

UDK 316.774(497.6:436)-053.6

Primljeno: 15. 05. 2018.

Izvorni naučni rad
Original scientific paper

Šejn Husejnefendić

AFINITETI STUDENATA NOVINARSTVA KA MEDIJSKOM AKTIVIZMU U BIH I AUSTRIJI (KOMPARATIVNA I KVANTITATIVNA ANALIZA)

Novomedijska situacija je restrukturirala medijske navike publike koja se u savremenoj komunikologiji rijetko danas naziva pasivnom. Aktivna publika odnosno pojava prosumera obilježlje je današnje medijske situacije u kojoj dominiraju platforme komunikacije bazirane na world wide webu i socijalnim medijima. Ovaj rad donosi informacije o nekim trenutnim komunikacijskim navikama mladih prosumera i budućih medijskih radnika u Bosni i Hercegovini i komparira ih sa navikama njihovih savremenika u Austriji. Rad pokušava dati odgovor na pitanje koliko se u naprednim evropskim demokratijama poput Austrije mladi pripadnici publike i osobe koje se školuju za zvanje novinara ili za rad u medijskoj branši razlikuju u nekim parametrima od onih koji odrastaju u društvima koja su još uvijek karakterizirana kao društva u demokratskoj tranziciji (kao što je Bosna i Hercegovina).

U radu se nalaze kvantitativni podaci o dominantnim izvorima informacija za nešto više od 300 studenata komunikologije i novinarstva Instituta za medije i komunikologiju univerziteta u Beču, njihovim vještinama za obradu medijskog sadržaja, afinitetu za komentiranje medijskog sadržaja kao i evaluaciji efekata medijskog aktivizma i analizi povjerenja u sadržaje istog. Identični parametri su bili predmet istraživanja na odsjecima za žurnalistiku tri univerziteta u Bosni i Hercegovini a u kojem je učestvovalo 134 studenta.

Rezultati empirijskog istraživanja daju zanimljive podatke i o tome koliko su mladi studenti novinarstva i komunikologije (i u BiH i u Austriji) voljni riskirati kad je u pitanju dokumentiranje odnosno pribavljanje informativnog sadržaja.

Ključne riječi: građanski, medijski, aktivizam, nova, publika, Austrija, BiH.

PROSUMER, DIGITALNI GRAĐANIN, GRAĐANIN-NOVINAR

Savremena medijska slika i kriza novinarstva polazište su za mnoge teorijske i empirijske radove komunikoloških, medioloških pa i kulturoloških praktičara i teoretičara. Eksponencijalni razvoj weba 2.0 omogućio je enorman dijapazon platformi za komunikaciju preko www infrastrukture; socijalne mreže, interaktivnost, user-generated content i deregulacija su glavna obilježja ove (internet) epohe i bez pompezno najavljivanog weba 3.0 kojem će trebati još mnogo da zaživi. U centru svih ovih dešavanja i hiperturbulentnih promjena medijskog prostora prvi put nalazi se – pojedinac. Nekadašnji anonimni pripadnik amorfnе hegemonе mase nazivane „publikom“ više nije pasivan, podložan (tolikoj) manipulaciji i puki posmatrač promjena u medijskom sektoru već je evoluirao u prosumera. Medijamorfoza koja je redefinirala kompletan medijski sektor te transformirala tradicionalne masovne medije nije zaobišla niti one zbog kojih su mediji, prvobitno, i nastali – pripadnike masovne publike koji su iz pasivne transmutirali u aktivnu publiku koja ne samo da traži sadržaj koji je zanima niti se ograničava na to da provjera sadržaj masovnih medija već i generira sadržaj u nemjerljivim količinama koji publikuje online. Često je spomenuti user-generated content¹ toliko sadržajan i kvalitetan da premašuje i profesionalne novinarske uratke ili je intrigantan dovoljno da profesionalno novinarstvo uzima već objavljeni sadržaj kao polazište za istraživanje ili jednostavno izvrši nadogradnju za priču; ne iznenađuje stoga da već neko vrijeme postoji kovanica *pro-am novinarstvo* a mnoge svjetski priznate medijske kuće² dodjeljuju i priznanja u vidu finansijskih nagrada i nagrada za izvještavanje građanima-novinarima. Vođene su mnoge debate (Pavlik 2001; Bowman 2003; Gilmore 2004; Hackett & Carroll 2006, Angelo 2008, itd) o tome da li je građansko novinarstvo zapravo novinarstvo, koliko su građani medijski aktivni za vrijeme kriza, da li je riječ o objektivnom novinarstvu te koliko ono ugrožava profesionalne novinare. Savremeni trend komunikoloških istraživanja građanskog medijskog aktivizma je sve veća fokusiranost na osobine medijskog aktivizma građana te reperkusije koje izaziva ili koje će tek izazvati u medijskoj situaciji današnjice i sutrašnjice³.

¹ Popularni neologizam koji označava „korisnički-generiran-sadržaj“ ili sav sadržaj koji kreiraju korisnici novih platformi – u ovom slučaju novomedijska publika.

² CNN je već 2011. godine počeo s ovom praksom <http://ijnet.org/en/blog/cnn-launches-citizen-journalism-awards>, pristup ostvaren 18. 1. 2018.; ICTJ – International Center for Journalists od 2016. <https://www.icjf.org/news/call-nominations-knight-international-journalism-awards>, pristup ostvaren 18. 1. 2018., dok su neki manje poznati počeli i znatno ranije, npr. 2006. godine kada Nokia i UK Press Gazzete organizuju jedno od prvih priznanja ovog tipa: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/5181396.stm>, pristup ostvaren 18. 1. 2018.

³ Zanimljiva zapažanja o ovom fenomenu dijeli Bowman, Shayne & Chris Willis (2003), "We Media – Participatory journalism", Media Center at The American Press Institute, California, str 47.

PRETPOSTAVKE FUNGIRANJA GRAĐANSKOG MEDIJSKOG AKTIVIZMA

Građanski medijski aktivizam zahtijeva ispunjenje dvije ključne pretpostavke da bi ostvario svoj potencijal: tehnološke pretpostavke bazirane na world wide webu i situacije koje definiramo kao doba kriza⁴ (bile u pitanju krize demokratije ili prirodno nastale krize poput npr. elementarnih nepogoda). Istraživanja (Axel 2009; Banda 2010; Naila 2010, Matt 2012) pokazuju da je medijski aktivizam građana pokazao značajan potencijal u vrijeme velikih kriza kada – nerijetko – profesionalno novinarstvo ili nije bilo u mogućnosti odgovoriti zahtjevima struke ili se oslanjalo na građane-novinare kao izvor vijesti u vidu fotografija, audio-video zapisa ili pak samo tweet-ova na socijalnim mrežama⁵.

