

Orginalni naučni rad

UDK 316.32:007]:659.011.1(497.6)

DOI br. 10.7251/SVR1205078Z

INFORMACIONO DRUŠTVO I MEDIJI U BOSNI I HERCEGOVINI

Doc. dr Ljubomir Zuber¹Aleksandra Lazić²

Filozofski fakultet Pale

Apstrakt: Digitalna podjela, kako nazivamo razdor između informacijski bogatih i siromašnih, rezultat je kašnjenja industrijalizacije i modernizacije u tranzicijskim zemljama. Sadašnje društvo nije nužno i savremeno, već to isključivo zavisi od stepena njihovog razvoja. Digitalizacijom je olakšana komunikacija među ljudima, pristup znanju i informacijama i njihova selekcija, ali je istovremeno i obezbijeđen prostor i mogućnosti za kontrolisanjem omasovljene javnosti. Novinarstvo dobija novu dimenziju. Potencirajući na kvantitetu i brzini informacija, gubi se na kvalitetu primljenih poruka.

Ključne riječi: *informaciono društvo, Internet, mediji, digitalizacija, novinarstvo*

UVOD

Digitalna revolucija nastupila je izumom mikroprocesora, 70-ih godina XX vijeka, a vrhunac je dostigla 90-ih godina proteklog vijeka, smiještanjem Interneta u privatnu sferu. Informacijska i komunikacijska tehnologija obuhvatila je računare i opremu za komunikacije, i s tim povezane usluge, a bavi se proučavanjem informacijskog doba. Ove dvije revolucije su se odvijale paralelno, tako što istovremeno, analogni uređaji postepeno prolaze kroz proces digitalizacije, a vrši se povezivanje različitih usluga u jedinstvenu digitalnu mrežu (telefonija, televizija, Internet...).

Sam koncept informacionog društva razvio se iz odnosa tehnologije i društva, odnosi se na period od postindustrijskog društva³ pa sve do danas, i predviđa se da će u budućnosti tempo razvoja istog biti

¹ Filozofski fakultet Pale, ljubomirzuber@yahoo.com

² Student master studija, Filozofski fakultet Pale, alex.lazic.gama@gmail.com

³ M. Mučibabić: Postindustrijsko društvo je novi tip najrazvijenijih društava, koje po mišljenju nekih teoretičara društva, nastaje zahvaljujući novoj tehničko-tehnološkoj revoluciji, jer ona fundamentalna naučna saznanja čini ključnim činiocem društvenog razvoja. str. 175.

nezaustavljiv. Od ranih 60-ih godina proteklog vijeka društvo je prošlo kroz tri faze svog razvoja, od tehnološkog, preko društva znanja, pa sve do informacionog društva. Postindustrijsko društvo zasnovano je i realizovano na ideji intelektualne tehnologije, a informacija i znanje glavne su karakteristike ovog društva.

Digitalna revolucija je eliminisala sve tehnološke prepreke koje su odvajale medije od telekomunikacija, a oboje od kompjuterske i informatičke industrije. Dakle, informaciono društvo je termin kojim istraživači medija definišu buduća „društva koja su postala zavisna od kompleksnih, elektronskih, informacionih i komunikacionih mreža koje najveći dio svojih resursa usmjeravaju na informacione i komunikacione aktivnosti“ (citirano prema V. Melodi).⁴

Iako globalizacija podrazumijeva brisanje granica i nesmetan protok robe, kapitala, informacija i usluga, nemaju svi u svijetu jednake mogućnosti pristupa Internetu i informacijskoj tehnologiji. Teorija umreženog društva zasnovana je na porastu kapaciteta procesuiranja informacija i komunikacije, a nove tehnologije imaju sposobnost samoproširivanja i inovacija. Upotreba Interneta i informacijske i komunikacijske tehnologije prodiru u sve sfere života: od globalne politike i ekonomije, pa do svakodnevnih interakcije među pojedincima. Internet omogućuje nove oblike komunikacije, poslovanja i učenja. Osim toga, pogodan je za inovacije, a u svojim temeljima je i demokratičan, jer svako može biti autor sadržaja. Integracija i integritet medija, fleksibilna interakcija, transakcije, te uređivanje i kreiranje alata i video-tonskih zapisa, karakteristike su digitalne tehnologije.

