

UDK 316.774:004.738.5

Primljeno: 26. 09. 2020.

Izvorni naučni rad

Original scientific paper

Enes Osmančević, Mirza Mehmedović

PERCEPCIJA EUROATLANTSKIH INTEGRACIJA U BOSANSKOHERCEGOVAČKIM ONLINE MEDIJIMA

Primjena savremenih tehnologija, uz multimedijalnu distribuciju medijskih sadržaja putem online platformi, u kontekstu procesa pristupanja Bosne i Hercegovine Europskoj uniji i NATO-u, neizostavno propituje ulogu savremenih medija u političkoj edukaciji građanina kao aktivnog subjekta politike. Imajući u vidu porast broja korisnika interneta u Bosni i Hercegovini, kao i primarnu orijentiranost publike ka online platformama za distribuciju medijskih sadržaja, ovaj rad problematizira percepciju euroatlantskih integracija u online medijima u Bosni i Hercegovini, kao i izvorima i formama korištenim za informisanje građana o političkim procesima koji predstavljaju budući politički put Bosne i Hercegovine. U fokusu rada je primarno ukupan broj objavljenih sadržaja o euroatlantskim integracijama u online medijima. S obzirom da u trenutku kada je obavljeno istraživanje (april-maj 2019.) govorimo o periodu unutrašnje krize političkog sistema, te da u istom periodu nije formirana vlast nakon posljednjih općih izbora, sve to u znatnoj mjeri redefiniše odnosno otežava položaj Bosne i Hercegovine spram provedbi reformi potrebnih za pristupanje Europskoj uniji i NATO-u. Imajući u vidu rezultate i međunarodni tretman Bosne i Hercegovine kao tranzicijske zemlje, istraživanjem smo došli do zaključka o ograničenom komunikacijskom okviru online medija, koji građanina posmatraju kao korisnika informacije, ali ne intervenišu u procesu političke edukacije ili usmjeravanja interesa građanina u području političkog djelovanja ili kreiranja aktivnog javnog mnijenja.

Ključne riječi: percepcija; online; mediji; javnost; građanin; Europska unija; NATO; reforma; komunikacija

1. UVOD:

Istraživanje percepcije euroatlantskih integracija u bosanskohercegovačkim online medijima obuhvatilo je uzorak od osam online platformi¹, kako online izdanja tradicionalnih medija tako i samostalnih internet portala sa multimedijalnom distribucijom sadržaja. Cilj ovakvog heterogenog uzorka jeste prikazati adaptaciju tradicionalnih medija savremenim korisnicima medijskih sadržaja upućenim primarno na online izvore, u poređenju sa medijima koji su izvorno nastali kao online producenti medijskih sadržaja, uz kasniju popularizaciju putem društvenih medija.

U uvodu je bitno definisati same masovne medije, odnosno klasificirati online platforme u definisanju distributera medijskih sadržaja. Sintagma „masovni mediji“ upotrijebljena je prvi put 1927. godine, a danas su ove dvije riječi toliko srasle da se na upit za pojam „mediji“ uglavnom dobija odgovor koji podrazumijeva „masovne medije“ (novine, radio, televizija), kao što je slučaj u Etimology Online Dictionary. Kasnije je u komunikološkoj teoriji za definisanje sintagme „masovni mediji“ korišteno niz drugih određenja, koja masovne medije svrstavaju u institucije/organizacije za produkciju i distribuciju medijskih sadržaja. „Masovni mediji su istovremeno komunikacijski oblici/proizvodi, institucije, organizacije i kulturne formacije. Institucije masovnih medija proizvode i distribuiraju simbolička dobra koja su fiksirana za medij i mogu se reproducirati neograničen broj puta; proizvodi i sadržaji masovnih medija namijenjeni su prodaji (komodifikaciji) i dostupni su svim pripadnicima društva“ (Peruško 2011: 15). Zrinka Peruško u definisanju sintagme „masovni mediji“ potencira masovnu produkciju i distribuciju simboličkih proizvoda, koji oslikavaju kulturni, politički i ekonomski identitet društva u kojem mediji djeluju. Isto tako, simbolički sadržaji koji se prenose putem masovnih medija uvijek se vežu za konkretan „medij“, odnosno kanal ili nosioca poruke, te uvijek imaju institucionalizovanu organizaciju procesa proizvodnje. Upravo zbog takve organizacije proizvodnje i distribucije masmedijskih sadržaja internet se ne svrstava u klasične masovne medije.

Istraživanja efekata masmedijskih poruka obuhvataju lingvističke i nelingvističke elemente medijske stvarnosti, odnosno sadržaje koji otvaraju prostor za manipulaciju publikom i usmjeravne pažnje javnosti. Lingvistički elementi definišu okvire u kojima se kreće javni diskurs, a nelingvistički sadržaji pojačavaju uticaj lingvističkih elemenata, upotpunjavaju vizualizaciju realnih događaja predstavljenih u medijskim sadržajima, a u konkretnom slučaju intenziviraju osjećaj pripadnosti publike

¹ Web stranice su praćene u periodu od 5. aprila do 5. maja 2019. godine

kolektivitetima-subjektima, odnosno akterima događaja koji su predmet medijskog izvještavanja. „Za analizu ideološkog diskursa je važan odnos između lingvističkih i nelingvističkih utjecaja, osobito način, kako se jezik u specifičnom društvenom kontekstu upotrebljava kao sredstvo moći i nadzora. Jezik nije samo sredstvo komunikacije ili znanja nego i instrument moći. Dakle, nije bitno samo da govornika razumiju, nego mu moraju i vjerovati, slušati ga i poštivati ga. Ta "moć" jezika je na raspolaganju ideologiji, da s njom manevrira i manipulira“ (Vreg 2007: 175). Upravo s ciljem adekvatnog pristupa analizi ideološkog diskursa, ovaj rad je obuhvatio interpretaciju i lingvističkih i nelingvističkih elemenata medijskih sadržaja.