Prva pretpostavka je da je geneza građanskog medijskog aktivizma direktno povezana sa razvojem tehničkih preduslova pristupa korisničkim mrežama weba 2.0. Danas se procjenjuje da postoji više od dvije i po milijarde smartphona na svijetu⁶ što, kada dovedemo u korelaciju sa riječima Oh Yeon Hoa⁷, „*Svaki građanin je novinar*“, govori da zapravo vijesti, informacije i uopšte medijski sadržaj ne moramo čekati na centralnim informativnim emisijama i omiljenim televizijskim kanalima budući da su građani (uglavnom) tehnički kompetentni i medijski pismeni da sadržaj zabilježe i diseminiraju. Iako zabilježeni medijski sadržaj često ne izlazi van okvira socijalnih medija istina je da nerijetko biva projektiran u diskurs uređivanih medija te tako dobija dio pažnje na globalnoj medijskoj pozornici.

Druga pretpostavka jeste da je građanski medijski aktivizam izražen posebno u vrijeme kriza demokratije, prirodnih nepogoda, terorističkih napada ili drugih događaja koji odstupaju od homeostaze društvenog uređenja u kojem egzistira. Primjeri su brojni: videosnimosci i fotografije posljedica smrtonosnog cunamija u južnoistočnoj Aziji (2004), londonski bombaški napad u kojem su život izgubila 52 čovjeka (2005), masakr na Virginia Tech univerzitetu (2007), anti-vladini protesti u Burmi (2007)

⁴ Generalna hipoteza doktorske disertacije pod nazivom *Građansko novinarstvo u funkciji demokratske tranzicije postkomunističkih društava – studija slučaja Bosne i Hercegovine* odbranjena na Univerzitetu u Tuzli, novembar 2015. godine, op. aut.

⁵ Zanimljiv rad o tome nudi Lejla Turčilo (2014): „Profesionalno i građansko novinarstvo: saradnja ili konkurencija“, dostupno na: <http://www.media-com.me/MEDIJI%20I%20KOMUNIKACIJE%20%20-%20BROJ%201.pdf>; pristup ostvaren 29. 1. 2018.

⁶ Prema <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>; pristup ostvaren 18. 1. 2018. Treba napomenuti da je cifra potpuno orijentacionog karaktera budući da tačan broj je praktično nemoguće utvrditi.

⁷ Osnivač prve institucije građanskog novinarstva OHMYNEWS iz Južne Koreje (2000. godina) koja je postala landmark za sve buduće institucionalne forme građanskog novinarstva.

samo su neki od primjera⁸ gdje su građani svojim uređajima zabilježili a poslije i podijelili vrijedan medijski sadržaj koji, iako amaterskog kvaliteta, subjektivan i katkad upitne etičnosti, jeste obogatio izvještavanje medija o svim spomenutim događajima. Događaji iz novijeg perioda poput pokreta „Wall Street Occupy“ ili „Arapskog proljeća“ obilježili su 2011. godini i prema nekim teoretičarima podučili novinare da nemaju više monopol nad informacijama i da će u budućnosti sve češće trebati pomoć građana-novinaru ili socijalnih medija da bi izvještavanje bilo što potpunije, slikovitije i personalnije. Trendovi koji su generalno prepoznati su:

- publika se sve više okreće ka socijalnim medijima i građanima koji su voljni zabilježiti i podijeliti sadržaj tokom kriza na svojim profilima nego što su voljni vjerovati tradicionalnim medijima poput novina, radija i televizije⁹;
- socijalni mediji i građanski medijski aktivizam katkad su jedini izvor informacija jer su mainstream mediji u nekim situacijama potpuno „offline“ kao što je to bilo u primjeru „Arapskog proljeća“¹⁰;
- mainstream mediji se često pozivaju na audio-video sadržaje ili foto-sadržaje građana-novinaru kada im je potreban atraktivan ili posebno ličan prikaz događaja (nerijetko i nauštrb kvalitete foto/video sadržaja).

U Bosni i Hercegovini, koju karakterizira proces tranzicije od socijalističkog ka demokratskom društvu, potvrđena je hipoteza o postojanju pretpostavki za pojavu građanskog novinarstva; tehnološke pretpostavke i krizni period nužni su da bi građani postali aktivni sudionici u kreiranju medijskih sadržaja. Primjeri građanskih protesta povodom neusvajanja zakona o JMBG (kraj juna – početak jula 2013. godine) te februarskih protesta i majskih poplava iz 2014. potvrđuju trendove koji su uočeni širom planete: građani su skloni dijeliti značajne količine medijskog sadržaja online, najčešće na socijalnim mrežama koje nerijetko preuzimaju i mainstream mediji. Zabilježeni i diseminirani sadržaj građana pritom nema samo informativnu i deskriptivnu ulogu nego često doprinosi i raskrinkavanju vladinih dezinformacija te demaskira spin-informacije¹¹ koje također znaju biti prisutne u medijima.

⁸ Više o tome na <http://www.adweek.com/digital/landmark-moments-in-citizen-journalism/>; pristup ostvaren 29. 1. 2018.

⁹ Više o tome u članku Husejnefendić, Šejn: (2016), Građansko novinarstvo vs profesionalni mediji u kriznim situacijama (studij slučaja BiH)“, DHS 1, „Filozofski fakultet u Tuzli, Tuzla

¹⁰ Pogledati <http://www.journalism.org/2012/11/28/role-social-media-arab-uprisings/>; pristup ostvaren 29. 1. 2018. ili <http://mashable.com/2011/12/21/arab-spring-lessons/#vtz2A0s4aOqg>; pristup ostvaren 29. 1. 2018.

¹¹ Izimno ilustrativno objašnjeno u članku „Sping pong“ Aldina Arnautovića dostupnom na <http://www.media.ba/bs/magazin/sping-pong>; pristup ostvaren 18. 1. 2018.

Alternativnost građanskog medijskog aktivizma te njegov doprinos ličnijem, životopisnijem i nužno subjektivnijem informiranju pretpostavlja da će, uz rast broja smartphonea, razvoj i dalje inovacije na polju bežičnog prenosa podataka te osviještena uloga današnjih i budućih prosumera u hiperkompleksnoj medijskoj situaciji današnjice, građansko novinarstvo (p)ostati nezaobilazan faktor kad je riječ o kreiranju medijskih agendi. Ishodišta građanskog novinarstva zasad su trojaka: sadržaji građana-novinar se rađaju u stvarnom svijetu i ostaju u domenu socijalnih medija; u drugom slučaju teme/sadržaji građana-novinar izazivaju pažnju profesionalnih novinara koji preuzimaju iste i obrađuju ih u okvirima struke te pro-am novinarstvo koje pretpostavlja sinergiju novinara-profesionalaca i novi-nara-amatera.

