



INFORMIRANJE MLADIH U BOSNI I HERCEGOVINI U KONTEKSTU PANDEMIJE COVID-19: JAZ IZMEĐU TEORIJSKIH ZNAKJA, PRAKTIČNIH VJEŠTINA I AKTIVNOG ANGAŽMANA

INFORMIRANJE MLADIH U BOSNI I HERCEGOVINI U
KONTEKSTU PANDEMIJE COVID-19: JAZ IZMEĐU TEORIJSKIH
ZNAJANJA, PRAKTIČNIH VJEŠTINA I AKTIVNOG ANGAŽMANA

Sanela Hodžić

Izdavač: Fondacija za razvoj medija i civilnog društva "Mediacentar"

Godina izdanja: 2020.

Adresa izdavača: Koševo 26, 71000 Sarajevo

Za izdavača: Maida Muminović

Autorica: Sanela Hodžić

Recenzentica: Anida Sokol

Lektura: Amela Šehović

Korektura i redaktura: Mirela Rožajac-Zulčić

DTP: Jasmin Leventić

Naslovna fotografija: Freepik

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

659.3-053.6:578.834(497.6)

HODŽIĆ, Sanela

Informiranje mladih u Bosni i Hercegovini u kontekstu pandemije
COVID-19 [Elektronski izvor] : jaz između teorijskih znanja, praktičnih
vještina i aktivnog angažmana / Sanela Hodžić. - El. knjiga. - Sarajevo :
Fondacija za razvoj medija i civilnog društva Mediacentar, 2020

Način pristupa (URL): <https://www.media.ba/bs>. - Nasl. sa nasl. ekrana.
- Opis izvora dana 23. 6. 2020.

ISBN 978-9958-584-30-5

COBISS.BH-ID 39308550

SADRŽAJ

Uvod.....	5
1. Mladi najviše koriste online izvore i televizijske kanale	6
2. Nisko povjerenje, provjera tačnosti informacija	10
3. Ograničena znanja i vještine razumijevanja platformi i sadržaja	13
4. Zaključna diskusija	15
Preporuke.....	17
Bibliografija	19
Aneks 1. Demografske karakteristike uzorka	22
O autorici	26

Publikacija je proizvedena u okviru projekta *“Izgradnja otpornosti na dezinformacije: program obuke za porodice, nastavnike, novinare i širu javnost za borbu protiv dezinformacija”*, koji u 2019. i 2020. godini implementira Fondacija za razvoj medija i civilnog društva “Mediacentar” u partnerstvu s organizacijom “Transitions” iz Praga, uz finansijsku podršku Programa za promociju tranzicije Vlade Republike Češke.



UVOD

Internetske tehnologije, medijske i druge komunikacijske platforme integralni su dio svakodnevnog života mladih. U isto vrijeme, u Bosni i Hercegovini (BiH) nedostaje sistematski pristup, prije svega unutar sistema formalnog obrazovanja, u razvoju znanja, vještina i navika koje će mladima omogućiti kompetentno korištenje i adekvatno razumijevanje komunikacijskih sadržaja¹ i aktivan angažman za vlastito i dobro zajednice u kojoj žive.

U ovom izvještaju predstavljani su rezultati istraživanja o informiranju mladih u BiH u kontekstu pandemije COVID-19. Uvidi u obrasce informiranja u kontekstu pandemije mogu pomoći u razumijevanju načina korištenja komunikacijskih platformi među mladima u kriznim situacijama i izvan njih. Istraživanje je provedeno u maju i junu 2020. godine, a zasnovano je, prije svega, na pregledu sekundarnih izvora, intervjuima sa dva eksperta u oblasti obrazovanja i medijske pismenosti, te rezultatima *online* anketiranja među mladima u BiH. Anketiranje je provedeno na uzorku od 50 ispitanika do 30 godina.² Rezultati su dopunjeni nalazima drugih istraživanja o informiranju i medijskoj pismenosti mladih, te interpretirani i analizirani na osnovu znanstvenih saznanja i mišljenja eksperata. U navedenom metodološkom okviru, rezultati ilustriraju neke od praksi informiranja mladih,³ ali nisu reprezentativni za populaciju mladih u BiH, te su za njihovu provjeru i generalizaciju potrebna obimnija istraživanja sa reprezentativnim uzorkom ispitanika.

Naredni dijelovi izvještaja fokusirani su na izvore koje mladi koriste za informiranje, povjerenje u pouzdanost informacija i njenu procjenu, te vještine razumijevanja i učešća u komunikaciji među mladima. U zaključnoj diskusiji sumirani su i interpretirani ključni nalazi i na kraju su date preporuke za intervencije usmjerene na informiranje mladih, poboljšanje medijskih politika i medijske produkcije, te, u širem smislu, na edukaciju u oblasti medijske i informacijske pismenosti (u daljnjem tekstu: MIL).⁴

¹ Pod pojmom komunikacijski sadržaji podrazumijevamo sadržaje masovnih medija ali i svih drugih komunikacijskih platformi kao što su društvene mreže i blogovi.

² Riječ je o prigodnom uzorku ispitanika do kojih smo došli preko mreže kontakata istraživača i koordinatora projekta i preporuka njihovih kontakata. Obuhvaćeni su ispitanici različitih demografskih karakteristika, uključujući spol, dob, stepen i vrstu obrazovanja, radni status i mjesto prebivališta. Uzorak, međutim, obuhvata više ispitanika iz Federacije BiH nego iz Republike Srpske (72% naspram 28%), najviše onih između 18 i 25 godina (76%) i studenata (52%); dok je manje učenika, zaposlenih i nezaposlenih. U aneksu izvještaja više o sastavu uzorka.

³ Većina pitanja uključivala je višestruke ponudene odgovore, a manji broj su pitanja sa otvorenim odgovorima.

⁴ Interes mladih za informiranje u kontekstu pandemije bit će fokus sljedećeg izvještaja u sklopu istog projekta.

1. MLADI NAJVIŠE KORISTE *ONLINE* IZVORE I TELEVIZIJSKE KANALE

Internet je najvažniji izvor informiranja za mlade općenito (za 75,6% ispitanika u: Đipa et al. 2016: 40) i glavni izvor informacija o pandemiji COVID-19 (64% ispitanika u: Regulatorna agencija za komunikacije, u daljnjem tekstu: RAK 2020).⁵ Rezultati našeg anketiranja djelomično potvrđuju zaključke iz sekundarnih izvora u kojima su društvene mreže označene kao ključne platforme za informiranje mladih u BiH (Halimić, Koštrebić i Neimarlija 2013: 38; Turčilo et al. 2019: 16). Preciznije, 60% anketiranih navodi društvene mreže kao važan izvor informiranja u kontekstu pandemije COVID-19. Facebook je pritom najviše korištena društvena mreža u BiH (61,9% korisnika u općoj populaciji, 91,2% u grupi od 14 do 19 godina i 76,9% u grupi od 20 do 29 godina, u 2018. godini).⁶ Među mladima je rašireno i korištenje Instagrama (koji je u 2018. godini dostigao 48,3% korisnika u populaciji od 14 do 19 godina)⁷ te donekle TikToka i YouTubea.⁸

Rezultati anketiranja provedenog u okviru ovog istraživanja (u nastavku “anketiranje”) potvrđuju nalaze ranijih istraživanja, prema kojima su *online* mediji zapravo najdominantniji izvor informacija o društveno-političkim pitanjima (u: Sokol 2019b: 49–50).⁹ 90% ispitanika u našoj anketi *online* medije navode kao važne platforme za informiranje u kontekstu pandemije COVID-19 (grafikon 1).¹⁰

⁵ Nešto manje je to slučaj u populaciji starijoj od 35 godina (64%), populaciji od 15 do 19 godina (56,50%) i naročito među djecom do 14 godina (44,50%). Ispitanici su 3.445 registriranih korisnika komunikacijske platforme UNICEF-a (U-report) iz BiH, od 14 do 36 godina, a istraživanje je provedeno u aprilu 2020.

⁶ IPSOS 2018, u: Hodžić i Petković 2020. Još uvijek neobjavljena studija o održivosti neovisnog novinarstva u regiji.

