanski život u informacionom društvu. Republika Srbija će podsticati razvoj medijske pismenosti razvijanjem individualnih sposobnosti građana da koriste, razumeju i kritički vrednuju različite aspekte javnih glasila i medijskih sadržaja, kao i jačanjem pozitivnog utjecaja na faktore okruženja (podsticanje na medijsko obrazovanje, dostupnost

[66] Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje, <***http://public.mzos.hr/Default.aspx?sec=2685***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2013).

[67] Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine, Službeni glasnik Republike Srbije 75/2011.

raznovrsnih medija i medijskih sadržaja i dr.).

Za sada se medijski odgoj podučava u okviru predmeta Građansko vaspitanje, Srpski jezik i Sociologija. Međutim, Akcioni plan navedene strategije predvidio je i preispitivanje mogućnosti uvođenja programa medijske pismenosti u proces obrazovanja u roku od deset mjeseci, a što je otvorilo javnu diskusiju o medijskom odgoju u obrazovnom sistemu. Novinarska udruženja i organizacije jasno zagovaraju uvođenje medijskog odgoja u škole (Delić, 2012), međutim, još uvijek nije došlo do značajnih i sistematskih promjena u pogledu prisustva medijskog odgoja u školama.

Medijska pismenost je uvedena i u školski sistem Crne Gore 2009. godine. Podučava se kao kao izborni predmet u drugom ili trećem razgredu gimnazije. Plan i program je detaljno razrađen. U njemu se ističe da je *kritičko razumijevanje i osviješćeno korišćenje medija od presudne važnosti za autonomno djelovanje pojedinaca i za njihovu aktivnu građansku participaciju*. Iz opisa značaja medijske pismenosti jasno je da se težište stavlja na kritičku komponentu:

Medijska pismenost doprinosi razumijevanju uloge medija u društvu i sticanju suštinskih vještina ispitivanja koje su neophodne građanima demokratskih društava koji nastoje da razumiju, učestvuju i doprinose javnoj debati. Kroz nastavu medijske pismenosti učenik/ca stiče vještinu analiziranja i kritičkog 'čitanja' medijske poruke i razvija svijest o tome kako riječi i narativi, slika i zvuk mogu da se koriste u promociji određenih ideja i ciljeva. Na osnovu stečenih znanja učenik/ca je u stanju da vrši odabir činjenica, zaključuje i kritički vrednuje medijski tekst.

Medijska pismenost takođe osposobljava učenike i učenice da koriste medije kako bi pomoću njih izrazili/e svoje ideje i stavove i na taj način aktivno učestvovali/e u kreiranju javnog prostora građanskog društva. Taj aspekt nastave predmeta u isto vrijeme doprinosi razvoju njihovih kreativnih potencijala i estetskog senzibiliteta.

Kao jedan od nužnih uvjeta za uspostavljanje i razvoj demokratskog društva, medijsko opismenjavanje može značajno doprinijeti usvajanju demokratskih vrijednosti. (Bogojević, 2009)

Makedonija je, također, ostvarila značajan napredak u pogledu prisustva medijskog odgoja u obrazovnom sistemu i promocije koncepta medijske pismenosti. Projekt unapređenja medijske pismenosti zajedno su implementirali Makedonski institut za medije, Institut za demokratiju u Makedoniji i holandski partner Evropski novinarski centar u saradnji s Uredom za razvoj obrazovanja u Ministarstvu obrazovanja i

nauke, i uz finansijsku podršku Ministarstva vanjskih poslova Kraljevine Holandije kroz program MATRA. U okviru projekta izrađen je i preveden didaktički materijal, educirano preko 1.000 nastavnika i profesora osnovnih i srednjih škola, upostavljena web stranica s resursima[68], te izrađen priručnik za nastavnike.

Opisana iskustva zemalja iz regije pokazuju različite mogućnosti pristupa unapređenju medijske pismenosti. Međutim, jasno je da su sve zemlje bivše Jugoslavije prepoznale nužnost većeg angažmana u ovoj oblasti i da su poduzele korake kako bi promovisale medijsku pismenost i medijski odgoj jače integrisale u obrazovni sistem.

4.2. AKTERI U OBLASTI UNAPREĐENJA MEDIJSKE PISMENOSTI

U evropskoj praksi mogu se identifikovati brojni i raznoliki akteri u oblasti unapređenja medijske pismenosti. Najznačajniji su:

- ministarstva nadležna za obrazovanje,
- ministarstva nadležna za medije, komunikacije i informaciono društvo,
- regulatorna tijela za elektronske medije,
- (samo)regulatorna tijela za štampane medije,
- obrazovne institucije,
- nevladine organizacije,
- medijska industrija i industrija informacionih i komunikacionih tehnologija,
- agencije za statistiku.

U nastavku slijedi tabelarni prikaz odgovarajućih nosilaca aktivnosti usmjerenih ka unapređenju medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini:

[68] Web stranica ***http://medialiteracy.edu.mk*** (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2013).