AFINITETI STUDENATA NOVINARSTVA KA MEDIJSKOM AKTIVIZMU U BOSNI I HERCEGOVINI I AUSTRIJI

Građanin-novinar je pojam koji je, kao i mnoge druge, teško precizno definirati. Definicije se kreću u dijapazonu jako opštih poput one Oh Yeon Hoa, novinara i osnivača OhMyNews, *Svako je novinar*, do ponešto diskutabilnih kao što je ona Chrisa Attona da je „građansko novinarstvo zapravo novinarstvo u kojem djeluju svi oni izvan mainstream medijskih organizacija“ (Atton 2008: 487), što u kategoriju građana-novinar svrstava i profesionalne novinare “slobodnjake” odnosno “freelancere” koji ne rade u mainstream medijima(?). Za ovu priliku, prije iznošenja metodologije empirijskog istraživanja, poslužit će nam definicija koja medijski aktivnog građanina vidi kao *protagonistu građanske produkcije vijesti, obično iniciranih lokalnim događajima i aktuelnostima, diseminiranih preko medija te podrazumijeva upotrebu modernih telekomunikacijskih tehnologija a čiji efekti mogu imati značajan doprinos potpunijem informiranju svih učesnika u komunikacijskoj situaciji*.

Da li se studenti novinarstva klasificiraju, ako imamo u vidu bilo koju dostupnu definiciju, kao medijski aktivni građani ili su već novinari? Dosadašnja istraživanja građanskog medijskog aktivizma (Tremayne 2007; Högerl 2010; Wilson 2012) uglavnom su u fokusu imala freelance-novinare, medijske teoretičare te blogere-građane koji često nisu svjesni uloge građanina-novinar čak i kada se radi o njihovom medijskom aktivizmu.

Glavna hipoteza istraživanja provedenog sredinom 2017. godine na namjernom uzorku od 440 studenata novinarstva i komunikologije u Bosni i Hercegovini i Austriji

jeste da postoje izvjesne razlike u komunikacijskim navikama kada je riječ o aktivnoj medijskoj produkciji sadržaja. Ovu pretpostavku nastojali smo ispitati kroz praćenje varijabli koje su trebale dati odgovore na sljedeća pitanja:

- koji su im dominantni izvori informiranja studenata novinarstva i komunikologije u Beču u odnosu na njihove kolege u Bosni i Hercegovini?
- da li je medijska pismenost studenata novinarstva i komunikologije u Austriji veća od njihovih kolega u Bosni i Hercegovini?
- da li su više ili manje skloni komentiranju novinarskih članaka?
- da li su spremni riskirati kako bi zabilježili neki medijski događaj?

Prije nego pogledamo rezultate studije potrebno je odgovoriti na sljedeća pitanja:

- 1) zašto je istraživanje provedeno u BiH i Austriji odnosno zašto se kompariraju baš ove dvije države/društva
- 2) zašto je istraživanje provedeno na namjernom uzorku studenata novinarstva i komunikologije?

Odgovor na prvo pitanje krije se u činjenici da je za genezu građanskog medijskog aktivizma, pored kvintesencijalne uloge tehničko-tehnoloških uređaja i world wide weba, potrebna kriza ili u ovom slučaju odstupanje od idealnog stanja i funkcioniranja demokratije (što potvrđuju i Dahlgreen 2010, Stanoevska-Slabeva 2012, Mutsvairo 2012). S tim u vezi čini se opravdanom pretpostavka da je zapadno demokratsko društvo, poput Austrije, vjerovatno više orijentirano ka aktivnom medijskom djelovanju amatera odnosno građana-novinara i svjesnije njegovih potencijala. S druge strane, mali je broj zemalja koje se nalaze (geografski) na tlu Evrope a u kojima postoje eklatantne krize demokratije. Bosna i Hercegovina spada u društva koja se nalaze u dugotrajnoj tranziciji ka zreloom demokratskom društvu što je proces u kojem postoji mnoštvo izazova. Komparativna analiza afiniteta ka medijskom aktivizmu uglavnom mladih ljudi (studenata) u kojem se nalazi dva društva sa različitim stadijem demokratije suprotstavljaju i upoređuju je zanimljiva kao argument za ili protiv pretpostavke da su zapadna, progresivno orijentirana društva više medijski aktivna kada poredimo medijske navike njihovih građana.

Kada je riječ o anketiranju (što jeste metoda koja je korištena ovom prilikom) obično se polazi od pretpostavke da je reprezentativni uzorak najbolji mogući uzorak zbog dijapazona socio-demografske slike odgovora koju pretpostavlja. Ovaj put to nije slučaj i odlučili smo se za namjerni uzorak od 440 studenata novinarstva i komunikologije. Uzorak odnosno istraživanje na navedenom uzorku ponudit će jedinstvene i posebno

zanimljive rezultate jer daje uvid u afinitete medijskog aktivizma posebno ciljane grupe mladih ljudi koji se educiraju za zvanje diplomiranih novinara, medijskih radnika ili teoretičara/praktičara u domenu komunikologije ili medija (iako to još nisu!). S tim u vezi postavljamo dodatnu hipotezu koja glasi da je analizirana grupa mladih ljudi iz BiH i Austrije podjednako medijski pismena, prilično aktivna kad je riječ o produkciji medijskog sadržaja te inklinira ka većem medijskom aktivizmu uopšte.

Komparativna analiza

Kao što smo naveli anketirano¹² je ukupno 440 studenata novinarstva i komunikologije i to sa 316 ispitanika sa Instituta za medije i komunikologiju Univerziteta u Beču (Austrija) te 124 studenta sa Odsjeka za novinarstvo Filozofskog fakulteta Univerziteta u Tuzli, Odsjeka za novinarstvo i komunikologiju Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Banjoj Luci te Odsjeka za komunikologiju Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Budući da osnovne demografske karakteristike ispitanika (spol, starost i obrazovanje) nisu relevante za komparaciju medijskih afiniteta anketiranih ovaj put ćemo ih ostaviti po strani. U tabelama koje slijedediti su rezultati anketiranja 124 studenta sa tri bh univerziteta:

Koji medij najviše koristite za informiranje:

	● Televizija	● Radio	● Novine	● Internet portali	● Društvene mreže	Standard Deviation	Responses
All Data	14 (11%)	1 (1%)	2 (2%)	79 (64%)	28 (23%)	28.81	124

Tabela 1: Bh studenti novinarstva i komunikologije o dominantnim izvorima informiranja

U tabeli 1 vidimo da su dominantni mediji informiranja (u slučaju anketiranih bh studenata) internet portali (64%), slijede društvene mreže (23%) dok su tradicionalni mediji veoma zanemareni: televizija (11%), novine (2%) te radio (1%).

Jeste li ikad poslali medijski sadržaj nekom mediju?