Prednost Interneta je u njegovoj dostupnosti, što je odigralo važnu ulogu u životu svakog pojedinca. Tako se može reći da je socijalizacija bitna društvena karakteristika Interneta, što potvrđuju i svakodnevnih razmjene medijskih poruka i informacija. Upravo u ovome se i krije zamjerka Internetu, koji mnogi tumače kao nedostatak, a to je, da realna socijalizacija ustupa mjesto virtualnoj.

Ekspanzijom elektronskih medija vrši se uticaj na stvaranje „medijskih imidža“ i tako se formiraju novi socijalni identiteti u društvu, a kultura i ekonomija se spajaju u jedinstvenu sferu. Tehnološkim razvojem stvorene su nove mogućnosti savremene komunikacije, unaprijeđena je virtualna interakcija među ljudima, što je pojednostavilo dostupnost informacijama, ali istovremeno i stalnu potrebu za novim. Informacija je postala važan resurs. Problem današnjice je velika količina informacija, što za posljedicu ima nesigurnost i dezorijentisanost zbog fenomena „viška informacija“. Tako, mnoštvo „informacija“ dovodi do dezinformacija, otežanog procesa komuniciranja i porast vjerovatnoće u donošenju pogrešnih odluka. „Višak informacija“ je sofisticirana manipulativna tehnika koju koriste mediji za prikriivanje odsustva bitnih informacija,

⁴ Citirano u: Dušan Đurić, *Novinarski leksikon*, YU Marketing Press: Novosti, Beograd, 2003, str. 150.

homogenizujući raznovrsno društveno tijelo u pasivnu potrošačku masu. Žan Bodrijar objašnjava da umnožavanje informacija poništava značenje i vodi do kolapsa, jer neutrališe sav sadržaj. Tako se gubi realna razlika između medija i stvarnosti, i umjesto prezasićenosti inovacijama imamo totalnu entropiju. Brzina protoka informacija dala je novu dimenziju društvu, ali su i apatija, nezainteresovanost i apstinencija, društvena stvarnost informacijskog doba.

BH INFORMACIONO DRUŠTVO

Bosna i Hercegovina kao zemlja u tranziciji, prolazi kroz političke i ekonomske reforme. Da bi se približila evropskim standardima, od nje se očekuje da pruži podršku i da kontinuirano radi na razvoju informacionog društva. Primjenom informaciono-komunikacionih tehnologija stvara se mogućnost da usluge građanima budu brže, jeftinije i pristupačnije. Na taj način, tehnološki razvoj provocira potrebe korisnika za što većim brojem informacija, koje se tretiraju kao osnovni resurs za dalje poslovanje i odlučivanje u svim segmentima društvenih odnosa i procesa. Tako je Bosna i Hercegovina 2002. godine u Beogradu, kao članica Inicijative za elektronsku jugoistočnu Evropu, potpisala „eSEE Agendu za razvoj informacionog društva“, i dogovoreno je da države potpisnice usvoje politiku i strategiju razvoja informacionog društva. Potrebno je da strategija razvoja bude omogućena kroz prioritetnu oblast Jedinostveni SEE informacioni prostor i da se uspostavi javna i sigurna infrastruktura neophodna za poslovanje. Nažalost, Bosna i Hercegovina se ne može pohvaliti progresom informacionog društva, i zaostaje za zemljama u regionu, naročito za Evropom. Da bi se u potpunosti razvilo, informaciono društvo treba da ima podršku države, naročito zbog finansijskog problema. Država treba da ulaže u tehnologiju, i da bude duh motornog razvoja svijesti društva o mogućnostima koje pruža informaciono društvo, kao i o tome koliko su na taj način pojednostavljene interakcije među raznim društvenim segmentima. Takođe, na stanje razvoja informacionog društva u Bosni i Hercegovini, utiču i kulturne i tradicionalne vrijednosti. Istovremeno, pod uticajem spoljašnjih faktora, usvajaju se i vrijednosti globalnog trenda, a to su: masovna kultura, konzumerizam i kosmopolitski stil života.