Tabela 4: Prikaz potencijalnih nosilaca aktivnosti usmjerenih ka unapređenju medijske pismenosti u BiH

Nosioci aktivnosti	Potencijalni nosioci aktivnosti u Bosni i Hercegovini
Ministarstva nadležna za obrazovanje	Ministarstvo civilnih poslova Bosne i Hercegovine, Sektor za obrazovanje Ministarstvo prosvjete i kulture Republike Srpske Federalno ministarstvo obrazovanja i nauke Vlada Distrikta Brčko, Odjeljenje za obrazovanje Kantonalna ministarstva nadležna za obrazovanje Prosvjetno-pedagoški zavodi
Ministarstva nadležna za medije, komunikacije i informaciono društvo	Ministarstvo komunikacija i prometa Bosne i Hercegovine Ministarstvo saobraćaja i veza Republike Srpske Federalno ministarstvo prometa i komunikacija
Regulatorna tijela za elektronske medije	Regulatorna agencija za komunikacije Bosne i Hercegovine
Samoregulatorna tijela za štampane medije	Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini
Obrazovne institucije	Visokoškolske ustanove koje nude studijske programe u oblasti novinarstva, komunikologije i pedagogije Centri za obrazovanje odraslih
Nevladine organizacije	Nevladine organizacije aktivne u oblasti medijske pismenosti (pretežno organizacije koje se bave medijskom edukacijom, edukacijom mladih i obrazovnih radnika)
Medijska industrija	Asocijacija elektronskih medija Asocijacija privatnih radio i TV-stanica BiH Televizijske stanice Radiostanice Štampa
Industrija informacionih i komunikacionih tehnologija	Pružaoci telekomunikacionih usluga Pružaoci internetske usluge Proizvođači i prodavači softvera i hardvera
Agencije za statistiku	Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine Republički zavod za statistiku Republike Srpske Federalni zavod za statistiku

4.3. PRIJEDLOG MJERA ZA UNAPREĐENJE MEDIJSKE PISMENOSTI U BOSNI I HERCEGOVINI

Na osnovu prikazanog koncepta medijske pismenosti u Evropi i analize ambijentalnih uvjeta za unapređenje medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini, u nastavku slijedi prijedlog mjera za njeno poboljšanje:

1. Podstaknuti javnu diskusiju između predstavnika nadležnih institucija vlasti, obrazovnog sektora, nevladinih organizacija i medijske industrije o značaju i stanju medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini.
2. Prilikom razvoja strategije za unapređenje medijske pismenosti ili uključivanja medijske pismenosti kao cilja u strateške dokumente u oblasti medija ili obrazovanja težište staviti na komponentu kritičkog razumijevanja medijskih sadržaja i načina fukncionisanja medija, te značaj medijske pismenosti za aktivno građanstvo.
3. Osigurati svim građanima informacije o sigurnom korištenju medija i informacionih i komunikacionih tehnologija, posvećujući posebnu pažnju osjetljivim kategorijama kao što su djeca i mladi.
4. Integrisati odgoj za medije u sve segmente obrazovanja, od predškolskog do visokoškolskog obrazovanja, te obrazovanja odraslih na odgovarajući način i u skladu s potrebama učesnika u nastavnim procesima.
5. Razviti kvalitativno i kvantitativno odgovarajuće programske cjeline za medijski odgoj u obaveznim nastavnim planovima i programima za osnovno i srednješkolsko obrazovanje.
6. Medijsku pedagogiju učiniti obaveznim dijelom obrazovanja nastavnika razredne nastave i predmeta u okviru kojih se obrađuju teme iz domena odgoja za medije.
7. Razviti programe edukacije o temi medijske pismenosti za nastavnike.
8. Razviti didaktički materijal za medijski odgoj.
9. Medijsku pismenost definisati kao ključnu kompetenciju i na odgovarajući način je integrisati u strateške dokumente u oblasti obrazovanja.
10. Razviti dijalog između obrazovnih institucija, roditelja, nevladinih organizacija i medijske industrije o odgoju za medije u okviru obrazovnog sistema.
11. Medijsku pismenost učiniti dijelom medijske politike uključivanjem u zakonske i podzakonske akte i strategije u oblasti medija, uz jasno definisanje ciljeva i nadležnosti.
12. Podstaknuti regulatorna i (samo)regulatorna tijela za medije da poduzimaju kontinuirane aktivnosti s ciljem unapređenja medijske pismenosti i da upoznaju javnost s načinom regulacije i (samo)regulacije medija.
13. Osigurati redovno prikupljanje podataka i izvještavanje o stanju medijske pismenosti.

14. Osigurati podršku naučnoistraživačkim radovima iz oblasti medijske pismenosti.
15. Podstaknuti i finansijski podržati nevladine organizacije u aktivnostima usmjerenim ka unapređenju medijske pismenosti.
16. Podstaknuti i po potrebi i finansijski podržati medijsku i industriju informacionih i komunikacionih tehnologija, uključujući i javni RTV servis, u aktivnostima usmjerenim ka unapređenju medijske pismenosti.
17. Podstaknuti i po potrebi finansijski podržati građane kao aktivne proizvođače medijskih sadržaja, naprimjer, kroz podršku medijima zajednice.
18. Podstaknuti povećanje dostupnosti medija i informacionih i komunikacionih tehnologija na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou kako bi što više građana imalo pristup medijima i informacionim komunikacionim tehnologijama, uključujući i osobe s invaliditetom ili osobe u teškom ekonomsko-socijalnom položaju.
19. Osigurati pluralizam medijskih sadržaja.
20. Razviti i osigurati saradnju sa svim relevantnim međunarodnim institucijama aktivnim u oblasti medijske pismenosti uključujući UNESCO, Vijeće Evrope i Evropsku komisiju kao i s drugim evropskim zemljama.