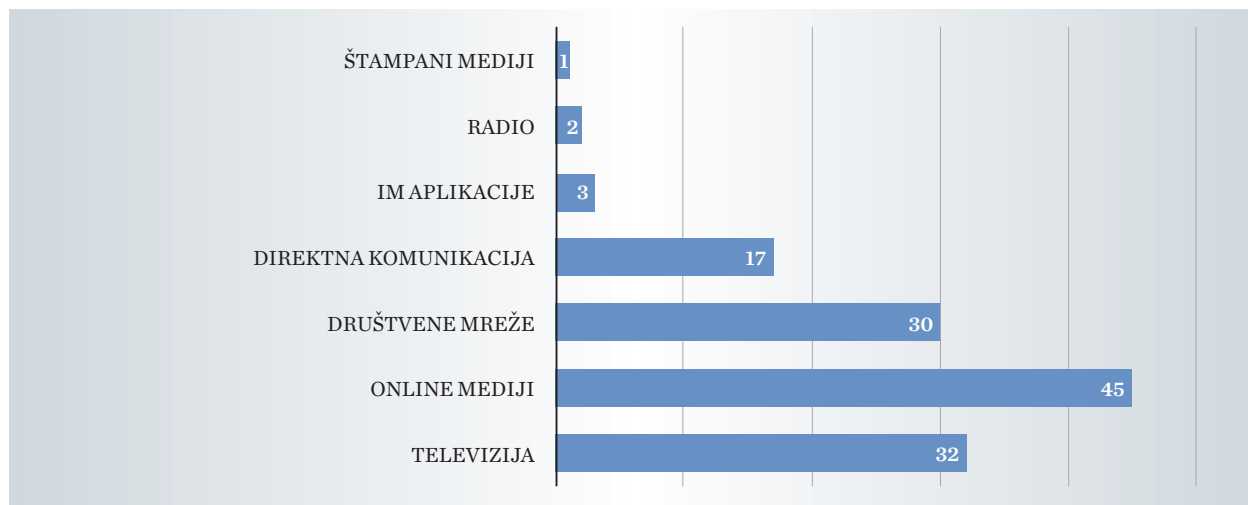
⁷ IPSOS 2018, *Ibid.*

⁸ Namir Ibrahimović ih spominje kao najkorištenije platforme među učenicima osnovnih škola. Intervju 5. 5. 2020.

⁹ U: Sokol 2019, to su naročito lokalni portali, tj. portali koji uključuju informiranje o lokalnoj zajednici.

¹⁰ Slični su nalazi nedavnog istraživanja o informiranosti o COVID-19, koji pokazuju da se 51% učenika i studenata uglavnom informira preko web-portala i 32% preko društvenih mreža (UNICEF 2020: 14). Isti izvještaj pokazuje da u cjelokupnoj populaciji u BiH dominira televizija kao izvor informacija (79% ispitanika), zatim informativni web-portali (30%), društvene mreže (23%) i socijalno okruženje (15%) (UNICEF 2020: 14).

Grafikon 1. Vrsta izvora putem kojih se mladi informiraju o COVID-19



Zanimljivo je to da značajan dio ispitanika (njih 32, tj. 64%) navodi da (između ostalog) koriste televiziju za informiranje o pandemiji COVID-19. Rezultati ranijeg istraživanja RAK-a o informiranju u kontekstu COVID-a nadalje ukazuju na to da se oko 28% mladih u BiH informira uglavnom putem televizije, što je naročito slučaj sa djecom do 14 godina (38%), mladima uzrasta od 15 do 19 godina (35,50%) te starijima od 35 godina (31,45%) (RAK 2020). Drugi izvori sugeriraju da mladi televiziju umjesto za informiranje više koriste za zabavne, posebno *reality* programe,¹¹ pa je moguće da rezultati naše ankete i istraživanja RAK-a ukazuju na tendenciju mladih da se u kriznim situacijama, poput pandemije COVID-19, za informiranje više okreću televiziji nego što je to obično slučaj.

Informiranje mladih iz drugih vrsta medijskih izvora mnogo je rjeđe, pa tako 6% ispitanika navodi da se o pandemiji informiraju putem aplikacija za razmjenu poruka, 4% putem radija i 2% putem štampanih medija.¹² Pored toga, 34% ispitanika navodi da se u informiranju o pandemiji oslanjaju na direktnu komunikaciju s prijateljima i porodicom (N=50).

Rezultati anketiranja nadalje sugeriraju da mladi biraju određene izvore prije svega zato što im najviše vjeruju (50% ispitanika, vidjeti grafikon 2), ali se za informiranje oslanjaju uglavnom na popularne medije (tabela 1), među kojima su i oni čiji kredibilitet nije nužno visok, što upućuje na to da su kriteriji za procjenu pouzdanosti medija često upitni.

¹¹ 37% ispitanika koji gledaju televiziju dva sata dnevno, u: Turčilo et al. 2019: 16.

¹² Istraživanje UNICEF-a pokazuje da se ovi izvori koriste još manje, s tek 2% građana BiH koji se o COVID-19 informiraju uglavnom putem štampe ili radija. Vidjeti također Turčilo et al. 2019: 16.

Tabela 1. Najkorišteniji izvori informacija za mlade (sa brojem ispitanika koji ih navode)

Mediji	Institucije vlasti	Zdravstvene organizacije	Ostalo
<ul style="list-style-type: none"> • Klix (20) • Televizija N1 (16) • Dnevni avaz (6) • Al Jazeera Balkans (5) • RTRS (4) • Oslobođenje (4) • FTV (3) • Face TV (3) • ATV, Radio Sarajevo, Bug.ba i BBC (svaki medij navode po dva ispitanika) • BHRT, TVSA, Nova BH, BNTV, Nezavisne novine, prijedor24h, TV Bugojno, CNN, Radio-televizija Srbije, Sputnik i Fox (navodi ih po jedan ispitanik) 	<ul style="list-style-type: none"> • Vlada Republike Srpske, FB (1) • Ministarstvo civilnih poslova BiH (1) • Ministarstvo zdravlja i socijalne zaštite Republike Srpske (2) • Krizni štab Ministarstva zdravlja FBiH, FB (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) (3) 	<ul style="list-style-type: none"> • FB stranica “For the greater glory of science” (1) • Facebook (bez daljnjih informacija) (1) • Worldometers.info (2) • World Economic Forum (1) • Karmagawa (1)

U sekundarnim izvorima mladi navode da koriste medije kao što su Tuzlanski.ba, Bugojno danas, Slon, Buka, UPS medija, Radio Slobodna Evropa, 24 sata, Večernji.ba i drugi lokalni mediji (Sokol 2019: 52; Sokol 2019a: 49–52; Klingova i Hajdu 2018: 13). Sportisti, modni blogovi, gejmeri i glumci su među influenserima koje mladi prate (Klingova i Hajdu 2018: 14). Međutim sudeći po odgovorima ispitanika na pitanje kojim izvorima najviše vjeruju, mladi nemaju nužno i najviše povjerenja prema takvim izvorima informacija (vidjeti grafikon 4).

Svaki od ispitanika u našem anketiranju navodi više medijskih izvora koje koriste za informiranje o pandemiji, ali je njihov pluralizam ograničen jer je uglavnom riječ o izvorima iz jednog bosanskohercegovačkog entiteta,¹³ koji su nekada povezani sa istim političkim krugovima.¹⁴ Samo tri ispitanika spominju Svjetsku zdravstvenu organizaciju (WHO) kao izvor informiranja o COVID-19, što je mogući rezultat nedostupnosti tih informacija na lokalnom jeziku, ali upućuje vjerovatno i na nepoznavanje takvih izvora, koji pružaju

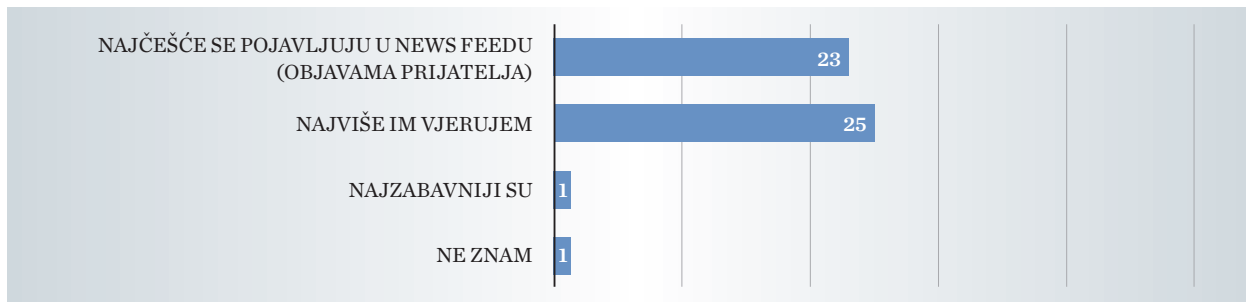
¹³ Slično sugeriraju drugi izvori, vidi Sokol 2019: 57.