Treba imati na umu da se informacione tehnologije mogu zloupotrijebiti, i da se s društvenih interesa skrene pažnja na interese pojedinaca ili grupa, koje bi u tom slučaju imale moć i mogućnost kontinuiranog manipulisanja.

Razvoj Interneta i digitalne tehnologije, uticali su na društvene odnose i vrijednosti u postmodernizmu. Nove tehnologije pružile su i nove mogućnosti učenja, prodaju/kupovinu proizvoda, ideja i usluga, kao i pristup informacijama i zadovoljenje emocionalnih i psiholoških potreba. Društveni odnosi su dobili novu dimenziju – virtuelnu, koja je umnogome doprinijela otuđenju pojedinaca, i istovremeno podstakla ovisnost o novim tehnologijama koje su naša stvarnost.

U telekomunikacijama, privatizacija i deregulacija, i istovremeni pad uticaja javnog servisa najznačajniji su procesi, kako u Bosni i Hercegovini, tako i u ostalim zemljama u tranziciji. Kompletan javni sektor telekomunikacija je u središtu privatizacije, a u cijelom svijetu komercijalizacija i deregulacija nacionalnih televizija doživjela je procvat devedesetih godina prošlog vijeka.

„Tako, na primjer, u Sjedinjenim Državama, nacionalni sistem javnog servisa (PBS) sada preispituje svoj udarni termin da bi vodećim marketinškim agencijama Njujorka omogućila prostor za reklamiranje na način sličan komercijalnim mrežama.“⁵ Čak je i *All India Radio* koji se, po uzoru na tradiciju BBC-a trideset godina opirao komercijalizaciji, krajem šezdesetih godina počeo da prihvata plaćeno reklamiranje. I državna kineska televizija, *Chinese Central Television*, koja ima pet kana-la, sve više poprima oblik komercijalne medijske kuće. Brz uspon komercijalizacije javnih emitera u Italiji, poznat kao „berluskonizacija medija“, desio se krajem sedamdesetih godina prošlog vijeka. Silvio Berlusconi, tadašnji premijer i lider političke partije *Forza Italia*, osnovao je reklamnu agenciju *Publitalia*, uz pomoć ogromnih akcija u drugim medijima i šire, postepeno je vršio kontrolu sa jedne TV mreže na tri nacionalne mreže. „Berlusconi je u italijanskim elektronskim medijima 1993, imao 44,5 odsto akcija, samo u stanici RAI – četrdeset šest odsto. Berlusconi takođe kontroliše oko šezdeset odsto troškova za TV oglašavanje i trideset šest procenata ukupnog oglašavanja u Italiji. Sa tri kanala i kontrolom nad više od devedest odsto nacionalne publike, Berlusconi i sistem RAI formirali su radio-difuzni dupol.“⁶

Razvoj novih digitalnih i satelitskih *tehnologija* ograničio je mogućnost tradicionalnih nacionalnih servisa i kod nas, što ih je onespobilo i onemogućilo da zadrže monopolsku kontrolu. S druge strane, tradicionalni monopolski servisi često su birokratizovani, i sputavaju javnost da utiče na tu industriju. Upravo sloboda, jednakost i zajedništvo kao elementarne karakteristike društvene vrijednosti, pokazatelji su „centrifugalnih“ efekata medija u društvu.