4.4. REZIME POGLAVLJA

Unapređenje medijske pismenosti je zadatak i obaveza države, ali i drugih aktera kao što su medijska industrija i nevladine organizacije. Pri tome se medijska pismenost kao individualna kompetencija pojedinca može unaprijediti prvenstveno stvaranjem povoljnijih ambijentalnih uvjeta. Sve zemlje bivše Jugoslavije prepoznale su značaj medijske pismenosti, te poduzele različite korake kako bi promovisale koncept medijske pismenosti i integrisale medijski odgoj u obrazovni sistem. Postojanje strategije medijskog opismenjavanja smatra se najboljim pristupom, jer se na taj način garantuje sistematičan pristup s kontinuiranim i koordiniranim aktivnostima, te jasnom podjelom nadležnosti.

Na osnovu evropske prakse i analize situacije u Bosni i Hercegovini u ovom poglavlju identifikovani su akteri koji bi trebali biti nosioci aktivnosti usmjerenih ka unapređenju medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini kao i odgovarajuće mjere.

Kao najznačajniji potencijalni nosioci aktivnosti usmjerenih ka unapređenju medijske pismenosti identifikovani su Ministarstvo civilnih poslova Bosne i Hercegovine, entitetska i kantonalna ministarstva nadležna za obrazovanje i prosvjetno-pedagoški zavodi, Ministarstvo komunikacija i prometa Bosne i Hercegovine, Regulatorna agencija za komunikacije Bosne i Hercegovine, Vijeće za

štampu u Bosni i Hercegovini, visokoškolske ustanove koje nude studijske programe u oblasti novinarstva, komunikologije i pedagogije, centri za obrazovanje odraslih, nevladine organizacije aktivne u oblasti medijske pismenosti, mediji i predstavnici medijske industrije, te Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine.

Također, na osnovu prikazanog koncepta medijske pismenosti u Evropi i analize ambijentalnih uvjeta za unapređenje medijske pismenosti u Bosni i Hercegovini, predloženo je dvadeset mjera za njeno poboljšanje. Ove mjere, između ostalog, obuhvataju poticanje diskusije među svim relevantnim akterima o stanju i potrebi unapređenja medijske pismenosti, kvalitativno i kvantitativno jaču integraciju medijskog odgoja u obrazovni sistem, razvoj didaktičkog materijala za medijski odgoj, te osiguravanje finansijske podrške za aktivnosti usmjerene ka unapređenju medijske pismenosti.

5. SAŽETAK/SUMMARY

This publication is intended to provide insight into the modern concept of media literacy, to analyze environmental factors that influence its development in Bosnia and Herzegovina, and to identify actors who, with proposed measures, can help improve BiH citizens' media literacy.

Chapter 1 introduces the modern concept of media literacy, commonly defined as the "ability to access, understand and critically evaluate a variety of media forms and to communicate in the variety of contexts" (European Commission 2007). Activities and key documents of UNESCO, Council of Europe and the European Union show that their definitions of media literacy are consistent since they include four main elements: access, analysis, evaluation and communication.

Since the 1980s, media literacy has become an integral part of the education process across Europe, primarily because of UNESCO's active role in promoting it. For the last two decades, media literacy has become an increasingly important part of media policy as well as media regulation, and publications and activities of the Council of Europe and European Union have played a key role in raising awareness. UNESCO has primarily focused on education and curriculum development, while the Council of Europe has worked on media literacy mainly in the context of freedom of expression. The European Union has emphasized the importance of media literacy in protecting media consumers. Two trends have been identified: a shift in focus from protection of media consumers to active participation, and from traditional media to new media and ICTs.

The importance of media literacy for a society is reflected in the four functions it performs: it is considered an important pre-condition for an engaged citizenry, it is used as an instrument for the protection of children and minors, as well as for the protection of media consumers, and it is considered a mechanism for bridging the digital divide. However, its most important role is to empower citizens to be active participants in society. In this information age, it is considered a necessary prerequisite for people to be able to access media, to analyze and evaluate media messages properly, as well as to be able to communicate through and with the media.

An individual's competency in media literacy is greatly affected by surrounding environmental factors. These include: media education, how media literacy is represented in media policy, how the media industry and civil society promote media literacy, and accessibility to media. As media literacy is one of the key

competencies for both individuals and society as a whole, states need to continuously work on improving the level of media literacy of their citizens, primarily by improving the environmental factors.

Chapter 2 - Media Literacy in Bosnia and Herzegovina - offers an analysis of the environmental factors described in the previous chapter. Media literacy is not given adequate attention, neither in public nor in media education or media policy. The concept of media literacy itself is interpreted differently, even among media professionals and NGO activists who actively promote it. Academic articles and publications on the subject are rare, and comprehensive research on media literacy does not exist. Analysis of the environmental factors suggests that the environment in BiH provides some stimuli for the development of media literacy, but also demonstrates some weak points, especially in the fields of media education and media accessibility.