a) Uzorak online izdanja tradicionalnih medija:

- avaz.ba (Online izdanje dnevnog lista Dnevni avaz)
- oslobođenje.ba (Online izdanje dnevnog lista Oslobođenje)
- nezavisne.com (Online izdanje dnevnog lista Nezavisne novine)
- n1info.com (Online izdanje televizijske stanice N1 BiH)
- balkans.aljazeera.net (Online izdanje televizijske stanice Al Jazeera Balkans)

b) Uzorak samostalnih online portala:

- bljesak.info
- klix.ba
- radiosarajevo.ba

Poštujući specifične ustavno-teritorijalne elemente političkog sistema Bosne i Hercegovine, istraživanje je takođe obuhvatilo heterogen uzorak po pitanju geografskog porijekla i upućenosti na određenu publiku analiziranih medija, imajući u vidu da je bitno uzeti u obzir opredijeljenost medija ovisno o etničkom sastavu publike na području na kojem medij djeluje. Tako je analizirani uzorak obuhvatio medije iz oba bosanskohercegovačka entiteta (Federacija BiH i Republika Srpska), ali i medije unutar Federacije BiH koji su upućeni na publiku različitog etničkog sastava (bljesak.info na većinsku hrvatsku populaciju te Oslobođenje i Avaz na većinsku bošnjačku populaciju). Također, u analiziranom uzorku možemo specificirati medije koji se svrstavaju kategoriju neutralnih, nastojeći privući publiku na cjelokupnom prostoru BiH, s jasnim naglaskom na korporativnom pristupu produkciji medijskih sadržaja zbog osniivačkog porijekla izvan Bosne i Hercegovine (Al Jazeera/Balkans ili N1).

Kao što vidimo iz uvodnih napomena za istraživanje, Bosna i Hercegovina predstavlja specifičan komunikacijski prostor, kako zbog ustavnih odredbi koje direktno

utiču na političku orijentaciju medija, tako i historijskog konteksta tranzicije i reforme unutrašnjeg sistema, koji pred medije (tradicionalne i nove) stavlja posebne zadatke ispunjavanja informativnih i edukativnih obaveza u skladu sa potrebom animiranja javnog mnijenja za uključenje u međunarodne političke procese. Primjereno ovakvom okviru, u istraživanju je provedena i odgovarajuća metodologija fokusirana na zastupljenost određenih tema u sadržajima online medija ali i formu koja se prezentira publici u skladu sa aktuelnim interesovanjem za međunarodne procese i unutrašnje reforme.

2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA:

Pri istraživanju percepcije euroatlantskih integracija u bosanskohercegovačkim online medijima primjenjivana je primarno analiza sadržaja koja je obuhvatila sljedeće varijable objavljenih tekstova:

- *Pozicija teksta*
- *Obim teksta*
- *Multimedijalna opremljenosti teksta*
- *Porijeklo teksta (autorstvo)*
- *Porijeklo (autentičnost) izvora u tekstu*
- *Žanr teksta*
- *Usmjerenost (orijentacija)*
- *Informativnost*

U drugom dijelu istraživanja primijenjena je i kritička analiza diskursa, koja uzima u obzir potencijalne efekte sadržaja na publiku, ovisno o političkoj orijentaciji koju je medij zauzeo, odnosno stavu spram procesa međunarodnih integracija i perspektiva Bosne i Hercegovine u tom procesu.

2.1. Analiza sadržaja

Ovisno o pozicioniranosti objavljenih tekstova evidentirano je kakav značaj u kontekstu ukupnih sadržaja koji se objavljuju na dnevnoj osnovi temama iz domena međunarodnih političkih integracija daju online mediji u Bosni i Hercegovini, posebno u kontekstu dnevnih političkih tema. Tako se pozicija mjerila po četiri osnova:

- a) u glavnom baneru na web stranici
- b) u rubrici najčitanijih tekstova

- c) u pripadajućoj političkoj rubrici
- d) na nekoj drugoj poziciji.

Obim objavljenih sadržaja iz domena euroatlantskih integracija mjereno je po broju paragrafa odnosno zasebnih cjelina u tekstu koji je objavljen na analiziranoj web stranici, a mjerenja su vršena po sljedećim parametrima:

- a) jedan paragraf
- b) dva paragrafa
- c) tri paragrafa
- d) više od tri paragrafa.

Multimedijalna operemljenost sadržaja predstavlja bitan element specifične komunikacije online medija sa konzumentima online sadržaja. Kao što je navedeno u uvodnim razmatranjima, online mediji se prilagođavaju specifičnim očekivanjima publike novih medija, odnosno konzumentima naviknutim na brze, ali istovremeno vizualno dopadljive i sadržajne elemente, koji dizajnom obogaćuju tekst, a mogu ponuditi i više informacija od samoga teksta. U skladu s tim mjereno je prisustvo sljedećih multimedijalnih sadržaja u analiziranim tekstovima:

- a) jedna fotografija
- b) galerija fotografija
- c) autorski video
- d) video preuzet sa drugih platformi
- e) tekst nema multimedijalnih sadržaja.