¹⁴ Npr., jedan od ispitanika navodi da za informiranje koristi platforme institucija Republike Srpske i javni servis RTRS, za koji se smatra da je pod snažnom kontrolom vlasti u Republici Srpskoj. U takvim izvorima je moguće da će kritike spornih mjera i odluka vlasti o sprečavanju širenja lažnih vijesti biti zanemarene. O spornim odlukama više u tekstu Slađana Tomića, Mediacentar Sarajevo, 14. maj 2020.

sistematično i sažeto predstavljene informacije i mogu pomoći u razumijevanju velike količine informacija, špekulacija i mišljenja o pandemiji.

Čak 46% ispitanika u našem anketiranju navodi da određene izvore koriste jer se oni najviše pojavljuju u njihovom *news feedu*, tj. objavama prijatelja (grafikon 2).¹⁵

Grafikon 2. Određene izvore informacija koriste zato što:



Takve tendencije ukazuju na zabrinjavajući nedostatak aktivnog angažmana mladih i promišljenog izbora komunikacijskih platformi i sadržaja.

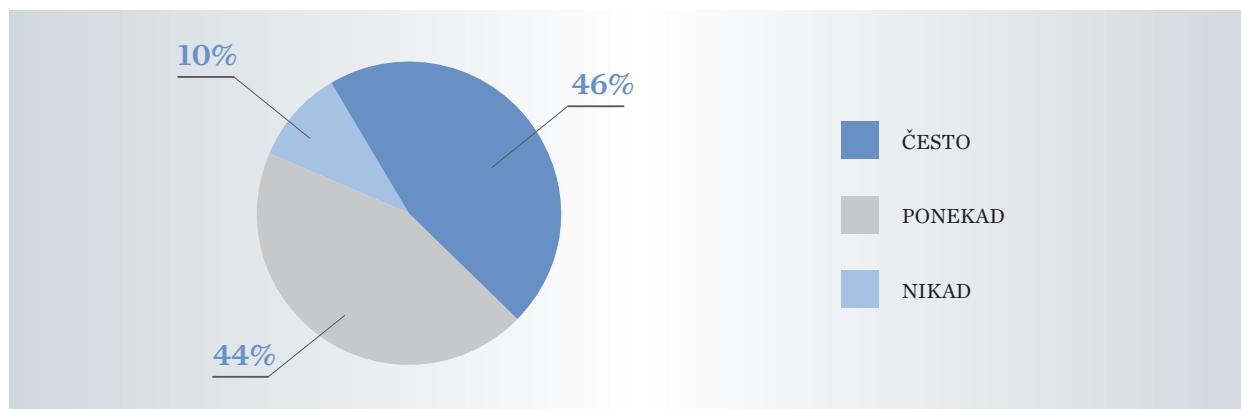
¹⁵ Vidjeti i Sokol 2019.

2. NISKO POVJERENJE, PROVJERA TAČNOSTI INFORMACIJA

Povjerenje u medije jedan je od faktora koji određuje učestalost korištenja pojedinih medija. Nepovjerenje u medije u BiH je visoko, ali i među građanima nekih evropskih država dostiže sličan nivo.¹⁶ Mladi u BiH općenito ne vjeruju vijestima i medijima, smatrajući ih pristrasnim (Đipa et al. 2016; Halimić, Koštrebić i Neimarlija 2013; Turčilo, Osmić i Žiga 2017; Klingova i Hajdu 2018).

Rezultati naše ankete upućuju na opreznost mladih u procjeni tačnosti informacija. Većina ispitanika navodi da ponekad ili često provjerava tačnost informacija o COVID-19, ali njih 10% navodi da to nikada ne čine (grafikon 3).

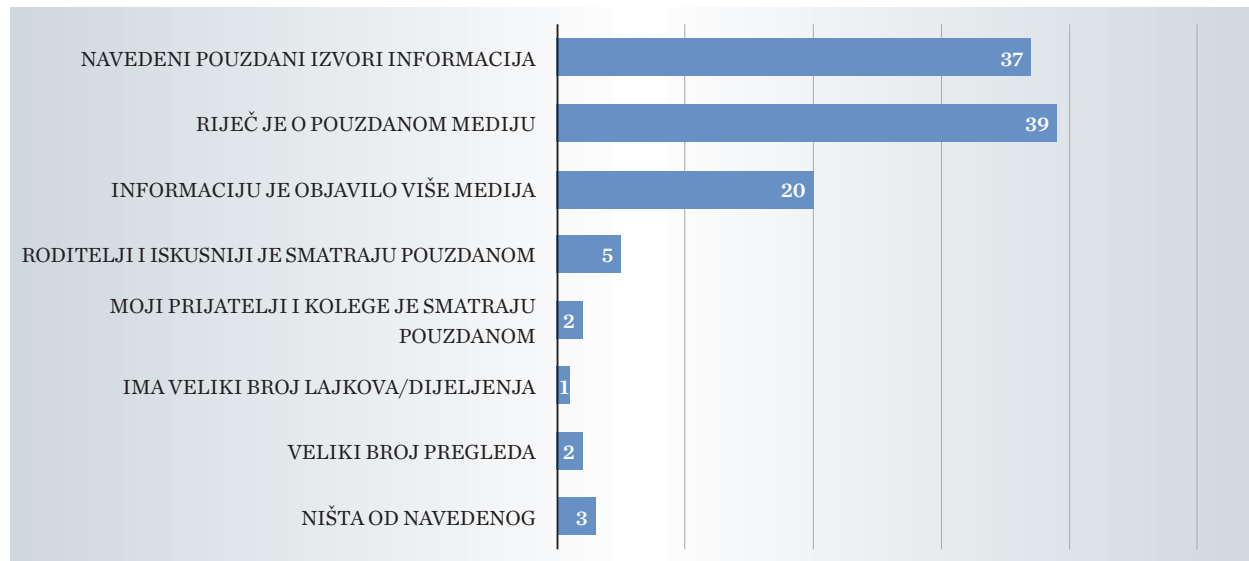
Grafikon 3. Koliko često mladi provjeravaju tačnost informacija o pandemiji



¹⁶ U BiH se u 2017. godini 30% građana izjasnilo da uglavnom ima povjerenje u medije, a 2% njih u potpunosti vjeruje medijima (Monitoring EU Media Guidelines Report 2017, neobjavljeni izvještaj u projektnoj arhivi). Za usporedbu, u Francuskoj je povjerenje u medije među najnižim u evropskim državama i u 2019. iznosi 36%. Vidjeti: Edelman Trust Barometer Global Report 2019: 41.

Pritom većina ispitanika ne navodi broj pregleda, lajkova i dijeljenja, niti mišljenje osoba iz njihove okoline kao važne kriterije za procjenu pouzdanosti informacija.¹⁷ Naprotiv, većina ispitanika navodi da pouzdanost informacija procjenjuje prema percipiranoj pouzdanosti medija koji ih objavljuju, pouzdanosti navedenih izvora informacija i prema tome da li je informaciju objavilo više medija (grafikon 4).

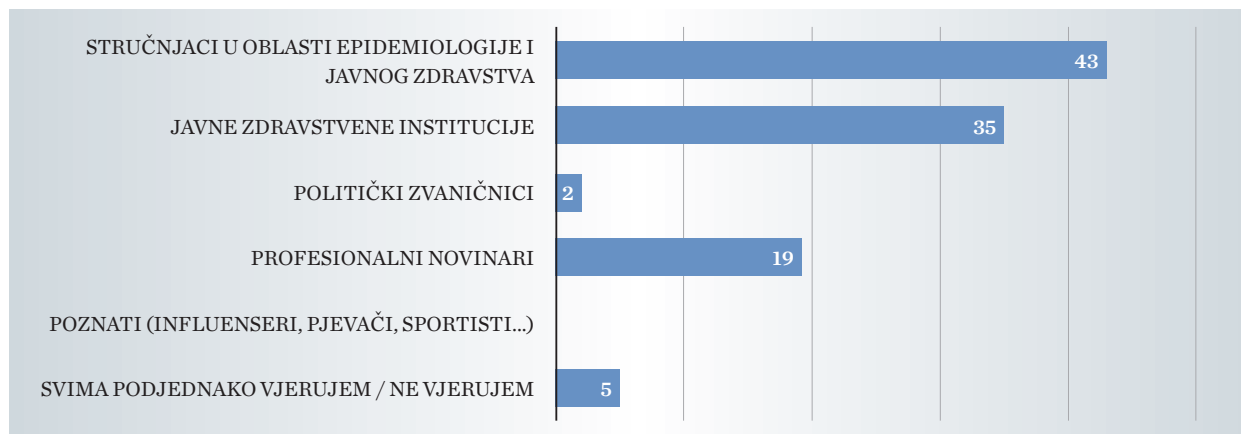
Grafikon 4. Način na koji procjenjuju pouzdanost informacije



¹⁷ Ispitanici su mogli označiti više ponuđenih odgovora, uz preporuku da ih ne bude više od tri.