	● Nikad	● Jednom	● Nekoliko puta	● Više od 10 puta	● Šaljem fotografije, video-klipove ili tekst često.	Standard Deviation	Responses
All Data	41 (33%)	18 (15%)	33 (27%)	11 (9%)	20 (16%)	10.86	123

Tabela 2: Bh studenti novinarstva i komunikologije o diseminaciji vlastitog medijskog sadržaja

¹² Za anketiranje studenata korištena online anketa <https://freeonlinesurveys.com>

Kada je riječ o diseminaciji medijskog sadržaja ka tradicionalnim ili online-medijima tabela 2 govori nam da su anketirani relativno neaktivni; trećina nikad nije poslala medijski sadržaj nekom mediju (33%), za jedan pokušaj se odvažio u prosjeku svaki sedmi anketirani (15%) a nekoliko puta je svoj medijski sadržaj medijima poslala četvrtina anketiranih (27%). Odgovor „šaljem fotografije, video-klipove i tekst često medijima“ dalo je svega 16% (svaki šesti anketirani) što i nije dokaz prevelike aktivnosti kada je u pitanju medijski aktivizam budućih novinara sa tri univerziteta u Bosni i Hercegovini.

Da li komentarišete članke online (u odjeljku za komentare)?

	Nikad	Jednom-dvaput ukupno	Nekoliko puta ili više ne	Komentarišem povremeno	Komentarišem često.	Standard Deviation	Responses
All Data	46 (37%)	17 (14%)	20 (16%)	37 (30%)	4 (3%)	14.93	124

Tabela 3: Frekventnost komentiranja online članaka bh studenata novinarstva i komunikologije

Tabela 3 rasvijetlila je da li i koliko često anketirani komentiraju online članke. „Često“ to čini svega 3% dok se više od trećine (37%) izjasnilo da nikad ne komentarišu. Skoro trećina (30%) komentariše članke povremeno a 14% je kazalo da su svega jednom ili dvaput ukupno posegnuli za opcijom komentiranja. Iz prezentiranog vidimo da je ovaj vid medijskog aktivizma prilično zapostavljen ili iz nekog razloga nezanimljiv ili odbojan studentima novinarstva i komunikologije na bh univerzitetima.

Da li znate koristiti programe za medijsku manipulaciju?

	Ne	Znam koristiti jednostavne online programe i aplikacije	Imam osnovno znanje iz foto-editovanja (IrfanView, smanjivanje i uređivanje fotografije npr.)	Posjedujem znanje iz audio i foto montaže (Photoshop, Audition, Sony Soundforge i sl.)	Vješt/vješta sam u audio-video editovanju i foto-manipulaciji (npr: Adobe Suite paket programa)	Standard Deviation	Responses
All Data	21 (17%)	33 (27%)	17 (14%)	38 (31%)	15 (12%)	9.09	124

Tabela 4: Kompjutersko-medijska pismenost bh studenata novinarstva i komunikologije

Anketirani studenti novinarstva i komunikologije odali su da su skromnih vještina što se tiče digitalne obrade medijskog sadržaja (kao što je audio, video ili fotograska manipulacija). U tabeli 4 vidimo da je svega 12% anketiranih ili svaki osmi od 124 anketirana studenta vješt u foto, audio ili video obradi podataka. Nešto znanja iz foto i audio obrade ima 31% anketiranih što jeste podatak koji obećava a uz njega možemo

navesti da i 14% anketiranih raspolaže osnovnim znanjem iz foto-editovanja. Svaki šesti anketirani (17%) navodi da ne poznaje ijedan program za medijsku manipulaciju a 27% anketiranih (svaki četvrti) se izjasnilo da znaju koristiti jednostavne online programe i aplikacije za medijsku manipulaciju.

Iste varijable pratili smo kod 316 studenata Instituta za medije i komunikologiju Univerziteta u Beču. U tabeli 5 se nalaze odgovori na pitanje „Koji medij najviše koristite za informisanje?“:

Welche medialen Plattformen nutzen Sie meistens, um sich zu informieren:

	Fernsehen	Radio	Presse	Online-Nachrichtenportale	Soziale Medien	Standard Deviation	Responses
All Data	23 (7%)	13 (4%)	40 (13%)	162 (51%)	78 (25%)	54.14	316

Tabela 5: Studenti novinarstva i komunikologije Univerziteta u Beču o dominantnim izvorima informiranja

Dominantni mediji informiranja su, kao i u slučaju bh studenata novinarstva, internet portali ali sa nešto manje udjela (51%). Društvene mreže (25%) su na drugom mjestu i ne odstupaju značajno od navika bh studenata. Zanimljiviji podatak je distribucija odgovora u domenu tradicionalnih medija: štampa (13%) prednjači ispred televizije (7%) dok se za radio opredjelilo 4% anketiranih studenata.

Haben Sie jemals Medieninhalte an irgendwelche Medien weitergeleitet?

	Niemals	Einmal	Einige Male	Mehr als zehn Mal	Ich sende Photos, Videos und/oder schriftliche Inhalte öfter.	Standard Deviation	Responses
All Data	181 (58%)	13 (4%)	52 (17%)	16 (5%)	52 (17%)	61.44	314

Tabela 6: Studenti novinarstva i komunikologije Univerziteta u Beču o diseminaciji vlastitog medijskog sadržaja

Studenti novinarstva Univerziteta u Beču neaktivniji su (kad je diseminacija vlastitog medijskog sadržaja u pitanju) od svojih kolega sa bosanskohercegovačkih univerziteta što je vidljivo u tabeli 6. Više od polovine (58%) nikad nije poslalo medijski sadržaj nekom mediju, svega 4% je to pokušalo jednom a nekoliko puta je svoj medijski sadržaj medijima poslao tek svaki šesti anketirani (17%). Procenat aktivnih (koji „šalju fotografije, video-klipove i tekst često medijima“) je skoro jednak – 17% m – rezultatima dobijenim anketiranjem budućih novinara sa tri univerziteta u Bosni i Hercegovini.

Kommentieren Sie Nachrichtenartikel im Netz, wo Kommentare möglich sind?

	● Nie.	● Einmal.	● Mehrere Male, aber nicht mehr.	● Ich mache es gelegentlich.	● Ich mache es sehr oft.	Standard Deviation	Responses
All Data	183 (58%)	27 (9%)	33 (10%)	65 (21%)	7 (2%)	62.83	315

Tabela 7: Frekventnost komentiranja online članaka studenata novinarstva i komunikologije Univerziteta u Beču

Tabela 7 daje podatke koji se mogu staviti u paralelu sa odgovorima koje su dali bh studenti na pitanje „Da li i koliko često komentirate online članke“. Odgovor „često“ dalo je samo 2% anketiranih a više od polovine (58%) se izjasnilo da nikad ne komentarišu online članke. Ravno trećina (33%) je „komentarisalo članke ranije ali više ne“ a 9% je kazalo da su svega jednom ili dvaput ukupno posegnuli za opcijom komentiranja. Opciju „povremeno komentarišem“ je izabrao svaki peti ili 21% od ukupnog broja anketiranih studenata.