Porijeklo (autorstvo) je parametar koji ponajviše govori o fizičkom i intelektualnom angažmanu konkretnog medija u procesu obrade aktualnih društvenih pitanja. Ovaj parametar upućuje na raspoložive kadrovske kapacitete unutar samih online medija, odnosno da li mediji raspoložuju osobljem obučanim da sami pristupaju temama iz domena euroatlantskih integracija ili su sadržaji preuzimani sa drugih medija, objavljeni u formi zvaničnih saopćenja domaćih ili stranih institucija. Porijeklo, odnosno autorstvo tekstova, je analizirano po sljedećim parametrima:

- a) autorski tekst novinara
- b) tekst preuzet sa drugih medija
- c) tekst objavljen u formi saopćenja zvaničnih institucija
- d) nije navedeno porijeklo teksta

Autentičnost, odnosno provjerljivost stavova i vjerodostojnosti izvora navedenih u objavljenim sadržajima, predstavlja bitan element opće vjerodostojnosti samih medijskih sadržaja, posebno ako govorimo o temama iz oblasti međunarodne politike. Osim ovog faktora, provjerljivost objektivnosti usko je vezana za broj izvora navedenih u samom tekstu, odnosno da li objavljeni sadržaji predstavljaju samo jednu stranu priče, ili je uključeno više suprotstavljenih mišljenja. Ovaj dio istraživanja je podijeljen u dva segmenta – porijeklo korištenih izvora i broj izvora korištenih u tekstovima:

Porijeklo:

- a) strani izvori
- b) domaći izvori
- c) kombinovani strani i domaći izvori

Broj izvora:

- a) jedan izvor
- b) dva izvora
- c) tri izvora
- d) više od tri izvora

Žanrovsko određenje objavljenih tekstova također spada u varijablu koja bliže određuje profesionalnu osposobljenost medija. Pod pretpostavkom da samo osposobljeni kadrovi mogu istraživanjima složenih političkih tema pristupiti i u uobličiti ih u zahtjevne novinarske forme, to također direktnije određuje i unutrašnju strukturu samih medija, odnosno kadrovsku bazu koja može teme obraditi temeljitije i stilski pristupačnije određenim kategorijama publike. S druge strane, kratke novinarske forme, poput vijesti, uglavnom odgovaraju sadržajima dnevnih informacija za koje nije potrebna specijalizirana osoba ili širi krug istraživača. Žanrovska obilježja tekstova su razvrstana po sljedećim odredbama:

- a) vijest
- b) izvještaj
- c) reportaža
- d) intervju
- e) osvrt
- f) komentar
- g) foto reportaža
- h) video priča
- i) aostalo

2.2. Kritička analiza diskursa

Analiza usmjerenosti (orijentacija) i informativnosti objavljenih tekstova obuhvata drugi dio istraživanja koji se većim dijelom oslanja na primjenu kritičke analize diskursa, odnosno specifikiranje potencijalnih efekata koje medijski sadržaji mogu imati na publiku, što uključuje informativnost samih tekstova, ali i nastojanje da se oblikuje odnos javnog mnijenja spram aktuelnih političkih pitanja. U ovom segmentu istraživanja do izražaja dolazi i politička orijentacija medija, odnosno podrška ili negativan stav prema određenim političkim procesima, ovisno kojoj se publici obraćaju ili koju političku inicijativu preferiraju. Tako je usmjerenost (orijentacija) tekstova spram euroatlantskih integracija kategorisana u tri grupe:

- a) pozitivna
- b) negativna
- c) neutralna,

dok je informativna funkcija tekstova kategorisana u:

- a) tekst nudi samo opće informacije
- b) tekst nudi objašnjenje raspoloživih informacija
- c) tekst nudi perspektivu budućeg razvoja događaja.

Ovisno o odnosu medija spram aktuelnih političkih inicijativa ili stavova, te uloge susjednih zemalja u procesu euroatlantskih integracija, tekstovi su kategorisani po sljedećem osnovu:

- a) tekst je pristrasan po etničkim/entitetskim/stranačkim ulogama
- b) tekst je neutralan po etničkim/entitetskim/stranačkim ulogama
- c) tekst je pristrasan spram uloge susjednih zemalja
- d) tekst je neutralan spram uloge susjednih zemalja

3. HIPOTETIČKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Uzorak istraživanja podijeljen u dvije kategorije – na online izdanja tradicionalnih medija i samostalne online portale. Hipotetički okvir istraživanja se uglavnom oslanja na pretpostavku ispunjavanja funkcije analiziranih medija spram očekivanja publike kojoj se obraća. Hipotetički okvir postavljen za istraživanje također moramo posmatrati i kroz socijalizirajuću funkciju, odnosno mjerenje nivoa aktiviranja publike

u konkretnim društvenim i političkim pitanjima, što u konkretnom slučaju možemo definisati kao integrirajuću funkciju u kontekstu aktuelnih političkih reformi u Bosni i Hercegovini.

Generalna hipoteza glasi:

Online mediji u Bosni i Hercegovini ne nude odgovarajuću analizu položaja Bosne i Hercegovine u procesu euroatlantskih integracija, koja bi educirala građane i integrisala ukupno javno mnijenje po pitanju pristupanja Bosne i Hercegovine međunarodnim političkim savezima.

Iz generalne hipoteze je izvedeno i nekoliko pomoćnih hipoteza:

1. Online mediji u Bosni i Hercegovini ne raspolažu obrazovanim kadrom za produkciju informacija iz domena međunarodne politike.
2. Online mediji u Bosni i Hercegovini su primarno oslonjeni na distribuciju sadržaja objavljenih u drugim medijima.
3. Online mediji u Bosni i Hercegovini zanemaruju opće medijske funkcije, primarno edukativnu i socijalizirajuću.
4. Online mediji u Bosni i Hercegovini multimedijalne sadržaje koriste primarno u svrhu privlačenja pažnje publike, a ne u svrhu objektivizacije već dostupnih informacija.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

1. *Avaz.ba*

U online izdanju Dnevnog avaza u periodu tokom kojeg su praćeni medijski sadržaji objavljena su ukupno četiri teksta vezana za euroatlantske integracije. Ovako nizak udio tema vezanih za pristupanje Bosne i Hercegovine Europskoj uniji i NATO se može objasniti činjenicom da je tradicionalno izdanje Dnevnog avaza još uvijek najtiražniji printani medij u Bosni i Hercegovini, te da su većina analitičkih testova vezanih za političke procese još uvijek rezervisani za štampano izdanje, posebno ako govorimo o tekstovima stalnih saradnika i političkih komentatora, odnosno uvodničara.