Stručnjaci u oblasti zdravstva prednjače kao izvori informacija kojima vjeruju, ispred javnih zdravstvenih institucija i profesionalnih novinara (grafikon 5).

Grafikon 5. Broj ispitanika koji vjeruju određenim vrstama izvora informacija



Mali dio ispitanika (njih 1%) izražava nepovjerenje prema svim vrstama izvora. Da među mladima donekle postoji i pretjerano generalizirano nepovjerenje u medije, ukazuju rezultati istraživanja UNICEF-a, koji govore da učenici i studenti više nego druge dobne skupine u BiH smatraju da su mediji preuveličali cjelokupnu situaciju s koronavirusom u BiH (5,4 ocjena na skali od 0 do 7, str. 20). Prema uvidima iz intervjua, mladi više vjeruju vijestima na televiziji i web-portalima televizijskih stanica nego informacijama do kojih dolaze putem društvenih mreža.¹⁸

3. OGRANIČENA ZNANJA I VJEŠTINE RAZUMIJEVANJA PLATFORMI I SADRŽAJA

Dok gore navedeni rezultati anketiranja i sekundarni izvori ukazuju na to da je skeptičnost mladih prema informacijama visoka, znanja i vještine mladih za učešće u komunikaciji su ograničeni. U istraživanju RAK-a iz 2020. godine, pored 73% ispitanika koji su se izjasnili da znaju kako provjeriti tačnost informacija, 27% njih navelo je da ne zna kako to uraditi.¹⁹ Sekundarni izvori nadalje upućuju na to da su mladi svjesni mogućih medijskih manipulacija, ali da ne znaju kako da im se odupru (Turčilo, Osmić i Žiga 2017) te da slabo identificiraju metode prosuđivanja pouzdanosti medijskih sadržaja i često ne uspijevaju prepoznati problematične tačke u konkretnim medijskim izvještajima (Sokol 2019: 62–66). Pored toga, neki izvori sugeriraju i to da mladi vjeruju sadržajima *online* platformi koje dijele njihovi prijatelji na društvenim mrežama (Turčilo, Osmić i Žiga 2017), što može biti jedan od faktora njihove osjetljivosti na manipulacije.

Kao ilustracija manjka znanja mladih o platformama koje koriste mogu poslužiti uvidi o korištenju Wikipedije, kao popularnog izvora za studente i učenike u BiH (Osmić i Čustović 2015; Hrnjić Kuduzović 2017). Iako je većina učenika i studenata (60,8% ispitanika) upoznata s činjenicom da bilo ko može uređivati sadržaje na Wikipediji, većina (54,6%) te informacije ipak smatra dovoljno pouzdanim (Hrnjić Kuduzović 2017: 416 i 418).²⁰ Pored toga, 15% učenika i studenata nije svjesno uređivačkog koncepta Wikipedije, dok 24,3% njih nije izrazilo stav o ovom pitanju (Hrnjić Kuduzović 2017: 418), što moguće ukazuje na visok stepen nepoznavanja principa na kojem djeluje ova, ali potencijalno i druge platforme koje mladi koriste. U našem anketiranju također dva ispitanika navode Facebook a jedan navodi Twitter kao izvor informacija, dok intervjuirani eksperti također spominju slične primjere iz njihovog iskustva, što ukazuje na to da među mladima ima pojedinaca sa elementarnim nedostatkom svijesti o prirodi sadržaja na društvenim mrežama. U prilog nepoznavanju prirode komunikacijskih platformi govore i nalazi ranijeg kvalitativnog istraživanja, u kojem ispitanici ne prave razliku između profesionalnih medija i drugih komunikacijskih platformi (Sokol 2019: 52).

Kvalitativna istraživanja u BiH također ukazuju na to da mladi najviše pažnje obraćaju na medijske naslove, format i vizuelne elemente (Klingova i Hajdu 2018: 13), a malo pažnje na to ko su urednici i autori, da li medij ima impresum i koji izvori informacija su navedeni.²¹ Naročito je zabrinjavajuće to što mladi u BiH smatraju da videi i fotografije daju više kredibiliteta informacijama (Klingova i Hajdu 2018: 9, kvalitativno

¹⁹ Omjer djece od 0 do 14 godina koja navodi da ne zna provjeriti tačnost informacija je naročito visok – 32,60%, donekle i omjer mladih od 15 do 19 godina (30,28%), dok se kod ostalih dobnih skupina kreće oko 25%.

²⁰ 33% se ne slaže da je Wikipedija pouzdana, a ostali se niti slažu niti ne slažu.

²¹ Hrnjić Kuduzović 2016, kao i uvidi iz intervjua.

istraživanje). Pored toga, visok stepen korištenja Wikipedije, kao i lista medijskih izvora koje mladi navode u našem anketiranju, ukazuju na moguću tendenciju mladih da biraju prije svega platforme koje su pristupačne, poznate i lako se koriste.

Nedostatak znanja i vještina za informiranje i kompetentno i aktivno učešće u komunikacijama posljedica je zanemarenosti medijske i informacijske pismenosti u BiH na nivou medijskih i obrazovnih politika, obrazovnih planova i programa, edukacije nastavnika i didaktičkih resursa (Hodžić et al. 2018; Dedić Bukvić 2016; Ibrahimbegović Tihak 2015; Čičkušić 2015; Tajić 2013).

4. ZAKLJUČNA DISKUSIJA

Informiranost je jedan od faktora koji određuje ponašanje u kontekstu pandemije COVID-19 (kao i drugih kriznih situacija) i povezane (zdravstvene ili druge) rizike. Razumijevanje medijskih sadržaja i učešće mladih u komunikacijama i društvenom životu u kontekstu pandemije određeno je strukturalnim faktorima u medijskom i obrazovnom sistemu, što ukazuje na važnost unapređenja javnih politika kako bi se, sa jedne strane, podstakla kvalitetna medijska produkcija, a, sa druge strane, razvijala znanja i vještine mladih za učešće u komunikacijskim procesima i u društveno-političkom životu uopće.

Nalazi primarnog i sekundarnog istraživanja sugeriraju da mladi imaju donekle razvijeno razumijevanje medijskih izvora i indikatora pouzdanosti informacija, ali ograničene vještine i znanja potrebna za razumijevanje izvora i osviješteno i svrsishodno korištenje medijskih izvora sa visokim kredibilitetom. Tu razliku dijelom možemo okarakterizirati kao razliku između teorijskih znanja iz oblasti medijske i informacijske pismenosti i praktičnih vještina u komunikacijskim praksama. Tako ispitanici pokazuju opreznost u pogledu procjene tačnosti informacija općenito, ali među popularnim medijima koje navode kao glavne izvore informacija o pandemiji COVID-19 navode i one čiji integritet nije visok. Kombinirani nalazi primarnog istraživanja i sekundarnih izvora ukazuju na to da je korištenje medija i pristup informacijama među mladima u BiH dobrim dijelom **haotičan i arbitraran proces** bez osviještenih, jasnih i konstruktivnih ciljeva i koraka. Naše istraživanje potvrđuje da je informiranje mladih značajnim dijelom vođeno objavama prijatelja, a intervjuirani eksperti i sekundarni izvori sugeriraju da je određeno i vizuelnim elementima medijskih sadržaja, interesom mladih za medijske spektakle, senzacionalističke naslove i satirične sadržaje. *Online* algoritmi nadalje ograničavaju pluralizam sadržaja i medijskih izvora kojima su mladi izloženi. Postoje indikatori da mladi u BiH nedovoljno poznaju izvore koje koriste i da rijetko samoinicijativno tragaju za informacijama.²² Kako navode intervjuirani eksperti i sugeriraju sekundarni izvori, mladi u BiH medije koriste, prije svega, za zabavu i međusobnu interakciju, te preferiraju **zabavne sadržaje i forme sa vizuelnim elementima** (videomaterijali, fotografije, naslovi koji privlače pažnju). Nastojanje da budu adekvatno informirani i da učestvuju u društvenom životu, prema tome, nije obavezno glavni motiv mladih u pristupu medijima.