Sind Sie vertraut mit Programmen zur Manipulation von Bild-, Audio- oder Videoinhalten?

	● Nein.	● Ich benutze einfache Online-Programme und Apps.	● Ich habe bestimmte Grundkenntnisse in Photobearbeitung (IrfanView, Photoänderung und Filtern).	● Ich habe Kenntnisse in Photo- und Audiobearbeitung (Photoshop, Audition).	● Ich habe sehr gute Kenntnisse in der Audio- und Videobearbeitung (z.B. Adobe Suite programs).	Standard Deviation	Responses
All Data	74 (23%)	61 (19%)	60 (19%)	93 (29%)	28 (9%)	21.25	316

Tabela 8: Kompjutersko-medijska pismenost studenata novinarstva i komunikologije Univerziteta u Beču

Anketirani studenti novinarstva i komunikologije Instituta za medije i komunikologiju su nešto skromniji kad su pitanju njihova poznavanja programa za obradu medijskog sadržaja. Iz tabele 8 vidimo da samo 9% (svaki jedanaesti) od 316 anketiranih studenata je vješto u foto, audio ili video obradi podataka. Nešto znanja i vještina iz foto i audio obrade ima 29% anketiranih (skoro svaki treći student) a 19% anketiranih raspolaže osnovnim znanjem iz foto-editovanja. U prosjeku svaki peti anketirani (19%) student se izjasnio da zna koristiti jednostavne online programe i aplikacije za medijsku manipulaciju a skoro svaki četvrti (23%) priznaje da ne poznaje ijedan program za medijsku manipulaciju.

Komparativna analiza percepcije građanskog novinarstva

Nakon uvida u neke osnovne komunikacijske navike i afinitete bosanskohercegovačkih i austrijskih studenata novinarstva i komunikologije (dominantni mediji informiranja, sklonost komentiranju online članaka, poznavanje programa i aplikacija za manipulaciju medijskim sadržajem te diseminacija vlastitog medijskog sadržaja) pristupilo se mjerenju varijabli odnosno odgovora na pitanja o percepciji i kredibilnosti građanskog novinarstva (i u BiH i u Austriji) te o nivou rizika koji su spremni preuzeti budući novinari i medijski radnici da bi zabilježili neki medijski događaj. Rezultati/odgovori bh studenata dati u tabelama 9, 10 i 11:

Prema Vašem mišljenju, jesu li sadržaji (tekstovi, audio-video sadržaj i sl) koje postavljaju na web građani-novinari objektivni?

	● No.	● Neki od njih jesu, neki nisu.	● Uglavnom jesu.	● Skoro sve je objektivno.	● Ne znam.	Standard Deviation	Responses
All Data	24 (19%)	86 (69%)	8 (6%)	1 (1%)	5 (4%)	31.58	124

Tabela 9: Bh studenti novinarstva i komunikologije o objektivnosti rada građana-novinar

Prema Vašem mišljenju, može li građansko novinarstvo imati neki veći efekat (poput podizanja društvene svijesti ili kreiranja javnog mnijenja) kod publike?

	● Da, može (Mogu se sjetiti jedne ili više situacija npr. februarski protesti).	● Da, ali ne tako često (potrebno je da se ispune i drugi faktori).	● Da, ali veoma rijetko (više je izuzetak nego pravilo).	● Na, ne može.	● Ne znam.	Standard Deviation	Responses
All Data	35 (28%)	52 (42%)	31 (25%)	4 (3%)	2 (2%)	19.16	124

Tabela 10: Bh studenti novinarstva i komunikologije o efektima djelovanja građana-novinar

Da li biste riskirali da snimate/fotografirate neki sadržaj odnosno zabilježite događaj kako biste ga objavili online ili poslali nekom mediju?

	● Da – ako je to događaj koji se rijetko vidi.	● Da, bez obzira na događaj (ako mi izgleda bitno).	● Možda, ovisi koliko moram riskirati.	● Vjerovatno ne bih riskirao/riskirala.	● Ne bih riskirao.	Standard Deviation	Responses
All Data	51 (41%)	36 (29%)	33 (27%)	3 (2%)	1 (1%)	19.6	124

Tabela 11: Sklonost bh studenata novinarstva i komunikologije rizicima dokumentiranja medijskog događaja

Rezultati dati u tabeli 9 daju sljedeće podatke: u objektivni medijski aktivizam građana vjeruje 1% ispitanih što je očekivan podatak budući da je građanski medijski aktivizam *sui generis* subjektivan, amaterski i obilježen ličnim utiscima i nerijetko afektima. Nešto veći broj anketiranih – 6% – smatra da je takvo djelovanje uglavnom objektivno. Svaki peti anketirani (19%) je kazao kako je sadržaj koji građani diseminiraju na webu neobjektivan a gro odgovora anketiranih studenata – dvije trećine ili 69% – je kazao kako „neki sadržaji jesu a neki nisu objektivni“. Odgovor „ne znam“ dalo je svega 4% anketiranih.

Mnogo su zanimljiviji odgovori u tabeli 10 gdje nalazimo distribuciju odgovora koja ide u prilog tezi o značajnim potencijalima građanskog medijskog aktivizma. Tako 28% ispitanih (ili malo više od jedne četvrtine) vjeruje da „građanski medijski aktivizam može imati veće efekte poput podizanja društvene svijesti o nekom problemu ili pak formiranja javnog mnijenja“. Skoro polovina anketiranih (42%) je kazala da je navedena opcija „moguća ali ne i česta jer i ovisi od drugih faktora“. Ravno četvrtina (25%) anketiranih dozvoljava takvu mogućnost ali veoma rijetko dovodeći je u ravan sa izuzecima dok za opciju „ne može“ odabralo 3% ispitanih. Još manje (2%) anketiranih je kazalo da „ne zna“ da li građanski medijski aktivizam može imati efekte kao što su formiranje javnog mnijenja ili podizanje društvene svijesti o nekom problemu.

Tabela 11 trebala je prezentirati sklonost preuzimanja rizika bosanskohercegovačkih studenata novinarstva i komunikologije kada je u pitanju snimanje ili dokumentiranje nekog događaja. Tako više od trećine (41%) njih je spremno rizikovati ukoliko je u pitanju događaj koji se rijetko viđa a nešto manji broj (29%) će rizikovati pri istom pokušaju ako im „nešto izgleda bitno“. Kumulativno to je 70% (više od dvije trećine) onih koji su spremni rizikovati da bi zabilježili neki događaj i eventualno ga diseminirali u medijski sektor. Četvrtina anketiranih – 27% – je bila „oprezna“ i izabrala opciju „možda, ovisi o stepenu rizika“ a svega je 1% onih koji „ne bi riskirali“ i 2% onih koji „vjerovatno ne bi riskirali“. Ako imamo u vidu ove odgovore može se reći kako je većina budućih novinara i medijskih radnika dovoljno radoznala i sklona žrtvovanju/rizicima kako bi zabilježili neki događaj koji je bitan ili njima izgleda intrigantno.