S druge strane, bitan faktor koji definiše odnos ovog medija spram aktuelnih političkih pitanja u Bosni i Hercegovini jeste činjenica da je medij usko vezan za političku partiju kojom predsjeda osnivač i njegov doskorašnji nominalni vlasnik Fahrudin Radončić (Savez za bolju budućnost BiH), te da je u periodu tokom kojeg

su praćeni medijski sadržaji Dnevni avaz znatno više pažnje posvetio formiranju vlasti u Bosni i Hercegovini nakon općih izbora, odnosno pozicioniranju Saveza za bolju budućnost u međustranačkim pregovorima. Potvrda tome je i odluka Saveza za bolju budućnost da bude dio parlamentarne većine na državnom i entitetskom nivou, koja je zvanično donesena sredinom maja 2019.

Svi tekstovi iz domena euroatlantskih integracija su pozicionirani u pripadajućoj političkoj rubrici i opremljeni su po jednom fotografijom. Tri teksta su obima većeg od tri paragrafa, dok je jedan tekst sadrži dva paragrafa. Dva teksta su preuzeta sa drugih medija, dok su druga dva teksta autorski rad novinara Dnevnog avaza.

Što se tiče izvora korištenih u tekstovima, u jednom tekstu je korišten strani izvor, u dva teksta domaći, dok je u jednom tekstu prisutna kombinacija stranih i domaćih izvora. U tri teksta je korišten samo jedan izvor, a u jednom tekstu su korištena tri izvora. Kada je riječ o žanrovskom određenju tekstova, u jednom slučaju je tekst objavljen u formi vijesti, u dva slučaja u formi izvještaja, dok je jedan tekst objavljen u formi intervjuja.

Vezano za odnos tekstova spram euroatlantskih integracija, u jednom tekstu je zabilježena neutralna a u tri teksta pozitivna orijentacija spram pristupanja Europskoj uniji i NATO. U pogledu informativnosti jedan tekst nudi samo opće informacije, dva teksta nude objašnjenje općih informacija, dok su u dva teksta ponuđene i moguće perspektive daljeg razvoja događaja. Što se tiče pristrasnosti tekstova spram političkih uloga aktera u priči, u svim slučajevima je evidentiran neutralan stav spram stranačkih i etničkih uloga, ili uticaja susjednih zemalja u procesu euroatlantskih integracija.

2. Oslobođenje

U online izdanju dnevnog lista Oslobođenje je tokom analiziranog perioda objavljeno šest tekstova iz oblasti euroatlantskih integracija. Od ukupnog broja objavljenih tekstova trećina je pozicionirana u pripadajućoj političkoj rubrici, dok su dvije trećine tekstova locirane u rubrici najčitanijih tekstova, što se može tretirati kao indikacija interesovanja publike za temu europskih integracija. Što se tiče obima, svi članci su objavljeni u više od tri paragrafa a to upućuje na značajniji prostor koji ovaj medij ustupa temama vezanim za euroatlantske integracije. U pogledu multimedijalne opremljenosti, pet tekstova je ilustrirano po jednom fotografijom, dok jedan tekst prati galerija fotografija.

Kada govorimo o porijeklu tekstova, četiri teksta su autorski rad novinara Oslobođenja, jedan tekst je preuzet sa drugog medija, dok je jedan tekst preveden sa

engleskog jezika (izvor je strani medij). Porijeklo izvora koji su korišteni u tekstovima je sljedeće: u dva teksta su korišteni domaći izvori, u jednom tekstu je korišten strani izvor, dok su u tri teksta kombinovano korišteni strani i domaći izvori. U dva teksta je korišten jedan izvor informacija, u dva teksta su korištena dva izvora, dok se po jednom pojavljuju tekstovi u kojima su korištena tri ili više od tri izvora.

Žanrovsko određenje objavljenih tekstova je sljedeće: četiri objavljena teksta su u formi izvještaja, dok se po jednom pojavljuju tekstovi u formi vijesti i intervjua. Kada je u pitanju odnos tekstova spram euroatlantskih integracija, u četiri slučaja je riječ o pozitivnom dok je u dva slučaja negativan. S druge strane, kada je u pitanju informativna funkcija tekstova, u pet od ukupno šest riječ je o sadržajima koji nude samo opće informacije o euroatlantskim integracijama, dok u samo jednom slučaju tekst nudi i objašnjenje raspoloživih informacija. Vezano za stranačku ili političku orijentaciju tekstova u pet slučajeva bili su neutralni po pitanju analiziranih elemenata (etničke, stranačke ili entitetske uloge), dok je u samo jednom slučaju evidentirana pristrasnost.

3. Nezavisne novine

Na online izdanju Nezavisnih novina iz Banje Luke (Republika Srpska) objavljeno je ukupno 80 tekstova vezanih za euroatlantske integracije, odnosno više nego na bilo kojem drugom online mediju tokom analiziranog perioda. Ova činjenica se može objasniti time da su Nezavisne novine najuticajniji dnevni list na području entiteta Republika Srpska, gdje je aktuelna vlast negativno orijentisana prema pristupanju Bosne i Hercegovine NATO-u. Uzimajući ovo u obzir, zaključak je tema euroatlantskih integracija izuzetno zanimljiva za čitaoce Nezavisnih novina, s obzirom da direktno upućuje na aktuelne odnose između političkih subjekata u Federaciji BiH i Republici Srpskoj.