Rezultati primarnog i sekundarnog istraživanja upućuju na to da mladi koriste različite izvore informiranja, ali su pluralnost i integritet tih izvora ograničeni, i zbog entitetske i etničke fragmentacije. Mladi u BiH dominantno koriste **društvene mreže** (prije svega Facebook i Instagram), a učesnici anketiranja naročito spominju pojedinačne Facebook profile i Facebook općenito kao važan izvor informiranja. Rezultati ankete potvrđuju dominantnu poziciju *online* medijskih platformi u informiranju mladih. Među medijima koje najviše

²² Uvidi iz intervjua idu tome u prilog. Vidjeti više u: Hrnjić Kuduzović (ur.) 2016; o korištenju Wikipedije u: Osmić i Čustović 2015 i Hrnjić Kuduzović 2017.

koriste za informiranje o COVID-19 ispitanici navode prije svega *online* medije. Rezultati anketiranja također sugeriraju da je **TV-program** značajan izvor informacija o pandemiji. Slični su rezultati istraživanju RAK-a iz 2020. godine, koji dodatno pokazuju da je informiranje o COVID-19 putem televizije naročito rašireno među osnovnoškolskom djecom. U svjetlu ranijih sekundarnih istraživanja u kojima je uloga televizije u informiranju mladih općenito manja, moguće je da je u kontekstu pandemije COVID-19 informiranje putem televizije dominantnije nego kada nema takve krizne situacije.

Uvidi iz ovog i prethodnih istraživanja potvrđuju da mladi imaju visoko **nepovjerenje** prema medijima i komunikacijskim sadržajima. Dobar indikator medijske pismenosti je to što većina ispitanika navodi da često ili povremeno provjerava tačnost informacija o pandemiji. Međutim, dok znaju za medijske manipulacije, mladi su manje vješti u prepoznavanju problematičnih tačaka u konkretnim medijskim sadržajima (Sokol 2019) i odupiranju manipulacijama (Turčilo, Osmić i Žiga 2017). Povjerenje nadalje nije jedina niti, kako izvori izvan bosanskohercegovačkog konteksta pokazuju, dominantna determinanta korištenja medija (Johnson i Kaye 2010; Fisher 2016). Motivacija za korištenje određenih platformi i sadržaja određena je, između ostalog, **povezanošću sa drugima i identifikacijom** (McQuail, Blumler i Brown 1972), **tehničkim i vizuelnim karakteristikama web-stranice** (dizajn, lakoća navigacije, interaktivnost), koje su naročito važan faktor za mlade (Flanagin i Metzger 2007; Dochterman i Stamp 2010), **online navikama** (Fisher 2016) i **interesima i preferencijama prijatelja i porodice** (Sundar 2008).

Mediji imaju centralni uticaj na stavove i vjerovanja korisnika, ali se on pretežno sastoji u učvršćivanju postojećih društvenih normi, stavova i vjerovanja, te rijetko uključuje subverziju tih normi i dovodi do promjene stavova. Smatra se da je to dijelom tako zato što su ljudska bića “prekondicionirani spremnici” (Marcuse 1972 u: Bennet et al. 2005: 9), na koje mediji imaju naknadan i, u skladu s tim, selektivan uticaj. Različite predispozicije određuju selektivno i različito ponašanje medijske publike u pristupu, razumijevanju i sjećanju na medijske sadržaje.²³ Međutim, danas, usljed stalne izloženosti komunikacijskim platformama, one su važan dio ne samo procesa informiranja o pojedinačnim pitanjima, već i procesa formiranja predispozicija koje određuju svjetonazore, korištenje i uticaj medija. U tom svjetlu, više nego ikada ranije, potrebno je vještine učešća u komunikacijskim procesima razvijati od najranijeg uzrasta.

PREPORUKE

Donosioci odluka, obrazovne institucije, civilno društvo, akademska i medijska zajednica, umjetnici, aktivisti, proizvođači sadržaja i drugi akteri trebali bi doprinijeti promoviranju participacije mladih u komunikaciji i aktivnom građanstvu. Razvoj vještina potrebnih za učešće u komunikaciji (riječju, razvoj medijske i informacijske pismenosti) mora biti dominantno odgovornost javnog sektora i javnih politika u oblasti obrazovanja i medija, a nikako shvaćena kao stvar individualnih napora i angažmana mladih i pojedinaca u njihovoj sredini. U nastavku su preporuke koje se odnose na kampanje informiranja mladih, medijsku politiku i produkciju, kao i obrazovanje mladih.

Kampanje informiranja mladih

- *Kampanje informiranja mladih provoditi prvenstveno putem online medija, ali i društvenih mreža i televizijskih programa. Instagram je platforma putem koje se naročito može doprijeti do mladih školskog uzrasta, a Facebook do onih nešto starijih. Intervencije bi trebale uzeti u obzir etno-nacionalne razlike u korištenju medija, te obuhvatiti medije iz različitih dijelova BiH.*
- *U kampanje informiranja uključiti širu zajednicu – prijatelje, porodicu, predstavnike udruženja roditelja, edukatore, lidere u lokalnim zajednicama, predstavnike udruženja mladih, influensere itd. – kako bi se iskoristili potencijali ovog, moguće zanemarenog, načina za informiranje mladih i promoviranje debate o pitanjima od javnog značaja.*

Medijska produkcija i medijske politike

- *U medijskoj produkciji namijenjenoj mladima uključivati kratke forme sa vizuelnim i elementima zabavnog karaktera (uključujući videe, fotografije, kvizove, debate itd.), koje odgovaraju preferencijama mladih (gdje to ne ide na štetu sadržaja), kako bi se mladi zainteresirali i kako bi se održavala njihova pažnja i izbjegao zamor.*
- *Javni sektor i donatorska zajednica trebaju podržati medije koji pokazuju novinarski integritet u unapređenjima u tehničkom, vizuelnom i sadržajnom smislu (uključujući gore navedeno usklađivanje s preferencijama mladih) i jačanje odnosa sa zajednicom (u ovom kontekstu, posebno sa mladima) kako bi se unaprijedio njihov domet i uticaj.*

Obrazovanje

- *Sistematski i od najranije dobi razvijati vještine i znanja potrebna za adekvatno korištenje medija i aktivno učešće u komunikaciji, prije svega, većim uključivanjem medijske i informacijske pismenosti (MIL) u sistem formalnog obrazovanja u BiH.*

- *Njegovati kritički odnos prema medijskim sadržajima, uz upoznavanje s principima i tehnikama prepoznavanja vjerodostojnih informacija i komunikacijskih platformi i razvoj vještina kritičke analize komunikacijskih sadržaja. Pored pitanja vjerodostojnosti i poštivanja novinarskih normi, mlade treba podstaći na promišljanje odnosa moći koji proizlaze iz organizacijske strukture, profesionalne ideologije, političke ekonomije medija, te tendencije ka reprodukciji dominantnih ideoloških kategorija i referentnih okvira koji određuju razumijevanja svijeta.²⁴*
- *Sa druge strane, adresirati generaliziranu skepsu mladih prema medijskim sadržajima i društvenom angažmanu; konkretnije, u edukacijske programe uključiti informiranje mladih o svijetlim primjerima medijskog izvještavanja i građanskog aktivizma (u BiH i u drugim kontekstima) te, pored kritike problematičnih praksi, ukazati na važnost pružanja podrške kvalitetnom novinarstvu. Takvi bi primjeri mogli pomoći u razvijanju radoznalosti i motivacije mladih za aktivno, kompetentno, osviješteno i svrsishodno informiranje, učešće u javnoj komunikaciji i društveni angažman.²⁵*

²⁴ Vidjeti više u: Bennet, Curran, Gurevitch i Voollacott 2005. Također vidjeti: Entman 2007; McChesney 2008; McCurdy 2010.

²⁵ Prikaz svih elemenata obrazovanja u oblasti medijske i informacijske pismenosti (MIL) prevazilazi kapacitete ovog istraživanja. Za pregled publikacija, istraživanja i izvora sa didaktičkim materijalima u oblasti MIL-a vidjeti Vučetić 2020.