Komparacija podataka podrazumijevala je da iste varijable mjerimo i kod austrijskih studenata stoga njihove podatke nalazimo u tabelama 12-14:

Sind die von den Bürger-Journalisten geposteten Inhalte Ihrer Meinung nach objektiv?

	● Nein.	● Einige ja und einige nicht.	● Meistens ja.	● Fast alle sind objektiv.	● Ich weiß es nicht.	Standard Deviation	Responses
All Data	90 (28%)	171 (54%)	10 (3%)	2 (1%)	43 (14%)	62.17	316

Tabela 12: Austrijski studenti novinarstva i komunikologije o objektivnosti rada građana-novinara

Kann Bürgerjournalismus Ihrer Meinung nach nachweisbare bzw. erkennbare Effekte auf die Öffentlichkeit haben (steigerndes öffentliches Bewusstsein oder zur Bildung der öffentlichen Meinung)?

	● Ja, (ich kann ein oder mehrere Beispiele benennen.)	● Ja, aber nicht so oft (selten, wenn andere Faktoren involviert sind)	● Ja, aber sehr selten (Das ist mehr Erwartung als Regel)	● Nein.	● Ich weiß es nicht.	Standard Deviation	Responses
All Data	77 (24%)	106 (34%)	63 (20%)	7 (2%)	60 (19%)	32.76	315

Tabela 13: Austrijski studenti novinarstva i komunikologije o efektima djelovanja građana-novinara

Würden Sie sich selbst einem Risiko aussetzen, um ein Photo aufzunehmen von irgendeinem Event, um es zu veröffentlichen oder veröffentlichen zu lassen?

	● Ja, wenn das Geschehen selten ist.	● Ja, ungeachtet dessen was für ein Event es ist.	● Vielleicht, abhängig davon, wie hoch das Risiko ist.	● Ich glaube, ich würde es nicht machen.	● Auf gar keinen Fall.	Standard Deviation	Responses
All Data	45 (14%)	11 (3%)	151 (48%)	80 (25%)	29 (9%)	49.43	316

Tabela 14: Sklonost austrijskih studenata novinarstva i komunikologije rizicima dokumentiranja medijskog događaja

Studenti Instituta za medije i komunikologiju Univerziteta u Beču – njih 316 – dali su svoju ocjenu objektivnosti sadržaja koji diseminiraju građani prikazanu u tabeli 12. Isti procenat kao i u slučaju bh studenata – 1% – smatra taj sadržaj neobjektivnim. Sličan postotak kao i u slučaju istraživanja bh studenata – 3% – smatra da su „uglavnom objektivni“. Više od četvrtine (28%) smatra medijski sadržaj građana neobjektivnim a nešto više od polovine (54%) smatra da je „sadržaj nekad objektivan a nekad ne“.

U tabeli 13 nailazimo na slične podatke kao što smo vidjeli kod bh studenata te se i u slučaju napredne demokratije kakva je Austrija te mišljenja studenata novinarstva može potvrditi teza o značajnom potencijalu građanskog medijskog aktivizma. 24% ispitanih (četvrtina) je mišljenja kako „građanski medijski aktivizam može imati veće efekte poput podizanja društvene svijesti o nekom problemu ili pak formiranja javnog

mnijenja“. Trećina (33%) je izabrala drugu opciju koja potvrđuje taj potencijal kao „moguć ali ne i čest jer ovisi od drugih faktora“. Svaki peti (20%) anketirani takvu mogućnost vidi ali veoma rijetko. Za odričnu opciju se izjasnilo 2% ispitanih. Skoro petina (19%) anketiranih je kazalo kako „ne zna“ da li građanski medijski aktivizam može imati efekte kao što su formiranje javnog mnijenja ili podizanje društvene svijesti o nekom problemu.

Tabela 14 otkrila nam je koliko su austrijski studenti skloni preuzimanju rizika kada je u pitanju snimanje ili dokumentiranje nekog događaja. Odgovori na ovo pitanje pokazuju daleko oprezniju narav austrijskih studenata novinarstva i komunikologije kada je u pitanju rizik. Svega 14% anketiranih je spremno rizikovati ukoliko je u pitanju događaj koji se rijetko viđa a još je manji broj – svega 3% – koji bi rizikovali ako im događaj „izgleda bitno“. Opreznih je mnogo više nego u slučaju bh studenata – skoro polovina (48%) je kazalo da bi „možda, ovisno o stepenu rizika“ poduzeli korake ka snimanju nekog događaja. Svaki četvrti anketirani (25%) kazao je kako „vjerovatno ne bi riskirali“ te 9% anketiranih rezolutno tvrdi da „ne bi riskirali“.

Usporedba dobijenih odgovora grafički izgleda ovako:

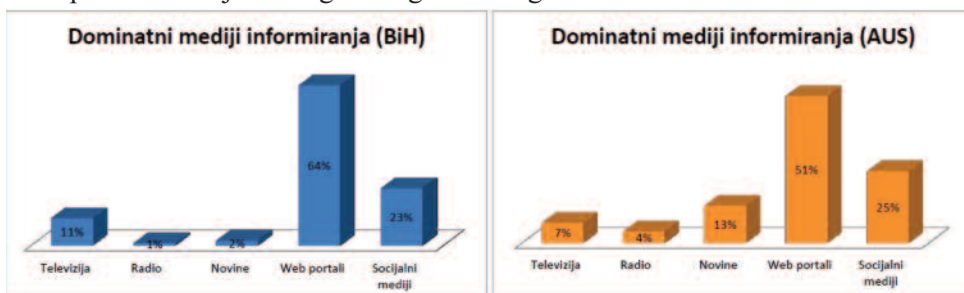


Chart 1: Distribucija odgovora bh studenata (plava boja) i austrijskih studenata (narandžasta boja) o dominantnim izvorima informiranja

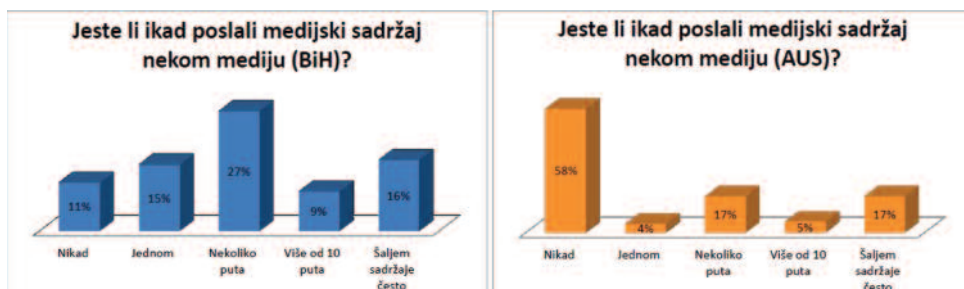


Chart 2: Distribucija odgovora bh studenata i austrijskih studenata o diseminaciji medijskih sadržaja medijskim kućama