Što se tiče pozicioniranosti tekstova iz oblasti euroatlantskih integracija na online izdanju Nezavisnih novina, polovina ih je u glavnom baneru ili u rubrici najčitanijih tekstova, dok je druga polovina smještena na drugim pozicijama na web stranici. Po obimu su preovladavali tekstovi duži od tri paragrafa, njih ukupno 63, dok je 17 tekstova bilo obima od dva ili tri paragrafa. Ovo upućuje također na činjenicu da Nezavisne novine poklanjaju znatnu pažnju oblasti međunarodnih integracija, te da su uglavnom objavljene forme koje nude više od općih informacija. S druge strane, što se tiče multimedijalne opremljenosti, u svim analiziranim člancima je zabilježena samo po jedna fotografija.

Nezavisne prednjače i brojem autorskih ekstova, sa 29 od ukupno 80, što upućuje na činjenicu da raspolažu kadrovima osposobljenim da se direktno bave temama iz oblasti međunarodne politike. 38 tekstova je preuzeto sa drugih portala, dok za 12 tekstova nije navedeno porijeklo ili je riječ o zvaničnim saopćenjima institucija. Nezavisne novine su prednost dale domaćim izvorima u tekstu, odnosno u 57 tekstova od ukupno 80, dok je u 27 slučajeva riječ o stranim izvorima ili o kombinaciji domaćih i stranih izvora. Međutim, kada je riječ o broju korištenih izvora, u najvećem broju slučajeva je korišten samo jedan izvor, odnosno u 50 primjera, u 15 slučajeva su korištena dva izvora, dok je samo u 15 slučajeva korišteno tri ili više od tri izvora.

Kada je u pitanju žanrovsko određenje tekstova, Nezavisne novine su se tokom istraživanog perioda uglavnom bazirale na osnovne novinarske forme, te je tako evidentirano 45 tekstova u formi vijesti, 33 primjera izvještaja, te dva slučaja u kojima je tekst objavljen u formi reportaže. Orijehtacija Nezavisnih novina spram euroatlantskih integracija je u 23 slučaja pozitivna, u 18 slučajeva negativna, te u 39 slučajeva neutralna. Kada je riječ o informativnoj funkciji tekstova, u skoro polovini primjera (39) riječ je o tekstovima koji donose samo opće informacije, 29 nudi objašnjenje raspoloživih informacija, dok u samo 12 slučajeva tekstovi daju perspektivu budućeg razvoja događaja.

Kada je riječ o političkoj, odnosno stranačkoj orijentaciji tekstova, u 20 slučajeva uočena je pristrasnost po etničkim/entitetskim/stranačkim ulogama u objavljenim pričama, dok svih ostalih primjera ima neutralnu orijentaciju spram političkih uloga ili uloga susjednih zemalja u euroatlantskim integracijama.

4. *Klix.ba*

U jednom od najčitanijih informativnih portala u Bosni i Hercegovini klix.ba su u analiziranom periodu zabilježena tek tri teksta vezana za euroatlantske integracije, što je posebno zanimljivo ako imamo u vidu da ovaj portal ima i posebnu podrubriku u informativnim sadržajima pod nazivom EU integracije. Od ukupno tri teksta samo je jedan pozicioniran u glavnom baneru, dok su ostala dva u pripadajućoj rubrici, ali kada je riječ o obimu tekstova, kod sva tri teksta je riječ o sadržajima sa više od tri paragrafa. Što se tiče multimedijalne opremljenosti, dva teksta sadrže samo jednu fotografiju, dok je u jednom tekstu postavljena galerija fotografija.

Kada govorimo o porijeklu tekstova, samo jedan tekst je autorski rad novinara, dok za dva teksta nije navedeno porijeklo, odnosno izvor sa kojeg su preuzeti. Porijeklo izvora korištenih u tekstovima je ravnomjerno raspoređeno po principu da

je u jednom tekstu korišten samo domaći izvor, u jednom strani, dok je u jednom slučaju posrijedi kombinacija domaćih i stranih izvora. Međutim, u dva slučaja je korišten samo jedan izvor, dok su u samo jednom tekstu korištena dva izvora.

Po pitanju žanrovske pripadnosti tekstova klix.ba radi se isključivo o vijesti kao novinarskom žanru, a kada je riječ o odnosu tekstova spram euroatlantskih integracija, po jednom su zabilježene pozitivna, negativna i neutralna orijentacija. U jednom tekstu je informativna funkcija svedena samo na opće informacije, dok je u dva primjera zabilježeno da tekst nudi objašnjenje raspoloživih informacija. U pogledu stranačke/političke orijentacije u dva slučaja je zabilježena pristrasnost etničkih, entitetskih ili stranačkih uloga u priči, dok je u jednom tekstu zabilježen i pristrasan odnos spram uloge susjednih zemalja.

5. *Bljesak.info*

Na internet portalu bljesak.info, koji je, kako smo ranije naveli, jedini medij u analizi s prostora sa većinskim hrvatskim stanovništvom, u toku analiziranog perioda je objavljeno ukupno 11 tekstova na temu euroatlantskih integracija i svi su pozicionirani na glavnom baneru. Dva objavljena teksta su obima od tri paragrafa, dok je devet obima većeg od tri paragrafa.