BIBLIOGRAFIJA

- Bennet, Tony, James Curran, Michael Gurevitch i Janet Wollacot. 2005. *Culture, Society and the Media*. London: Routledge.
- Cvjetičanin, Tijana, Emir Zulejhić, Darko Brkan i Biljana Livančić-Milić. 2019. Disinformation in the Online Sphere: The Case of BiH. Sarajevo: Zašto ne? https://zastone.ba/app/uploads/2019/05/Disinformation_in_the_online_sphere_The_case_of_BiH_ENG.pdf.
- Čičkušić, Vesima. 2015. Percepcija i stavovi BH nastavnika o medijskom obrazovanju. *Medijski dijalozi*, 22 (8), 123–140. Dostupno na: <https://medijskidijalozi.files.wordpress.com/2015/10/medijski-dijalozi-22.pdf>.
- Dedić Bukvić, Emina. 2016. Zastupljenost informacijske i informatičke kompetencije na studijskim programima izobrazbe nastavnika na Univerzitetu u Sarajevu. *Obrazovanje odraslih: časopis za obrazovanje odraslih i kulturu*, 16 (2), 73–96. Dostupno na: http://www.dvv-international.ba/fileadmin/files/bosnia-and-herzegovina/Documents/Casopis_2_2016.pdf.
- Dizdar, Senada, Lejla Turčilo, Beba Ešrefa Rašidović i Lejla Hajdarpašić. 2014. Informacijska pismenost, smjernice za razvoj inovativnih mrežnih modula. Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu.
- Dochterman, Mark A. i Glen H. Stamp. 2010. Part 1: The determination of web credibility: A thematic analysis of web user's judgments. *Qualitative Research Reports in Communication*, 11 (1), 37–43.
- Dipa, Dino, Mahir Hadžić, Mladen Mijatović i Mersad Bukva. 2016. Glasovi mladih: Istraživanje o mladima u BiH. Sarajevo: Dijalog za budućnost. Dostupno na: <https://www.unicef.org/bih/media/856/file>.
- Edelman Trust Barometer Global Report. 2019. Dostupno na: https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-02/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf
- Entman, Robert M. 2007. Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication*, 57, 163–173.
- Fisher, Caroline. 2016. *The trouble with 'trust' in news media*. *Communication Research and Practice*. Dostupno na: https://www.researchgate.net/profile/Caroline_Fisher3/publication/311342236_The_trouble_with_%27trust%27_in_news_media/links/59d2c183a6fdcc181ad61f9f/The-trouble-with-trust-in-news-media.pdf
- Flanagin, Andrew J. i Miriam Metzger. 2007. The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information. *New Media & Society*, 9 (2), 319–342.
- Halilović, Kanita, Hafiz Korać i Radenko Udovičić. 2017. Media Literacy and Education needs of journalists and the public in Bosnia and Herzegovina. Dostupno na: http://seemediapartnership.cji.ro/wp-content/uploads/2017/02/BiH_FINAL.pdf.
- Halimić, Šeherzada, Kemal Koštrebić i Nejra Neimarlija. 2013. Na putu ka politici prema mladima FBiH. Analiza stanja i potreba mladih u FBiH. Sarajevo: Institut za razvoj mladih KULT. Dostupno na: <https://mladi.org/v2/en/component/phocadownload/category/37-podrska-mladima-u-fbih?download=270:analiza-stanja-i-potreba-mladih-u-federaciji-bosne-i-hercegovine-2013>.
- Hargreaves, Ian i Thomas James. 2002. *New News, Old News*. ITC and BSC. London: Broadcasting Standards Commission/Independent Television Commission.
- Harmon-Jones, Eddie i Judson Mills. 2019. *An introduction to cognitive dissonance theory and an overview of current perspectives on the theory*. In: Harmon-Jones, Eddie (ur.). *Cognitive dissonance: Reexamining a pivotal theory in psychology*, 3–24. Washington: American Psychological Association.

- Hodžić, Sanela, Brankica Petković i Sandra Bašić Hrvatin (ur.). 2018. Medijska i informacijska pismenost u Bosni i Hercegovini: brojne inicijative civilnog sektora i nedostatak javnih politika. Sarajevo: Mediacentar. Dostupno na: https://www.media.ba/sites/default/files/medijska_i_informacijska_pismenost_u_bosni_i_hercegovini_final.pdf.
- Hrnjić Kuduzović, Zarfa. 2015. Evaluiranje kredibiliteta online vijesti među generacijom Y. U: Car, Viktorija, Lejla Turčilo i Marijana Matović (ur.). *Medijska pismenost – Preduvjet za odgovorne medije*, 61–76. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Dostupno na: https://www.academia.edu/13660958/Car_Viktorija_Tur%C4%8Dilo_Lejla_i_Matovi%C4%87_Marijana_ur._2015_Medijska_pismenost_-_preduvjet_za_odgovorne_medije.
- Hrnjić Kuduzović, Zarfa (ur.). 2016. Informisanje internetske generacije. Tešanj: Planjax komerc.
- Hrnjić Kuduzović, Zarfa. 2017. Valorizacija Wikipedije u kohorti milenijalaca: Komoditet ispred kredibiliteta. *Medijski dijalozi*, 10 (27–28), 407–427. Dostupno na: https://www.academia.edu/34320474/Valorizacija_Wikipedije_u_kohorti_milenijalaca_Komoditet_ispred_kredibiliteta
- Ibrahimbegović Tihak, Vanja. 2015. Kompetencije nastavnog kadra u BiH kao element medijske pismenosti. U: Ibrahimbegović Tihak, Vanja (ur.). *Medijska pismenost u digitalnom dobu*, 131–156. Sarajevo: Internews in BiH. Dostupno na: https://issuu.com/internewsbih/docs/zbornik-a5_final.
- Ibrahimović, Namir. 2015. Mediji i medijska pismenost u osnovnoj školi. U: Ibrahimbegović Tihak, Vanja (ur.). *Medijska pismenost u digitalnom dobu*, 111–128. Sarajevo: Internews in BiH. Dostupno na: https://issuu.com/internewsbih/docs/zbornik-a5_final.
- IPSOS. Podaci o medijskom tržištu u 2018. godini. U: Hodžić, Sanela i Brankica Petković. Neobjavljena studija o održivosti neovisnog novinarstva u regiji, koju je, u sklopu TACSO programa, naručila Evropska komisija.
- Johnson, Thomas i Barbara Kaye. 2010. Choosing Is Believing? How Web Gratifications and Reliance Affect Credibility Among Politically Interested Users. *Atlantic Journal of Communication*, 18 (1), 1–21.
- Kellner, Douglas. 2003. Cultural Studies, Multiculturalism, and Media Culture. U: Dines, Gail i Jean M. Humez (ur.). *Gender, Race and Class in Media. A Text Reader* (2nd edition), 9–21. London: Sage Publications.
- Klingova, Katarina i Dominika Hajdu. 2018. From Online Battlefield to Lost of Trust. Perceptions and Habits of Youth in Eight European Countries. Sarajevo: Blogsec. Dostupno na: <https://www.globsec.org/publications/online-battlefield-loss-of-trust/>.
- Majstorović, Danijela. 2013. Etnički i državni identitet i etnonacionalizam u javnoj sferi u Bosni i Hercegovini: slučaj glavnih štampanih medija. U: Majstorović, Danijela i Vladimir Turjačanin (ur.). *U okrilju nacije: Etnički i državni identitet kod mladih u Bosni i Hercegovini*, 84–105. Banja Luka: Centar za kulturu i socijalni popravak.
- McChesney, Robert W. 2008. *The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas*. New York: Monthly Review Press.
- McCurdy, Patrick. 2010. Breaking the Spiral of Silence: Unpacking the ‘Media Debate’ within Global Justice Movements. A Case Study of Dissent! and the 2005 Gleneagles G8 Summit. *Interface: A Journal for and about Social Movements*, 2 (2), 42–67.
- McQuail, Denis, Jay G. Blumler i J. R. Brown. 2009. The television audience: A revised perspective. U: Sue Thornham, Caroline Bassett i Paul Marris (ur.). *Media Studies: A Reader*, 389–404. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Osmić, Amer i Enita Čustović. 2015. Vikipedija – Znanstveno (ne)relevantna platforma medijske (ne)pismenosti. *Medijski dijalozi*, 22 (8), 319–336.