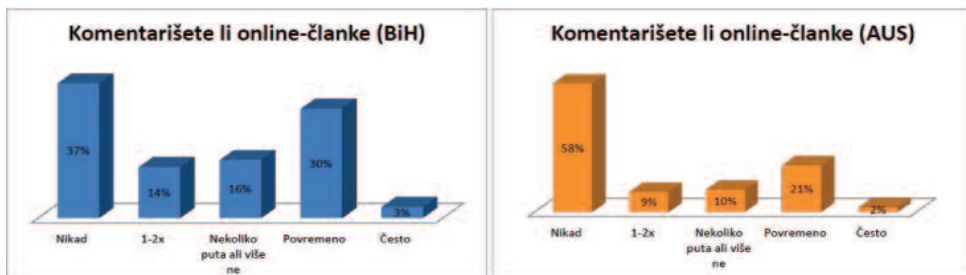


Chart 3: Sklonost komentarisanja online članaka bh studenata i austrijskih studenata

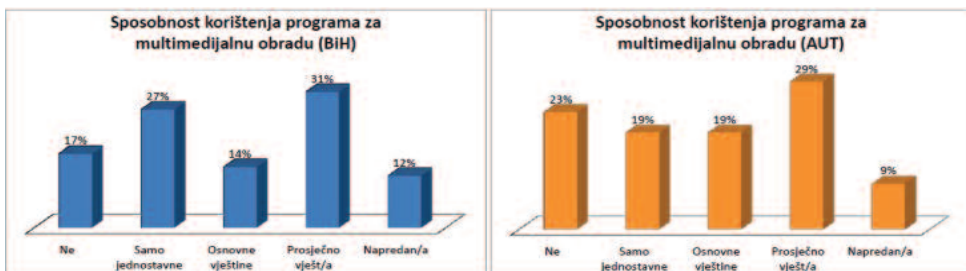


Chart 4: Stepen vještine manipulacije medijskim sadržajem kod bh studenata i austrijskih studenata

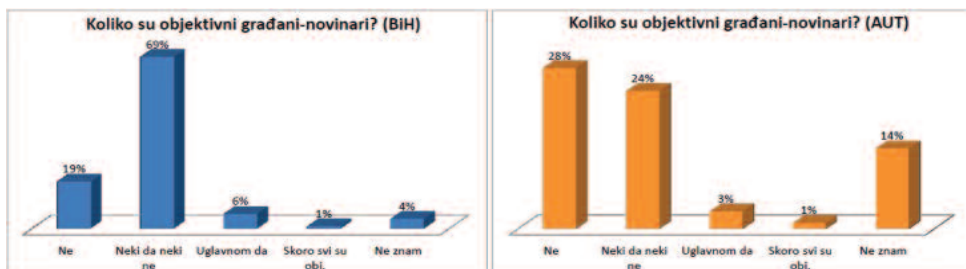


Chart 5: Uporedba procjene objektivnosti građana-novinaru kod bh studenata i austrijskih studenata

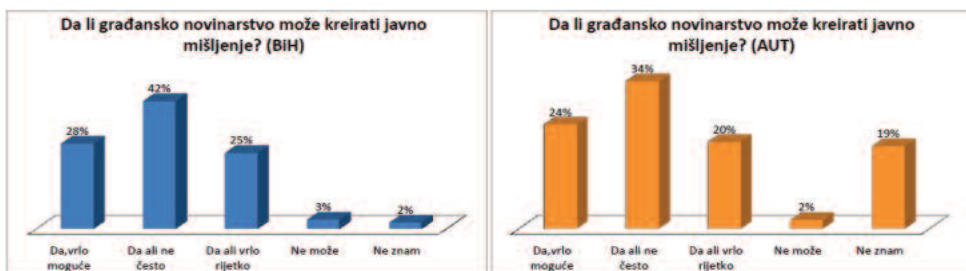


Chart 6: Uporedba procjene potencijala građanskog novinarstva kod bh studenata i austrijskih studenata

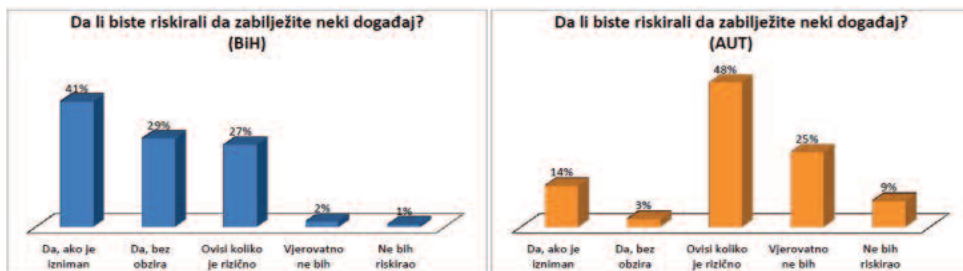


Chart 7: Uporedba spremnosti na rizično pribavljanje medijskog sadržaja kod bh i austrijskih studenata

REZULTATI ISTRAŽIVANJA I ZAKLJUČCI

Istraživanje u kojem je učestvovalo 440 studenata novinarstva i komunikologije kompariralo je odgovore dobijene upotrebom metode ankete i deskriptivnom statističkom analizom pitanja/varijabli koje su trebale rasvijetliti razlike u mišljenjima kod studenata iz društva napredne demokratije (kakva je Austrija) i kod studenata koji dolaze iz društva demokratske tranzicije (Bosna i Hercegovina). Početna pretpostavka kako *postoje izvjesne razlike u komunikacijskim navikama kada je riječ o aktivnoj medijskoj produkciji sadržaja između grupe studenata iz BiH i one iz Austrije* je potvrđena što ilustriraju navedeni podaci. Također, pomoćna pretpostavka da je *zapadno demokratsko društvo, poput Austrije, vjerovatno više orijentirano ka aktivnom medijskom djelovanju amatera odnosno građana-novinara i svjesnije njegovih potencijala* potvrđena je djelimično. Posljednja pomoćna pretpostavka da je *analizirana grupa mladih ljudi iz BiH i Austrije podjednako medijski pismena, prilično aktivna kad je riječ o produkciji medijskog sadržaja te inklinira ka većem medijskom aktivizmu uopšte* potvrđena je u potpunosti.