Kada je u pitanju multimedijalna opremljenost tekstova, svi tekstovi imaju samo po jednu fotografiju, dok je porijeklo tekstova uglavnom iz drugih medija (u 10 slučajeva), a u jednom nije navedeno porijeklo. Korišteni izvori su uglavnom domaći i to u sedam slučajeva, dok su u četiri teksta korišteni isključivo strani izvori. U sedam primjera je korišten samo jedan izvor, u po jednom su korištena dva ili tri izvora, dok je u dva teksta korišteno više od tri izvora. U četiri slučaja tekstovi su bili u formi vijesti, u po dva slučaja u formi osvrtu ili reportaže, dok su u tri slučaja objavljeni tekstovi bili u formi izvještaja.

Kada je u pitanju odnos tekstova spram euroatlantskih integracija, u šest je zabilježena pozitivna orijentacija, u četiri neutralna, dok je u samo jednom primjeru zabilježena negativna orijentacija. Informativne funkcije tekstova su uglavnom bile bazirane na općim informacijama, i to u šest slučajeva, u četiri su objašnjene osnovne informacije, dok u samo jednom slučaju tekst nudi perspektive budućeg razvoja događaja. Kada je su pitanju etničke, entitetske ili stranačke uloge te uticaji susjednih zemalja, u 10 primjera je zabilježena neutralna orijentacija, dok je samo u jednom zabilježena pristrasnost.

6. Radiosarajevo.ba

Na portalu radiosarajevo.ba je u analiziranom periodu objavljeno ukupno šest tekstova na temu euroatlantskih integracija, od kojih nijedan nije pozicioniran niti na glavnom baneru, niti u rubrici najčitanijih vijesti. Svi tekstovi se nalaze uglavnom u općoj informativnoj rubrici. Svi tekstovi su obima većeg od tri paragrafa.

Što se tiče multimedijalne opremljenosti tekstova, u pet je evidentirana samo jedna fotografija, dok se u jednom primjeru pojavljuje galerija fotografija. U dva slučaja nije naveden izvor sa kojeg je tekst preuzet, u tri slučaja se kao izvor navodi novinska agencija, dok je samo u jednom slučaju riječ o autorskom tekstu. Izvori korišteni u tekstovima su uglavnom domaćeg porijekla i to u četiri slučaja, dok je u dva teksta korištena kombinacija domaćih i stranih izvora. U tri teksta je korišten samo jedan izvor informacija, u dva su korištena dva izvora, dok je u samoj jednom primjeru zabilježeno korištenje više od tri izvora. U tri teksta je upotrijebljena žanrovska forma bila vijest, dva teksta su prezentirana u formi izvještaja, dok se samo jednom sadržaj pojavljuje u formi intervjua. Orijentacija medija spram euroatlantskih integracija je u tri primjera bila pozitivna, u dva neutralna, a u samo jednom je izražen negativan odnos. U pogledu informativne funkcije tekstova, u pet slučajeva je zabilježena samo prezentacija osnovnih informacija, dok samo jedan tekst nudi moguću perspektivu daljeg razvoja događaja.

Ono što je zanimljivost vezana za političku orijentaciju tekstova objavljenih na portalu radiosarajevo.ba jeste da su u polovini slučajeva bili pristrasni po pitanju, etničke, entitetske ili stranačke orijentacije aktera u tekstovima, dok su u drugoj polovini primjera izraženi neutralni stavovi.

7. AlJazeera Balkans

Na online izdanju televizijske stanice AlJazeera objavljena su ukupno tri teksta vezana za euroatlantske integracije, od kojih su sva tri pozicionirana u pripadajućoj političkoj rubrici i svi su obima većeg od tri paragrafa. Svi su sadržavali samo po jednu fotografiju. Kada je riječ o porijeklu tekstova, AlJazeera prednjači po učešću autorskih tekstova (dva teksta, ili 66,6%), dok je samo jedan tekst objavljen kao zvanično saopćenje institucije. U jednom primjeru su korišteni domaći izvori, u jednom strani, dok je u jednom tekstu napravljena kombinacija domaćih i stranih izvora. Zabilježen je po jedan primjer tekstova u kojima je korišten jedan, dva ili tri izvora.

U žanrovskom smislu, dva teksta pripadaju formi izvještaja, dok je jedan tekst objavljen u formi intervjua. Odnos tekstova spram euroatlantskih integracija je u sva tri slučaja pozitivan. AlJazeera također prednjači i u informativnoj funkciji objavljenih tekstova, budući da dva teksta donose objašnjenje raspoloživih informacija (66,6 procenata), dok jedan tekst nudi i perspektivu dajeg razvoja događaja. Međutim, tekstovi sadrže izraženu političku pristrasnost. U jednom slučaju je ona izražena po pitanju uticaja susjednih zemalja, dok su u dva slučaja ona veže za etničke, entitetske ili stranačke uloge aktera u priči.

8. N1info.com

Na internet izdanju televizijske stanice N1 (BiH) u analiziranom periodu je objavljeno ukupno 11 tekstova na temu euroatlantskih integracija, od kojih je sedam pozicionirano na glavnom baneru, po dva u rubrici najčitanijih tekstova ili pripadajućoj političkoj rubrici. Zabilježen je po jedan slučaj obima teksta od dva, odnosno tri paragrafa, dok su u devet slučajeva tekstovi duži od tri paragrafa. N1 je jedini analizirani medij koji je uz tekst objavio autorske video materijale (u dva slučaja), dok su u devet slučajeva tekstovi bili opremljeni isključivo fotografijom. Četiri teksta su autorski rad novinara, šest tekstova je preuzeto sa drugih portala, dok je jedan tekst saopćenje zvaničnih institucija. U jednom su korišteni strani izvori, u osam domaći izvori, dok je u dva korištena kombinacija domaćih i stranih izvora. U osam tekstova imamo samo jedan izvor, dok su u tri teksta korištena dva izvora.