Media education as education for media can be found as Media Culture in elementary and secondary educational curricula, under the subjects of native language and literature (Bosnian/Croatian/Serbian) in primary schools, and democracy and human rights in secondary schools. However, the overall presence of media education in the BiH educational system is unsatisfactory in both quality and quantity. BiH media education focuses on traditional media and does not reflect the development of new media and ICTs. Training in media education is not mandatory for teachers, and teaching tools for media education/literacy are either unavailable or unknown to teachers. Media education is not a priority nor is it given sufficient attention in education strategies. Given its importance for the development of media literacy, media education needs to be thoroughly adjusted to the modern needs of both students and teachers in BiH.

Analysis suggests that media policy as a factor which influences media literacy stimulates its development. Currently, media literacy is explicitly mentioned in only one legal document, the Broadcast Sector Policy, and it is not set as a strategic objective in the field of information, media and communications. Nevertheless, within the laws and subordinate regulations, a solid foundation for media literacy development has been already laid, primarily through establishing a modern regulatory authority - Communications Regulatory Agency (CRA) - as well as through a modern regulatory framework harmonized with European standards. The CRA is continuously active in media literacy development and collaborates with other actors in the field. The Press Council in BiH, a self-regulation body for print and online media, has also contributed to establishing a positive environment for the development of media literacy. However, in order to achieve long-lasting results and to be able to assess media literacy levels of BiH citizens, media literacy needs to play a more substantial role in media pol-

icy. Competencies of all the actors, including the ministries, regulators, public broadcast service, etc., need to be clearly defined.

Analysis of media industry activities as factors that influence media literacy development in BiH, shows that the environment provides some incentives for development, primarily through the activities of the Press Council in BiH, as well as through a very active film industry that offers different educational programs within numerous film festivals. Traditional media outlets such as daily newspapers, TV and radio tend not to undertake activities that would help transform their audiences into competent media consumers. It is also evident that telecommunication companies and Internet service providers do not invest enough effort to introduce their clients to technological progress and the possible risks associated with it.

Ten BiH NGOs have been identified as key players in media literacy development, as they have organized educational seminars, workshops, conferences, campaigns, and established web portals. The focus of their activities has been on the development of citizens' abilities to critically analyze and evaluate media content. The activities are aimed towards different age groups, although senior citizens are completely excluded from this process. It has also been acknowledged that better collaboration and coordination of activities among different NGOs is necessary in order to have all segments of media literacy and all target groups included. The weakest point of these activities, as identified in the analysis, is the financial aspect, as there is a lack of public funds to support such activities.

Media accessibility is also a factor in the development of media literacy. In comparing the accessibility of TV, radio, print, cinema, mobile phones and Internet in BiH and in the European Union (EU27), statistical data shows that BiH is significantly behind the European average. The exception is accessibility in BiH of TV, which is 99% of the EU27 average. Accessibility of radio and mobile phones in BiH is over 60% of the European average, which is satisfactory. A significant difference is shown in daily print and internet access, which is slightly over 40% of the European average, and the lowest is accessibility to the cinema, which is just 17% of the European average.

The third chapter of this publication is aimed at answering the question How to improve media literacy in BiH? In European practice, improvement of media literacy must be considered both a task and an obligation of the state, as well as that of other actors, such as the media industry and NGOs. A better environment also lends itself to better individual competencies in media literacy. Because all countries of the former Yugoslavia have acknowledged the importance of me-

dia literacy, this publication presents in brief the steps that each has undertaken to promote and integrate media literacy into their educational system. Having a strategy for developing media literacy is considered to be the best approach, as it guarantees a systematic and coordinated activities, and establishes a clear division of competencies and responsibilities. In using the practices of EU countries as a reference point, potential implementers of media literacy development activities in BiH include: the Ministry of Civil Affairs of BiH; the Ministry of Communications and Transport of BiH; the education ministries of entities and cantons; Communications Regulatory Agency; Press Council; universities offering media, communications and education programs; adult education centers, NGOs; media and media industry representatives; and the Agency for Statistics of BiH. Bearing in mind the European concept of media literacy and the state of its development in BiH, this study suggests 20 concrete measures to enhance media literacy of BH citizens. These include promoting discussion among all relevant actors on the status and development of media literacy; qualitative and quantitative integration of media education into curricula; development of teaching tools for media literacy; and securing financial support for increasing media literacy activities.

In conclusion, it is vitally important to involve a multitude of actors in order to contribute to the enhancement of media literacy, with the ultimate goal to strengthen democracy within BiH society.

6. O AUTORICI

Lea Tajić je rođena 1979. godine u Zenici. Osnovnu i srednju školu pohađala je u Sarajevu, Splitu i Koblenzu (Savezna Republika Njemačka). Studirala je germanistiku, kulturološke studije i komunikologiju u Sarajevu, Mannheimu i Zagrebu. Magistrirala je o temi medijske pismenosti na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu. Stipendistica je Njemačke službe za akademsku razmjenu DAAD.

Radila je kao glasnogovornica u Fondaciji Schüler Helfen Leben (2003-2004), kao rukovoditeljica projekata u oblasti medija i saradnje s crkvama i vjerskim zajednicama u njemačkoj političkoj fondaciji Konrad-Adenauer-Stiftung (2004-2009), a od 2009. godine radi na poslovima šefice Odsjeka za međunarodnu saradnju u emitovanju u Regulatornoj agenciji za komunikacije Bosne i Hercegovine. Od 2010. do 2012. godine predstavljala je Agenciju u Stalnom komitetu za medije i nove komunikacione servise Vijeća Evrope (CDMC).