- Regulatorna agencija za komunikacije (RAK). 2020. Informiranje mladih u BiH u kontekstu pandemije COVID-19. Dostupno na: <https://docs.rak.ba/documents/d2d3d4eb-f800-456f-a7e7-b2b203154493.docx>.
- Seippel, Ørnulf. N. i Åse Strandbu. 2016. Populist political right opinions and political trust among Norwegian youth. *Journal of Youth Studies*, 20, 415–429.
- Sokol, Anida. 2019. Mediji i društvene mreže: Jačanje otpornosti mladih. U: Hodžić, Sanela i Anida Sokol. Surfanje po tankom ledu: mladi, mediji i problematični sadržaji. Sarajevo: Mediacentar. Dostupno na: https://media.ba/sites/default/files/mladi_mediji_problematicni_medijski_sadrzaji_web.pdf.
- Sokol, Anida. 2019a. Media usage in the Birač region and Kalesija. Sarajevo: Mediacentar. Dostupno na: https://www.media.ba/sites/default/files/media_usage_habits_birac_region_0.pdf.
- Sundar, Shyam S. 2008. The MAIN model: A heuristic approach to understanding technology effects on credibility. U: Metzger, Miriam J. i Andrew J. Flanagin (ur.). *Digital media, youth and credibility*, 73–100. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Tajić, Lea. 2013. Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini. Sarajevo: Internews in BiH. Dostupno na: http://www.medijskapismenost.net/download/Medijska_pismenost_u_BiH.pdf.
- Turčilo, Lejla i Lea Tajić. 2015. Bosna i Hercegovina: Nepostojanje strategije kompenzirano individualnim naporima u razvijanju medijske pismenosti. U: Car, Viktorija, Lejla Turčilo i Marijana Matović (ur.). *Medijska pismenost – Preduvjet za odgovorne medije*, 7–18. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Dostupno na: file:///C:/Users/Sanela/Downloads/Car_Viktorija_Turcilo_Lejla_i_Matovic_Ma.pdf.
- Turčilo, Lejla, Amer Osmić, Damir Kapidžić, Sanela Šadić, Jusuf Žiga i Anida Dudić. 2019. Studija o mladima: Bosna i Hercegovina 2018/2019. Sarajevo: Friedrich-Ebert-Stiftung. Dostupno na: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/sarajevo/15288.pdf>
- Turčilo, Lejla, Amer Osmić i Jusuf Žiga. 2017. Mladi, politika i mediji. Priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih. Banjaluka: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES). Dostupno na: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sarajevo/14153.pdf>.
- UNICEF. 2020. Rapid Assessment KAP (Knowledge Attitude Practice) – COVID 19 response. IPSOS-ovo istraživanje. Dostupno na: <https://www.unicef.org/bih/media/5231/file/Izvjestaj%20-%20Ispitivanje%20javnog%20mnijenja%20u%20Bosni%20i%20Hercegovini%20u%20vezi%20Covid-19.pdf>.
- Vajzović, Emir et al. 2018. Pregledna studija o politikama i strategijama medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini. Sarajevo: Fakultet političkih nauka. Dostupno na: http://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2018/05/PreglednaStudija_MIP_BHS.pdf.
- Vučetić, Vuk. 2020. Edukacija u oblasti medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini: aktuelni problemi i preporuke. Sarajevo: Mediacentar. Dostupno na: https://www.media.ba/sites/default/files/mggm-policy_vucetic_0.pdf.

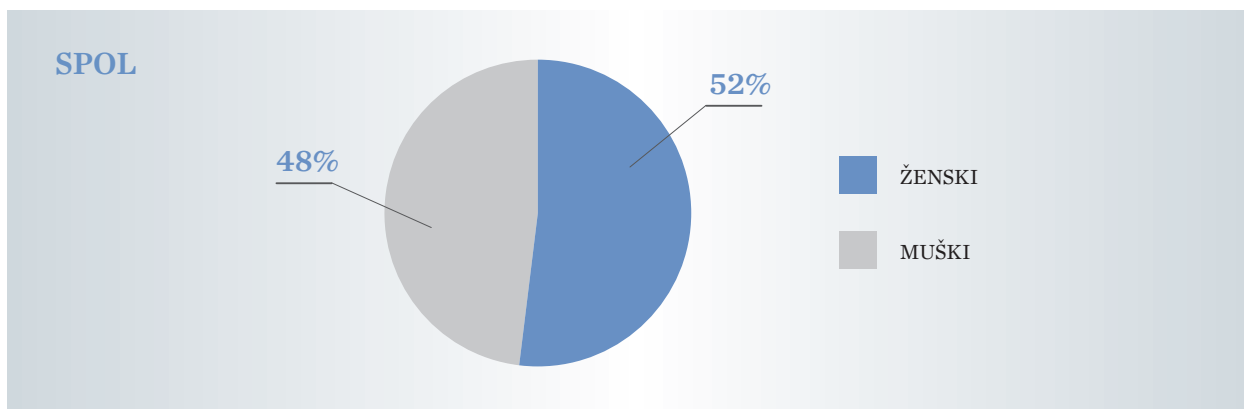
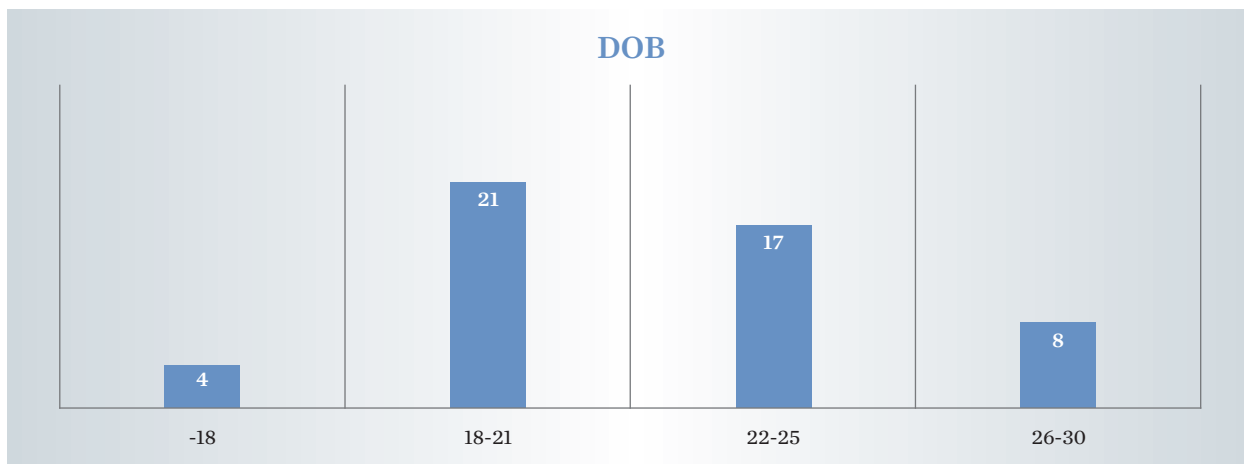
Novinarski tekstovi

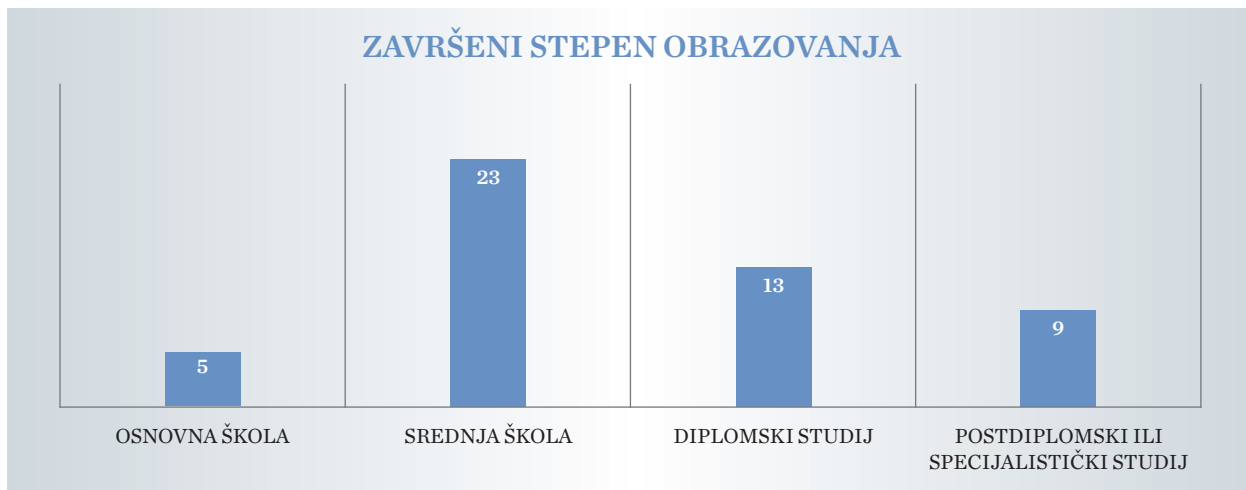
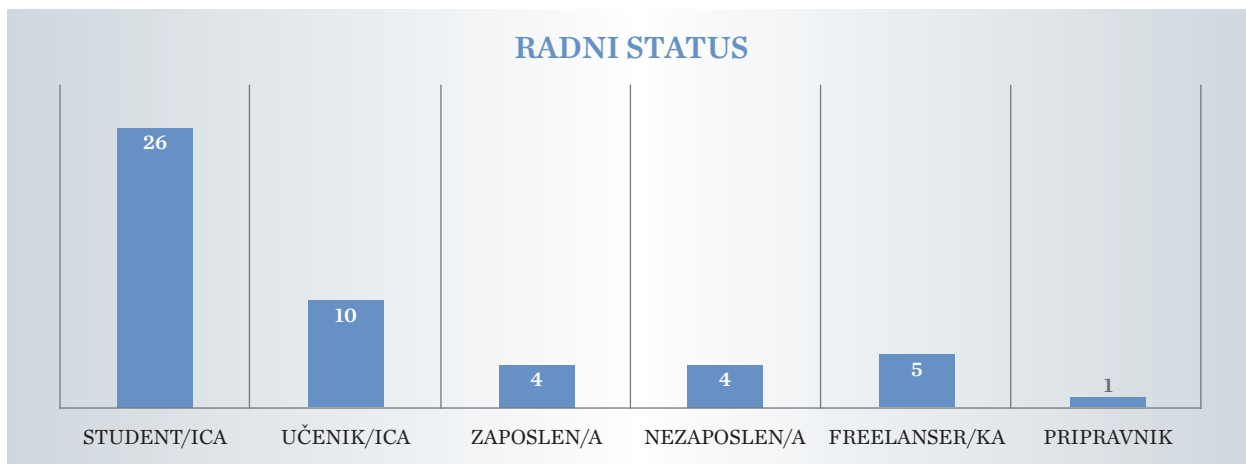
- Tomić, Slađan. Policija ne može odrediti šta je dezinformacija. Mediacentar Sarajevo. 14. maj 2020. Dostupno na: <https://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/policija-ne-moze-odrediti-sta-je-dezinformacija>.