Po žanrovskoj pripadnosti sadržaja četiri teksta spadaju u formu vijesti, četiri su izvještaji, dok su tri teksta objavljena u formi intervjua. Odnos tekstova spram euroatlantskih integracija je uglavnom pozitivan (u osam slučajeva), u dva slučaja negativan te u jednom neutralan. Kada govorimo o informativnoj funkciji tekstova, u tri primjera tekstovi nude samo opće informacije, dva teksta daju objašnjenje raspoloživih informacija, dok šest tekstova donosi moguću perspektivu daljeg razvoja događaja. Dva teksta su pristrasna po pitanju etničkih, entitetskih ili stranačkih uloga u priči, dok je u devet primjera zabilježen neutralan odnos.

ZAKLJUČAK:

U skladu sa rezultatima istraživanja koje je rađeno prema utvrđenim parametrima za analizu medijskih sadržaja i potencijalnih informativnih efekata na publiku u Bosni i Hercegovini, možemo izvesti nekoliko ključnih zaključaka koji se tiču uloge online

medija u procesu edukacije građana i kreiranja javnog mnijenja po pitanju pozicije Bosne i Hercegovine u procesu euroatlantskih integracija. Efekte online komuniciranja unutar procesa oblikovanja savremenog bosanskohercegovačkog javnog mnijenja moramo posmatrati u kontekstu aktuelnih ekonomskih i političkih promjena kroz koje Bosna i Hercegovina prolazi, a koje su posljedica promjene političkog sistema na kraju dvadesetog stoljeća i demokratizacije ukupnih društvenih odnosa. Takođe, bitno je ukazati na novu paradigmu komunikacije koja podrazumijeva i promjenu klasičnih odnosa između producenata i konzumenata vijesti. „Novi mediji i nove informacione tehnologije multiplicirale su važnost informacije, brzinu njenog prenošenja, dostupnost svim zainteresiranim, mogućnost učestvovanja u njenom kreiranju sa različitih mjesta i pozicija, njenu veću provjerljivost, a time i vjerodostojnost“ (Osmančević 2003: 9). Naši zaključci stoga nužno proizlaze iz trenda porasta publike online medija, koja je sve više okrenuta internet platformama, kako u formi zvaničnih web stranica, tako i sadržajima distribuiranim putem društvenih medija. Publika opremljena savremenim tehnologijama u poziciji je da kontinuirano provjerava informacije, upoređuje ih sa onim dostupnim u tradicionalnim medijima, ali i da propituje ličnu poziciju u političkim procesima i sistemskim reformama.

Iz dobijenih rezultata provedenog istraživanja možemo izvesti sljedeće zaključke:

Online mediji u Bosni i Hercegovini oslonjeni su uglavnom na opće informacije o međunarodnim političkim procesima, koje su bazirane na zvaničnim sadržajima distribuiranim iz domaćih i međunarodnih političkih institucija, ili od strane političkih subjekata koji učestvuju u političkim procesima u Bosni i Hercegovini.

Distribuirane informacije na online medijima uglavnom ne nude prostor za edukaciju građanina kao učesnika političkih procesa i nedovoljno se upuštaju u tumačenje potencijalnih budućih događaja koji se direktno tiču reforme ekonomskog i političkog sistema. Pod uticajem aktuelnih unutrašnjopolitičkih konjunktura odnosno pozicija vladajućih stranaka, mediji uglavnom zauzimaju neutralan stav spram evropskih integracija, ili ostaju nedorečeni u tumačenju uloge određenih političkih subjekata u reformi političkog ili ekonomskog sistema.

Online mediji u Bosni i Hercegovini ne raspolažu adekvatnim kadrovskim resursima da bi se na dnevnoj bazi bavili isključivo pitanjima/temama iz domena euroatlantskih integracija ili interpretacijom aktuelnih političkih procesa koji se direktno ili indirektno tiču pozicije Bosne i Hercegovine u međunarodnim okvirima.

Uredničku profilaciju on line medija u BiH generalno karakterizira dominacija informativne u odnosu na edukativnu funkciju. S obzirom na važnost i složenost

fenomena euroatlanskih integracija BiH, neophodno je publicirati više edukativnih sadržaja o značaju, historijatu, važnosti, standardima i kriterijima za pristupanje, kao i ocjenama dosadašnjih aktivnosti u tom procesu.

Kada je riječ o uređivačkoj profiliranosti on line medija, karakteristično je podilaženje publici kroz publiciranje tekstova za koje postoji veća zainteresiranost u kontekstu dnevno-političkih zbivanja, ali je zanemarena potreba publike za informacijama koje su strateške i doprinose boljoj orijentaciji i donošenju odluka. Zapravo, malo je tematskih tekstova, analiza, intervjuja sa ekspertima, odnosno edukativnih sadržaja o EU i NATO, te reformama koje je potrebno provesti kako bi se dobio kandidatski status i otpočeli pristupni pregovori.

On line mediji u Bosni i Hercegovini nedovoljno koriste postojeće medijske servise, izvještaje specijaliziranih novinara i eksperata iz sjedišta europskih institucija.

Tema euroatlanskih integracija, aktivnosti koje se u BiH provode u cilju pridruživanja, kao i stavovi i aktivitet građana s tim u vezi, slabo je prisutna u online medijskom diskursu.

Potpuno je izostala percepcija građana kao aktivnih subjekata politike. Njihov glas se slabo čuje, njihovi stavovi su zanemareni, kao da se proces euroatlanskih integracija njih uopće ne tiče. A zapravo bi promišljanja građana, njihovi stavovi i opredjeljenost prema euroatlanskim integracijama trebali biti najvažniji motivirajući faktor za aktivizam, odnosno razvoj svjesne i aktivne javnosti u Bosni i Hercegovini.