Kao urednica i autorica objavila je više publikacija, između ostalog, *Savladavanje prošlosti i uloga medija: Tematiziranje ratnih zločina u bosanskohercegovačkim medijima* (Fondacija Konrad Adenauer, Sarajevo, 2005), *Vergangenheitsbewältigung und Erinnerungskultur in den Ländern Mittel- und Südosteuropas* (Konrad-Adenauer-Stiftung, Berlin, 2006), *Mediji i religija* (Fondacija Konrad Adenauer, Sarajevo, 2007).

Područja njenog istraživačkog interesa su medijske i kulturološke studije.

7. BIBLIOGRAFIJA

KNJIGE, ČLANCI I IZVJEŠTAJI

Agencija za statistiku BiH (2011), *Tematski bilten: Kultura i umjetnost 2010*, Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, Sarajevo.

Aufderheide, Patricia (1992), *Aspen Media Literacy Conference Report, <**http://www.medialit.org/reading-room/aspen-media-literacy-conference-report-part-ii***> (pristup stranici ostvaren 23. 4. 2010).

Baran, Stanley J.; Davis, Dennis K. (2011), *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Sixth Edition, Wadsworth Cengage Learning, Boston.

Bauer, Thomas A. (2006), *Medijska etika – pitanje komunikacijske kulture,* u Zgrabljić-Rotar, Nada, ur. (2006), *Medijska pismenost i civilno društvo*, Mediacentar, Sarajevo.

Buckingham, David (2009), *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture,* Polity, Cambridge.

Delić, Valentina (2012), *Medijska pismenost – novi školski predmet?, <**http://media.ba/bs/magazin-etika/medijska-pismenost-novi-skolski-predmet***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2013).

EAVI for European Commission (2010), *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*, <***http://ec.europa.eu/avpolicy/ media_literacy/studies/index_en.htm***> (pristup stranici ostvaren 23. 4. 2010).

EAVI for European Commission (2011), *Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe – Final Report*, <***http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/final-report-ML-study-2011_en.pdf***> (pristup stranici ostvaren 10. 2. 2012).

Erjavec, Karmen (2006), *Odgoj za medije: od koncepta do školske prakse,* u Zgrabljić-Rotar, Nada, ur. (2006), *Medijska pismenost i civilno društvo*, Mediacentar, Sarajevo.

Erjavec, Karmen i Zgrabljić, Nada (2000): *Odgoj za medije u školama u svijetu, Hrvatski model medijskog odgoja*, u *Medijska istraživanja* (god. 6, br.1), str. 89-107.

European Union, *Special Eurobarometer 274: E-Communications Household Survey, <**http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_274_en.pdf***> (pristup stranici ostvaren 20. 4. 2012).

Eurostat (2002), *Statistics in focus THEME 4, 34/2002: Radio broadcasting market*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Eurostat, *Eurostat telecommunication statistics*, ***http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Telecommunication_statistics*** (pristup stranici ostvaren 14. 4. 2012).

Eurostat (2006). *Eurostat pocketbooks: Cultural statistics*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Eurostat (2006). *Eurostat pocketbooks: Cultural statistics*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Eurostat (2007) *ICT Community Survey.* Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Eurostat (2009) *Benchmarking Digital Europe*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities

International Telecommunications Union: *Core indicators on access to and use of ICT by households and individuals*, <***http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/***> (pristup stranici ostvaren 15. 4. 2012).

IRIS plus 2011-3, *Media Literacy* (Susanne Nikoltchev (Ed.), European Audiovisual Observatory, Strasbourg 2011).

Jenkins, Henry (2006), *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York.

Jusić, Tarik, ur. (2010), *Komunikacija i zajednica: građani, mediji i lokalna uprava u Bosni i Hercegovini*, Mediacentar, Sarajevo.

Livingstone, Sonia (2003), *The changing nature and use of media literacy*, Media@ LSE Electronic Working papers, No. 4, <***http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/mediaWorkingPapers/ewpNumber4.aspx***> (pristup stranici ostvaren 20. 4. 2010).

Machet, Emmanuelle (2008), Media Literacy – what role for the regulators?, <***http://www.epra.org/attachments/272***> (pristup stranici ostvaren 20. 3. 2012).

Martens, H. (2010), *Evaluating media literacy education: Concepts, theories and future directions. Journal of Media Literacy Education, 2,* 1–22.

McLuhan, Marshal (1964, uvodnik urednika 2003), *Understanding Media: The Extensions of Man, Critical Edition (ur. W. Terrence Gordon),* Ginko Press, Corte Madera.

McQuail, Denis (1994), *McQuail's Communication Theory,* treće izdanje, Sage, London.

Moody, Kate: *John Culkin, SJ: The Man Who Invented Media Literacy: 1928-1993,* <***http://www.medialit.org/reading-room/john-culkin-sj-man-who-invented-media-literacy-1928-1993***> (pristup stranici ostvaren 20. 10. 2011).

Nuhanović, Asad (2010), *Demokratija, mediji, javnost: Ogled o slobodi i jednakosti,* Promocult, Sarajevo.

Osmančević, Enes (2009), *Demokratičnost www-komuniciranja,* Friedich Ebert Stiftung, Sarajevo.