Intervjui

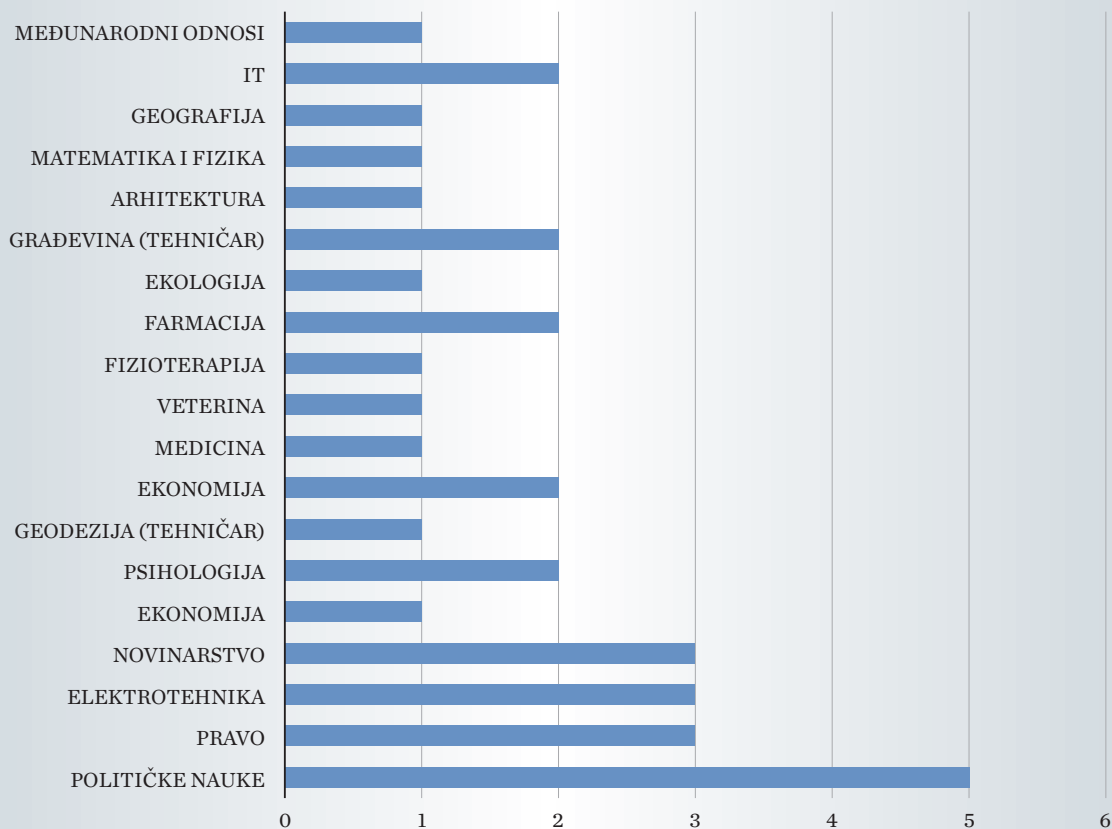
- Zarfa Hrnjić Kuduzović, Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Tuzli, 5. 5. 2020.
- Namir Ibrahimović, direktor OŠ “Safvet-beg Bašagić” i voditelj obrazovne reforme u Kantonu Sarajevo, 5. 5. 2020.

ANEKS 1. DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE UZORKA

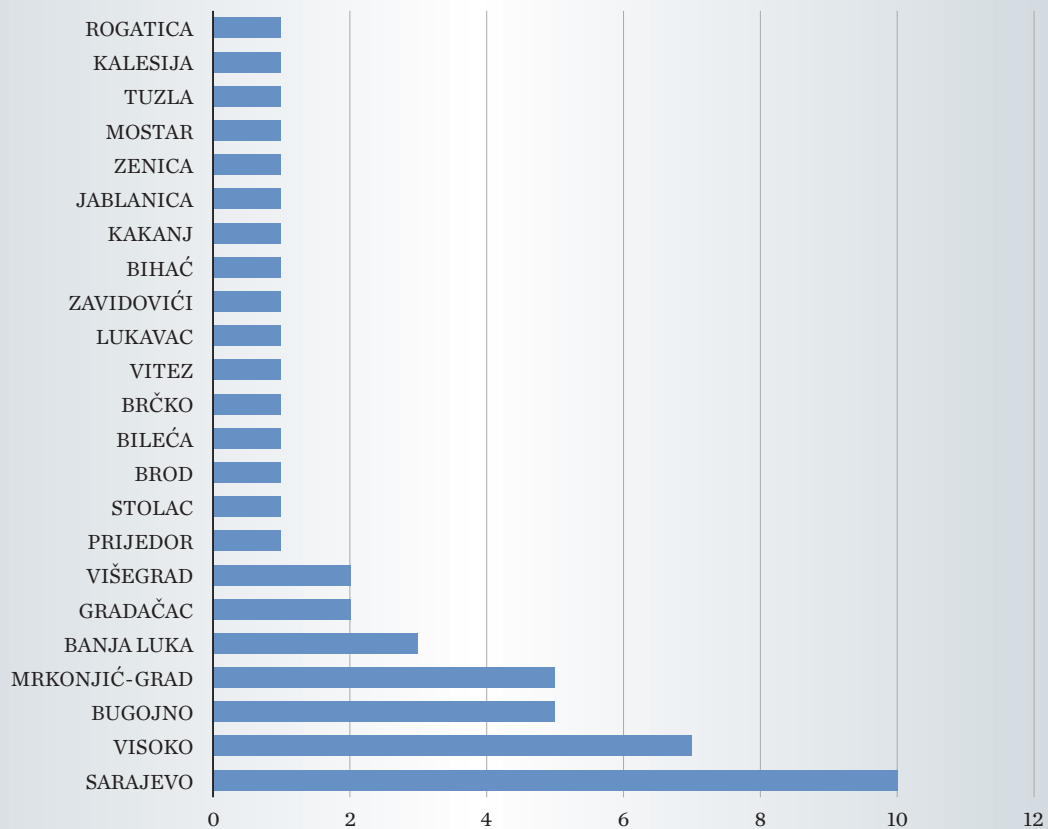




OBLAST OBRAZOVANJA / PROFESIONALNOG DJELOVANJA



MJESTO PREBIVALIŠTA



O AUTORICI

SANELA HODŽIĆ je diplomirala psihologiju na Filozofskom fakultetu u Sarajevu i magistrirala rodne studije na Centru za interdisciplinarnu studiju Univerziteta u Sarajevu. Istražuje i objavljuje istraživačke izvještaje o komunikacijama, medijskim politikama i praksama. Neki od novijih izvještaja daju holistički pregled stanja u medijskom sektoru, dok su drugi fokusirani na teme poput finansiranja i vlasništva nad medijima ili komunikacijskih praksi u kontekstu građanskih protesta i kriznih situacija. Pored Mediacentra Sarajevo, objavljivala je izvještaje za SEENPM mrežu, Mirovni institut iz Ljubljane, European Journalism Network, Irex, i druge izdavače.