Evidentna je potreba za specijalizacijom novinara i urednika o temama euroatlanskih integracija, odnosno njihova edukacija, kako bi u svom novinarskom i uredničkom radu mogli adekvatno pratiti proces pridruživanja Bosne i Hercegovine Europskoj uniji i NATO, odnosno kako bi korisnicima online medija mogli prezentirati relevantne medijske sadržaje s tim u vezi, a posebno originalne autorske sadržaje, koji su za sada iznimno rijetki.

U konačnici bitno je konstatovati da opća objektivnost ili čak izražena subjektivnost pri distribuciji pojedinih informacija ovisi uglavnom o ukupnom odnosu aktuelnih političkih aktera u Bosni i Hercegovini, što se direktno reflektuje na dostupnost informacija od javnog interesa, ili informacija koje imaju za cilj edukaciju političke javnosti. Neki teoretičari izostanak objektivnosti u produkciji savremenih medijskih sadržaja često pripisuju generalnom stadiju razvoja demokratskih odnosa, odnosno općem konsenzusu o zajedničkim političkim interesima. „Nedostatak objektivnosti odnosno nemogućnost spoznaje istine i primjerenog informiranja o njoj, može se, zbog nepreciznosti pojma objektivnosti, prigovoriti svakom masovnom mediju. Odluka o tome kad se neko izvještavanje smatra objektivnim odnosno ne

više objektivnim, često je rezultat političkih pregovora“ (Knuczik, Zipfel 2006: 151).

Online medije neizostavno moramo posmatrati u kontekstu tehničkih pretpostavki za brzo i usmjereno pristupanje određenim informativnim sadržajima, što u znatnoj mjeri ubrzava proces informisanja građanina i njegovu sposobnost uključivanja u aktuelne političke odnose. Imajući u vidu tranziciju medijskog tržišta, potpunu liberalizaciju vlasničkih odnosa i aktuelno političko uređenje u Bosni i Hercegovini sigurno je da se fokus budućih komunikoloških istraživanja mora doći pitanje regulacije, samoregulacije i transparentnosti rada online medija, koji definitivno kreiraju većinsku komunikacijsku kulturu, definišu okvire političke kulture i uključenosti građanina u aktuelne političke procese. „Online mediji svojom rastućom ulogom u društvu igraju ulogu agenasa političke socijalizacije tako što javnost prateći online medije uči o političkim sistemima, razvija svoje stavove i mišljenja, te na kraju poduzima određene korake po pitanju političke aktivnosti. Sama činjenica da se kroz online medije odvija politička komunikacija, radi se i o procesu političke socijalizacije gdje oni u ovom smislu predstavljaju kanale političke komunikacije“ (Bukovica 2020).

Međutim, suštinsko pitanje je da li se obilježja masovnih medija, koja dovode u pitanje opstanak načela objektivnosti, mogu primijeniti na online medije kao nosioce i kreatore nove političke javnosti te da li je u virtuelnom prostoru uopće moguće ostvariti ideal informisanog građanina, aktivnog učesnika domaćih i međunarodnih političkih procesa i integracija.

LITERATURA:

1. Osmančević, Enes (2003), *Internet, tradicionalna i virtualna javnost*, Magistrat, Sarajevo
2. Kunczik, Michael, Astrid Zipfel (2006), *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zaklada Friedrich Ebert, Zagreb
3. Peruško, Zrinjka (ur.) (2011), *Uvod u medije*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb
4. Vreg, France (2007), "Medijske teorije i stvarnost", *Informatologia*, Vol. 40., No. 3., 173-179.
5. Bukovica, Ema (2015), Utjecaj online medija na politički aktivizam; Izvor: <https://www.ebbecomms.com/blog/utjecaj-online-medija-na-ljudsku-svijest-i-politicki-aktivizam-graana>, (pristup ostvaren 22. 10. 2020.)

PERCEPTION OF EURO-ATLANTIC INTEGRATION IN BOSNIAN ONLINE MEDIA

Summary:

The application of modern technologies, with the multimedia distribution of media content through the online platform, in the context of the Bosnia and Herzegovina path of accession to the European Union and NATO, inevitably explores the role of modern media in the political education of citizens as active participants in politics. Bearing in mind the increasing number of Internet users in Bosnia and Herzegovina, as well as the audience's primary orientation towards online media distribution platforms, this paper deals with the perception of Euro-Atlantic integrations in online media in Bosnia and Herzegovina. It is an analysis of the sources and forms used for informing citizens on the political processes that represent the future political path of Bosnia and Herzegovina. The focus of this paper is primarily the total number of published content about Euro-Atlantic integrations in online media, intending to discuss the period of the internal crisis of the political system at the time of the survey (April/May 2019), and that in the same period there was not formed government after the last general elections, which significantly redefines or aggravates the position of Bosnia and Herzegovina to implement the reforms necessary for joining the European Union and NATO. Conclusion of the research, bearing in mind the results and international treatment of Bosnia and Herzegovina as a country in transition is a limited communication framework of online media, which on the one hand, sees a citizen as a user of information, but does not intervene in the process of political education or orientation of citizens in the field of political action or creating active public opinion.

Keywords: perception; online; media; public; citizen; European Union; NATO; reform; communication

Adresa autora

Author's address

Enes Osmančević
Mirza Mehmedović
Univerziteta u Tuzli
Filozofski fakultet
enes.osmancevic@yahoo.com
mirza.mehmedovic@fulbrightmail.org