S jedne strane, otvoren pristup medijskim kanalima, otpor prema manipulaciji i cenzuri, sloboda informacija, ravnopravna raspodjela medijskog sadržaja, težnja promjenama, ukazuju na modernizaciju društva i slobodu mišljenja i djelovanja. S druge strane, sloboda djelovanja je ipak ograničena, jer je usmjerena isključivo na vrijednosti globalizma. Za širenje ovakvog uticaja na omasovljenu javnost odgovornost snose mediji, a širenjem informacionog društva uticaj je efikasniji, jer su mediji u savremenom društvu integrisani u novi medij, Internet. Iako u prvi mah ne djeluje tako, „vrijednosti“ globalizma odnose se i na siromašnu Bosnu i Hercegovinu, jer je ona dio globalnog korporativnog sistema.

⁵ Herman, Edvard S. – Mekčesni, Robert V (2004): *Globalni mediji*, Beograd, Klio, str. 70.

⁶ Isto; str. 253.

Privatizacija sistema komunikacije je osnov za ulazak u globalnu ekonomiju, i u pojedinim okolnostima društvene prirode nije bilo alternative. I privatizacija i deregulacija u Bosni i Hercegovini stimulisane su željom za profitom telekomunikacionih firmi.

Liberalizacija tržišta omogućila je otvaranje prostora stranim konkurentima, i omogućavanje stranim kompanijama da kupe akcije domaćih operatera. Ovo je bio još jedan realan korak za dalje osvajanje svjetskog tržišta, a samim tim, i utrka za ekonomski suverenitet zemalja Trećeg svijeta, od kojih su neke „napredovale“ i postale zemlje novih demokratija, zemlje u tranziciji, što je samo uknjižba novih vlasništva.

INTERNET – SAMOSTALAN MEDIJ ILI MEDIJSKI KANAL?

Maršal Mekluan je u knjizi „Gutenbergova galaksija“ govorio o pojmu globalno selo, aludirajući na homogenost unificiranog vizuelnog svijeta. Internet se može posmatrati kao novi svijet, novi informacijski poredak, koji u tehničkom smislu predstavlja globalnu mrežu međusobno povezanih kompjutera, odakle i potiče akronim *www* (*World Wide Web*).

Lev Manovič, teoretičar novih medija, postavio je tezu: da li su novi mediji, time i Internet, u stvari metamediji ili postmediji, s obzirom na to da se, uslovno rečeno, referišu na stare medije, „avangarda novih medija (...) više se ne bavi posmatranjem i reprezentovanjem svijeta na novi način, već novim načinima pristupanja i korištenja prethodno akumuliranih medija. U tom pogledu, novi mediji su postmediji ili metamediji, pošto koriste stare medije kao svoj osnovni materijal.“⁷

U savremenom društvu, za koje možemo reći i da je metamedijsko, postavlja se pitanje: da li je Internet samostalan medij ili medijski kanal? Činjenica je da Internet integriše štampu, u elektronskom obliku, kao i radio i televiziju, a i servis novinskih agencija. S ovog aspekta, Internet se može posmatrati kao medijski kanal, ali i ključni identitet kompjutera, što ga opisuje kao „kanal medijske distribucije“⁸.

Internet je postao važno sredstvo komunikacije s potrošačima, a naročito se naglašava njegova interaktivnost, kao i prednosti koje će imati u budućnosti nad tradicionalnim medijima. Internet u marketinškoj komunikaciji, možemo posmatrati kao medij, oblik komunikacije ili prodaje. Za Internet možemo reći i da je nova paradigma marketinga u kojoj potrošač postaje kreator ponude, i od samog početka usmjerava obilježja onoga što će kupiti. Kao sredstvo komunikacije, Internet se može koristiti kao: interaktivna brošura, *chat rooms* („sobe“ za interaktivnu komunikaciju), sredstvo za uticaj na potrošače i virtuelna prodavnica.

⁷ Manovič, Lev (2001): *Metamediji*, Beograd, Centar za savremenu umjetnost, str. 74.

⁸ Isto; str. 61.