Generalno, predominantni izvor informacija za obje grupe studenata jesu online portali i socijalne mreže. Treba spomenuti da su printani mediji u Austriji na visokom trećem mjestu sa nezanemarivim udjelom među novinarskom studentskom populacijom. Medijske sadržaje koje samostalno zabilježe studenti novinarstva u Austriji nešto češće prosljeđuju medijskim kućama (17% u odnosu na 16% kod bh studenata) ali ako uzmemo ukupan broj studenata i populaciju Austrije može se reći da je ovo demokratsko društvo zapravo *nešto medijski aktivnije* kad je riječ o produkciji i diseminaciji medijskog sadržaja (barem kad su studenti novinarstva u

pitanju). Sklonost komentarisanju online članaka inklinira na stranu bh studenata budući da više od polovine anketiranih austrijskih studenata nikad nije komentarisalo online članke. Kada su upitani za procjenu objektivnosti sadržaja koje diseminiraju građani-novinari putem medija obje grupe su se izjasnile da uglavnom ne smatraju objektivnim takve sadržaje.

Medijska pismenost, barem ona kada je u pitanju tehnički nivo odnosno kompjuterska obrada i manipulacija medijskih sadržaja kao što su fotografije, audio i video sadržaj, podjednako je distribuirana kod bh i austrijskih studenata. Osnovne vještine u multimedijalnoj manipulaciji te dobro i napredno snalaženje u programima za medijsku manipulaciju (kao npr. u anketi spomenuti Adobe Suite paket) ima više od polovine anketiranih ili kumulativno 57% studenata i u BiH i u Austriji.

Potencijal građanskog medijskog aktivizma prepoznaju, kako bosanskohercegovački, tako i austrijski studenti novinarstva i komunikologije. Oko dvije trećine anketiranih u obje grupe studenata priznaje da građanski medijski aktivizam može kreirati javno mnijenje i skrenuti pažnju na neki problem. Skoro podjednak procenat anketiranih studenata iz BiH i Austrije ne daje veliki značaj mogućnostima građanskog medijskog aktivizma ali je to skoro pa zanemariv postotak (2-3%). Naposljetku, kad je riječ o snimanju, dokumentovanju ili pribavljanju medijskog sadržaja - mnogo su više skloni rizičnom ponašanju bh studenti u odnosu na kolege iz Austrije.

Zaključak koji možemo izvesti iz sprovedene komparativne analize jednostavan je: postoje razlike u poimanju građanskog medijskog aktivizma, sklonosti ka aktivnom učestvovanju u komentiranju online članaka te preuzimanju rizika (bilo kog nivoa) između bosanskohercegovačkih studenata i njihovih kolega/ica sa Instituta za medije i komunikologiju u Beču. S druge strane, studenti iz obje zemlje dijele istu sklonost ka platformama za informiranje, percipiraju građanski medijski aktivizam kao neobjektivan te priznaju da on posjeduje veoma značajan potencijal kad je riječ o podizanju društvene svijesti i kreiranju javnog mnijenja.

LITERATURA I IZVORI:

1. Bowman, Shayne, Chris Willis (2003), *We Media – Participatory journalism*, Media Center at The American Press Institute, California
2. Atton, Chris (2008), *International Encyclopedia of Communication*, Blackwell Publishing, USA
3. Fackson, Banda (2010), "Citizen Journalism & Democracy in Africa – study," Highway Africa, South Africa, str. 43-65
4. Fernando, Angelo (2008), *Citizen-powered journalism fills a void*, Communication World Magazine, San Francisco, USA
5. Gilmore, Dan (2004), "We the media: Grassroots Journalism by the People For the People", O'Reilly, ISBN-13: 978-0596102272, USA, str. 136-158
6. Husejnefendić, Šejn (2016), "Građansko novinarstvo vs profesionalni mediji u kriznim situacijama (studij slučaja BiH)", DHS – Društvene i humanističke studije, 1, Filozofski fakultet u Tuzli, Tuzla, str. 307-327
7. Husejnefendić, Šejn (2015), *Građansko novinarstvo u funkciji demokratske tranzicije postkomunističkih društava – studija slučaja Bosne i Hercegovine*, doktorska disertacija, Filozofski fakultet u Tuzli, Tuzla
8. Johnson, Fred (2007), *What's going on in community media*, University of Massachusetts, Boston, str. 19-21
9. Kelly, John (2009), *The rise, challenges and value of citizen journalism*, Reuters Institute, Oxford, UK, str. 5-17
10. Romano, Allison (2005), *Why everybody is a reporter*, Broadcasting&Cable, New York
11. Hamdy, Naila (2010), *Arab media adopt citizen journalism to change the dynamics of conflict coverage*, American University in Cairo
12. Tremayne, Mark (2007), *Blogging, citizenship and the Future of media*, Routledge, New York, str. 225-261
13. Turčilo, Lejla (2014), "Profesionalno i građansko novinarstvo: saradnja ili konkurencija", Časopis "Mediji i komunikacije", Crna Gora, str. 159-169
14. Wilson, Teresa (2012), *Community reporting vs citizen journalism*, Institute of Community Reporters.

Web izvori:

1. <http://ijnet.org/en/blog/cnn-launches-citizen-journalism-awards>
2. <https://www.icfj.org/news/call-nominations-knight-international-journalism-awards>
3. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/5181396.stm>
4. <http://www.media.ba/bs/magazin/sping-pong>
5. <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>
6. <http://mashable.com/2011/12/21/arab-spring-lessons/#vtz2AOs4aOqg>
7. www.Onlinesurvey.com

THE DIFFERENCES IN THE TENDENCIES TOWARDS MEDIA ACTIVISM IN BIH AND AUSTRIA (COMPARATIVE AND QUANTITATIVE ANALYSIS)

Summary:

The new media situation restructured the audience's habits, which in today's modern communication are rarely called passive. The active audience with a new term "prosumer", is a reflection of today's media situation, dominated by communication platforms based on the world wide web and social media. This paper brings information about some current communication habits of young prosumers and future media workers in Bosnia and Herzegovina and compares them with the habits of their contemporaries in Austria. The paper attempts to give an answer to the question of how many young people in the advanced European democracies (such as Austria) and those who are trained for the work in the sphere of journalism or in the other media branch differ in some parameters from those who grew up in societies that are still characterized as societies currently in a state of democratic society transition (such as Bosnia and Herzegovina).

The paper presents quantitative data on the dominant sources of information for 314 students of journalism and media sciences at the Institute of Media and Communication of the University of Vienna, their media-manipulation content skills, the affinity for commenting on media content, and the evaluation of the effects of civic journalism as well as trust in contents of the same. The identical parameters were studied at the Journalistic Departments of the three universities in Bosnia and Herzegovina, in which 134 students participated.

The results of empirical research provide interesting data on how young students of journalism and communication (and in BiH and Austria) are willing to take risks when it comes to documenting or obtaining information content.

Keywords: citizen, civic, journalism, media, new, audience, Austria, BiH.

Adresa autora

Authors' address

Šejn Husejnefendić

Filozofski fakultet

Univerzitet u Tuzli

sejn.husejnefentic@untz.ba