Potter, W. James (2011), *Media Literacy*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Rantala, Leena (2011), *Finnish Media Literacy Education Policies and Best Practices in Early Childhood Education and Care Since 2004,* u *The National Association for Media Literacy Education's Journal of Media Literacy Education 3:2 (2011),* str. 123–133.

Recommendations addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation UNESCO Adopted by the Vienna Conference "Educating for the Media and the Digital Age", 18-20 April 1999, <***http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=linkdb&main=reconedu.php&***> (pristup stranici ostvaren 20. 3. 2010).

Regulatorna agencija za komunikacije BiH: *Medijska pismenost i zaštita djece i maloljetnika*, <***http://rak.ba/bih/index.php?uid=1274081346***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2012).

Regulatorna agencija za komunikacije BiH: *Telekomunikacijski pokazatelji Bosne i Hercegovine za 2010. godinu,* <***http://www.rak.ba/bih/index.php?uid=1268383546***> (pristup stranici ostvaren 15. 4. 2012).

Reichmayr, Ingrid-Francisce (2001), *U prilog medijskom obrazovanju,* <***http://www.mediaonline.ba/ba/?ID=115***> (pristup stranici ostvaren 19. 10. 2011).

Rennie, Ellie (2006), *Community Media: A Global Introduction (Critical Media Studies)*. Lanham, Md: Rowman & Littlefield.

Thoman Elisabeth, *UNESCO Convenes International Media Literacy Conference in Toulouse*, <***http://www.medialit.org/reading-room/unesco-convenes-international-media-literacy-conference-toulouse***> (pristup stranici ostvaren 5. 3. 2010).

UAB for European Commission (2007), *Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe*, <***http://ec.europa.eu/avpolicy/ media_literacy/studies/index_en.htm***> (pristup stranici ostvaren 23. 4. 2010).

Ujedinjene nacije (1989), *Konvencija o pravima djeteta*, <***http://www.unicef.org/voy/french/media/CRC_croatian_language.pdf***> (pristup stranici ostvaren 25. 3. 2010).

Voćkić-Avdagić, Jelenka (2006), *Obrazovanje odraslih i mediji*, u Obrazovanje odraslih, Vol. VI, str. 83–94.

Zgrabljić-Rotar, Nada, ur. (2006), *Medijska pismenost i civilno društvo*, Mediacentar, Sarajevo.

Ward-Barnes, Ava Katherine (2010), *Media Literacy in the United States: A Close Look at Texas*, Communication Theses Paper 58, <***http://digitalarchive.gsu.edu/communication_theses/58***> (pristup stranici ostvaren 10. 6. 2012).

Wilson, Carolyn; Grizzle, Alton; Tuazon, Ramon; Akyempong, Kwame; Cheung, Chi Kim (2011), *Media and information literacy curriculum for teachers,* UNESCO, Paris.

PROPISI, ZAKONI I STRATEŠKI DOKUMENTI U BOSNI I HERCEGOVINI

Kodeks o komercijalnim komunikacijama, Službeni glasnik BiH 98/11.

Kodeks o audiovizuelnim medijskim uslugama i medijskim uslugama radija, Službeni glasnik BiH 98/11.

Mapa puta i plan aktivnosti za uključivanje BiH u EU programe za cjeloživotno učenje i Mladi u akciji

Politika sektora emitovanja, Službeni glasnik BiH 18/07.

Pravilo 58/11 o pružanju medijskih usluga radija, Službeni glasnik BiH 98/11.

Pravilo 55/11 o pružanju audiovizuelnih medijskih usluga, Službeni glasnik BiH 98/11.

Pravilo 57/11 o javnim radio i televizijskim stanicama, Službeni glasnik BiH 98/11.

Pravilo 56/2011 o dozvolama za distribuciju audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija, Službeni glasnik BiH 98/11.

Sporazum o Zajedničkom jezgru nastavnih planova i programa, Službeni glasnik BiH 24/03.

Strategija razvoja stručnog obrazovanja i obuke u BiH za period 2007–2013. godine.

Strateški pravci razvoja obrazovanja u BiH, sa planom implementacije 2008–2015.

Strateški pravci razvoja predškolskog odgoja i obrazovanja u BiH.

Zajednička jezgra nastavnih planova i programa za osnovnu školu, <***http://www.see-educoop.net/education_in/pdf/zajed-osn-bos-bih-t06.pdf***> (pristup stranici ostvaren 5. 4. 2012).

Zajednička jezgra nastavnih planova i programa za gimnaziju, <***http://www.see-educoop.net/education_in/pdf/zajed-gimnazija-bos-bih-t06.pdf***> (pristup stranici ostvaren 5. 4. 2012).

Zakon o komunikacijama Bosne i Hercegovine, Službeni glasnik BiH 31/03, 75/06 i 32/10.

Zakon o Javnom radio-televizijskom sistemu Bosne i Hercegovine, Službeni glasnik BiH 78/05, 35/09 i 32/10.

Zakon o Javnom radio-televizijskom servisu Bosne i Hercegovine, Službeni glasnik BiH 92/05, 32/10.

Zakon o Radio-televiziji Republike Srpske, Službeni glasnik RS 49/06, XX/08.

Zakon o Javnom servisu Radio-televizije Federacije Bosne i Hercegovine, Službene novine FBiH 48/08.

Zakon o zaštiti od klevete Federacije Bosne i Hercegovine 59/02, 73/05.

Zakon o zaštiti od klevete Republike Srpske, Službeni glasnik RS 37/01.