Internet se razlikuje od ostalih medija, jer inicijativa izlaganja o ovom mediju dolazi od potrošača, koji aktivno traži informacije koje su mu potrebne. Interaktivnost koju omogućava Internet je važna radi kreiranja posebne veze s potrošačima, razmjene informacija, *on-line* kupovine i prilagođavanja ponude potrebama i željama korisnika. Drukčije rečeno, društveni odnosi dobili su novu dimenziju, a to je da vrijednost istih počinje i završava na kupoprodajnim odnosima.

U knjizi „Globalni mediji“, E.S Herman i M.V. Mekčesni, navode da ljudi dvadeset odsto manje gledaju televiziju čim počnu da koriste Internet, što opet navodi na zaključak da bi medijske organizacije trebale biti *on-line* da zadrže publiku.

Veb sajtovi medijskih organizacija imaju već spremne klijantele iz tradicionalnih medija koji se prebacuju na globalnu mrežu. Svakako, treba imati uvijek na umu da je Internet sposoban da u rekordnom vremenskom roku izvrši protok miliona informacionih jedinica, i zato ga popularno zovu „informatijski autoput“⁹.

Formiranje elitnog komercijalnog „Veba unutar Veba“, gdje neke medijske firme i proizvođači sadržaja već imaju publiku, može biti podstaknuto ambicijama da se neki sajtovi neprekidno „emituju“ na personalnim računarima, dok bi manje popularni sajtovi ostali, doslovno na marginama. Kada je riječ o on-lajn novinarstvu, „stručnjaci govore o konvergenciji: perspektivi približavanja dosadašnjih medija ka stvaranju jednog jedinog univezalnog“¹⁰. Kako autor dalje objašnjava, pomoću linkova se uvezuju veb stranice, a kao prednost on-lajn novinarstva ističe to da priča ne mora biti više linearna, nego i umrežena.

Pitanje privatnosti na Internetu je djelimično, a samim tim i pitanje slobode je upitno u tom slučaju. Postoje tehnički načini koji omogućavaju da poslate poruke korisnika budu „uhvaćene“ i „dešifrovane“, a mnoge *web* stranice imaju programe za prikupljanje podataka o korisnicima. „Iako je evidentno da komunikacija preko Interneta teorijski pruža neslućene mogućnosti povezivanja između individua i grupa, pitanje je kakvi su stvarni dometi takve komunikacije što se u osnovi tiče realnog uticaja na one koji drže vlast, moć i novac.“¹¹

Internet je medij koji je organizovan tako što funkcioniše na osnovu mrežne strukture, i upravo iz tog razloga nema za korisnike vidljiv i konkretan autoritet, pa se isti osjećaju slobodnim. Međutim, to ne znači da je Internet zaista slobodan medij, jer upravo je pogodan za kontrolisanje korisnika na planetarnom nivou. „Decentralizovana mrežna struktura, bez vidljive hijerarhije na Internetu, komunikatoru omogućava veliki privid

⁹ Herman, Edvard S. – Mekčesni, Robert V (2004): *Globalni mediji*, Beograd, Klio, str. 176.

¹⁰ Rus Mol, Štefan (2005): *Novinarstvo*, Beograd, Clio, str. 160.

¹¹ Vlajki, Emil (2007): *Uvod u komuniciranje postmodernizma*, Banjaluka, Fakultet za političke i društvene nauke, str. 208.

slobode, jer u komunikaciju ulazi s predubjeđenjem da razmjenjuje nekontrolisane i necenzurisane ideje. Ipak, to što je nevidljiv kontrolor, ne znači da on ne postoji.¹²

Trenutno ne postoji mogućnost podvođenja nelimitiranog Interneta pod limitirane okvire, i to djeluje nemoguće iz tehnoloških razloga. Međutim, istorija je pokazala da su sva nova sredstva komuniciranja ipak bila transformisana u sredstva za sticanje profita, i služila su najmoćnijim, koji su iste kontrolisali i, prevashodno, usmjeravali svojim vlastitim interesima.