DOKUMENTI I PROPISI DRUGIH DRŽAVA, VIJEĆA EVROPE, EVROPSKE UNIJE I UNESCO-A

Council of Europe (2005), *Integration and diversity: the new frontiers of European media and communications policy*, <***http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/MCM%282005%29005_en.pdf***> (pristup stranici ostvaren 24. 5. 2011).

Council of Europe (2009), *Towards a new notion of media*, <***http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/MCM%282009%29011_en_final_web.pdf***> (pristup stranici ostvaren 9. 5. 2011).

European Commission (2006), *Key Competences for Lifelong Learning* – European Reference Framework.

European Commission (2007a), *A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment.*

European Commission (2007b), *Report on the Results of the Public Consultation on Media Literacy.*

European Parliament (2008), *Media Literacy in a Digital World* ("Prets Report").

European Commission (2009), *Supporting Digital Literacy. Assessing Public policies and stakeholder initiatives, Final Report.*

European Commission (2009), *Recommendation on Media Literacy in the Digital Environment for a More Competitive Audio-visual and Content Industry and an Inclusive Knowledge Society.*

European Commission (2010), *Europe's Digital Competitiveness Report.*

European Parliament and Council (2006), *Recommendation on the Protection of Minors and Human Dignity and on the Right of Reply in Relation to the Competitiveness of the European Audio-visual and On-line Information Services Industry.*

European Union (1989), *Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities*, Official Journal L 289, 17/10/1989 P. 23.

European Union (2006), *Directive 2006/123/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 on services in the internal market*, Official Journal L 376, 27. 12. 2006, p. 36–68.

European Union (2007), *Directive 2007/65/EC of the European Parliament and of the Council of 11 December 2007 amending Council Directive 89/552/EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities,* Text with EEA relevance, Official Journal L 332, 18/12/2007 P. 0027–0045.

Bogojević, Dragan, ur. (2009), *MEDIJSKA pismenost, izborni predmet II ili III razred gimnazije, predmetni program,* Zavod za školstvo, Podgorica.

Republika Hrvatska, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta (2011), *Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje*, <***http://public.mzos.hr/Default.aspx?sec=2685***> (pristup stranici ostvaren 20. 2. 2013).

Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine, Službeni glasnik Republike Srbije 75/2011.

UNESCO (1982), *Grunwald Declaration on Media Education*, <***http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF***> (pristup stranici ostvaren 25. 3. 2010).

UNESCO (2008), *Teacher Training Curricula for Media and information Literacy, Background Strategy Paper, International Expert Group Meeting (Paris, June 2008)*, (pristup stranici ostvaren 20. 4. 2010) <***http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=47068&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html***>

Vijeće Evrope (1987), *Preporuka 1067 (1987) o kulturološkoj dimenziji emitovanja u Evropi.*

Vijeće Evrope (1989), *Preporuka 1098 (1989) o audiovizuelnoj saradnji između Istoka i Zapada.*

Vijeće Evrope (1993), *Preporuka 1215 (1993) o etici u novinarstvu.*

Vijeće Evrope (1995), *Preporuka 1276 (1995) o snazi vizuelnih slika.*

Vijeće Evrope (1997), *Preporuka br. R (97) 19 o prikazivanju nasilja u elektronskim medijima.*

Vijeće Evrope (1998), *Rezolucija 1165 (1998) pravo na privatnost.*

Vijeće Evrope (1999), *Preporuka 1407 (1999) mediji i demokratska kultura.*

Vijeće Evrope (1999b), *Deklaracija o Evropskoj politici u pogledu novih informacionih tehnologija.*

Vijeće Evrope (2000), *Preporuka 1466 (2000)o medijskom odgoju.*

Vijeće Evrope (2002), *Preporuka 1586 (2002) digitalni jaz i edukacija.*

Vijeće Evrope (2003), *Preporuka Rec (2003) 9 o mjerama za promovisanje demokratskog i socijalnog doprinosa digitalnog emitovanja.*

Vijeće Evrope (2006), *Preporuka Rec (2006) 12 o osposobljavanju djece u novom informacionom i komunikativnom okruženju.*

Vijeće Evrope (2007), *Preporuka 1789 (2007) profesionalna edukacija i trening novinara.*

Vijeće Evrope (2007b), *Preporuka CM/Rec (2007) 2 o medijskom pluralizmu i različitosti medijskih sadržaja.*

Vijeće Evrope (2007c), *Preporuka CM/Rec (2007) 3 o zadacima medija javnog servisa u informacionom društvu.*

Vijeće Evrope (2007d), *Preporuka CM/Rec (2007) 11 o promociji slobode izražavanja i informisanja u novom informacionom i komunikacijskom okruženju.*

Vijeće Evrope (2007e), *Preporuka CM/Rec (2007) 16 o mjerama u svrhu promocije vrijednosti Interneta kao javnog servisa.*

Vijeće Evrope (2008), *Preporuka 1836 (2008) ostvarivanje punog potencijala e-učenja za obrazovanje i trening.*

Vijeće Evrope (2008b), *Deklaracija o zaštiti dostojanstva, sigurnosti i privatnosti djece na Internetu.*

Vijeće Evrope (2008c), *Preporuka CM/Rec (2008) 6 o mjerama u svrhu promocije poštivanja slobode izražavanja i informisanja u vezi sa Internet filterima.*

Vijeće Evrope (2009), *Preporuka 1855 (2009) regulacija audiovizuelnih medijskih usluga*

Vijeće Evrope (2009b), *Preporuka 1882 (2009) promocija Interneta i online medijskih usluga prikladna za maloljetnike.*

Vijeće Evrope (2009c), *Deklaracija o ulozi medija zajednice u svrhu promocije socijalne kohezije i interkulturnog dijaloga.*

Vijeće Evrope (2009d), *Preporuka CM/Rec (2009) 5 o mjerama u svrhu zaštite djece od štetnih sadržaja i ponašanja i promocije njihovog aktivnog učešća u novom informacionom i komunikacijskom okruženju.*

Vijeće Evrope (2010), *Deklaracija* Vijeća ministara o Digitalnoj agendi za Evropu .

Vijeće Evrope (2011), *Preporuka CM/Rec (2011) 7 Vijeća ministara zemljama članicama u vezi novog značenja medija.*

OSTALI IZVORI

Asocijacija privatnih radio i TV stanica BiH: ***www.pem.ba***

Association for Media Literacy: ***http://www.aml.ca/home/***

International Clearinghouse on Children Youth and Media:

http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php

International Media Literacy Forum: ***http://www.imlrf.org/***

NAMLE (2010) *Core Principles of Media Literacy Education in the United States*

Regulatorna agencija za komunikacije BiH: ***www.rak.ba***

Udruženje filmskih radnika BiH: ***www.bhfilm.ba***

Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini: ***www.vzs.ba***

8. SKRAĆENICE

AVMSD	Direktiva o audiovizuelnim medijskim uslugama
BiH	Bosna i Hercegovina
CML	Center for Media Literacy
EAVI	European Association for Viewer's Interests
EU	Evropska unija
Eurostat	Statistički ured Evropske komisije
FBiH	Federacija Bosne i Hercegovine
IKT	Informacione i komunikacione tehnologije
RS	Republika Srpska
UAB	Universidad Autonoma de Barcelona
UNESCO	Organizacija za obrazovanje, nauku i kulturu Ujedinjenih nacija

9. POPIS TABELA I SLIKA

Tabela 1: Programski sadržaji vezani za medijski odgoj u Zajedničkoj jezgri nastavnih planova i programa za osnovne škole u okviru predmeta Bosanski/Hrvatski/Srpski jezik i književnost
Tabela 2: Programski sadržaji u vezi s medijskim odgojem u okviru predmeta Demokratija i ljudska prava
Tabela 3: Indikatori za dostupnost medija
Tabela 4: Prikaz potencijalnih nosilaca aktivnosti usmjerenih ka unapređenju medijske pismenosti u BiH

Slika 1: Četiri osnovna elementa medijske pismenosti
Slika 2: Hronološki prikaz aktivnosti i značajnih dokumenata UNESCO-a u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti
Slika 3: Hronološki prikaz aktivnosti i značajnih dokumenata Vijeća Evrope u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti
Slika 4: Struktura medijske pismenosti, izvor: EAVI (2010), Studija o kriterijima za procjenu nivoa medijske pismenosti
Slika 5: Hronološki prikaz aktivnosti i dokumenata Evropske unije u oblasti medijskog odgoja i medijske pismenosti
Slika 6: Značaj medijske pismenosti
Slika 7: Najznačajniji akteri u oblasti unapređenja medijske pismenosti
Slika 8: Piramidalna struktura medijske kompetencije
Slika 9: Faktori okruženja koji imaju utjecaj na medijsku pismenost
Slika 10: Indikatori na osnovu kojih je izvršena analiza faktora okruženja u Bosni i Hercegovini
Slika 11: Zastupljenost medijskog odgoja u nastavnim planovima i programima
Slika 12: Postojanje edukacije nastavnika za medijski odgoj
Slika 13: Kvalitet edukacije nastavnika za medijski odgoj
Slika 14: Postojanje didaktičkog materijala za medijski odgoj
Slika 15: Kvalitet didaktičkog materijala za medijski odgoj
Slika 16: Tematsko težište aktivnosti nevladinih organizacija aktivnih u oblasti unapređenja medijske pismenosti
Slika 17: Ciljna grupa aktivnosti nevladinih organizacija prema starosti
Slika 18: Ciljna grupa aktivnosti nevladinih organizacija
Slika 19: Saradnja između nevladinih organizacija, institucija vlasti i privrednih subjekata aktivnih u oblasti unapređenja medijske pismenosti
Slika 20: Količina finanansijskih sredstava raspoloživih za aktivnosti u oblasti unapređenja medijske pismenosti
Slika 21: Dostupnost televizije u BiH i EU27
Slika 22: Dostupnost radija u BiH i EU27
Slika 23: Dostupnost dnevnih novina u BiH i EU27

Slika 24: Dostupnost kina u BiH i EU27
Slika 25: Dostupnost mobilne telefonije u BiH i EU27
Slika 26: Dostupnost širokopojasnog pristupa Internetu u BiH i EU27
Slika 27: Poredba dostupnosti medija u Bosni i Hercegovini i EU27
Slika 28: Postotak dostupnosti medija u Bosni i Hercegovini u odnosu na prosjek u EU27
Slika 29: Ocjena faktora okruženja u Bosni i Hercegovini