„Medijasfera proširena virtuelnom sferom Interneta, u skoroj budućnosti može biti dominantno određena paradigmom Interneta, putem ujednačavanja medijskih potencijala, tehničko-tehnološkog približavanja medija i na koncu, informaciono-komunikacionom standardizacijom medija.“¹³ Kako dalje autorka objašnjava, postoji mogućnost da to bude način na koji će se homogenizovati, kako medijska industrija i produkcija, tako i potrebe publike.

Uostalom, globalizam i pretenduje na unifikaciju mišljenja i djelovanja omasovljene javnosti, i to upravo putem medijskih sadržaja, a prije svega homogenizacijom medija koji i jesu tehnička podrška za realizaciju ovih interesa.

MEDIJI U BIH

Mediji predstavljaju značajne pokretače u oblikovanju savremenog društva, od lokalnog do planetarnog nivoa. U stabilnim društvima, gdje su društveni podsistemi kompatibilni, mediji su faktor socijalne integracije, i tako nesmetano vrše uticaj na društvo koje oblikuju prema potrebama, i u duhu aktuelne ideologije. „Preciznije rečeno, informacija je, skupa sa energijom i materijom, osnovni input (ulazni element) svakog sistema. Funkcionisanje sistema se odvija kao odnos energije i materije uređen informacijama (...) Upravo te interakcije novinarstvo identifikuje kao područje društvene dinamike.“¹⁴ Međutim, u marginalnim društvima koja su u tranziciji, mediji mogu podsticati brojne podjele i dezintegracione procese. Publikovanje informacije i njen plasman govore o vrijednosti i značaju za pojedino društvo, odnosno, koliko informacija može uticati na socijalnu (dez)integraciju. „Selekcija ove vrste poznata je kao *agenda setting*, jer mediji (odnosno njihovi urednici) već samim učvršćivanjem, odnosno eliminacijom pojedine informacije utvrđuju dnevni 'podsjetnik'

¹² Tapavički Duronjić, Tatjana (2011): *Komuniciranje u medijasferi*, Bard-fin d.o.o. Beograd, Banjaluka, Romanov, str. 189.

¹³ Isto; 230.

¹⁴ Kurtić, Nail (2000): *Uvod u teoriju mas-medijske informacije*, Tuzla, Filozofski fakultet u Tuzli, str. 71.

dogadaja i ličnosti od značaja za društveni život.“¹⁵ Možemo reći da analiziranje medija van društvenog konteksta nema smisao, jer su mediji isključivo vezani za društvo, bilo da je riječ o interesima elite ili o (ne)nametnutim potrebama omasovljene javnosti.

Mediji u Bosni i Hercegovini predstavljaju politički teatar i na njihovom repertoaru nalazi se niz političkih drama, vješto izrežiranih od strane domaćih i inostranih elita, a u svrhu ostvarivanja i održavanja njihovih interesa.

Umjesto da smiruju ideološke tenzije pojedinih grupa u društvu, mediji se služe takvim situacijama kako bi bili zanimljiviji, a time i prodavaniji. Možemo reći da su opijum za narod, jer sve zaključke i rješenja o aktuelnim problemima, koje vješto serviraju, auditorijum, najčešće, bez problema „proguta“. Kako se bosanskohercegovačko društvo u procesima tranzicije, s jedne strane, oslanja na izazove demokratije, a s druge opet na tradicionalne korijene, tako se manipulisanje javnošću gotovo uvijek kreira na istim principima. Kreatori rješenja novonastalih problema su upravo oni koji se nalaze na suprotnim stranama ideologija (čitajmo: interesa), a ove ideološke (interesne) podjele i borbe, koje se odigravaju preko domaćih medija, istinski komunikatori, a radi se o domaćim i inostranim elitama, koriste za politički teatar radi postizanja i održavanja interesa na nižem, odnosno, višem nivou.

„Sukob, dinamika, dramatika, protivrječnosti, to su značajni elementi koje određeno zbivanje mora sadržavati, da bi izazvalo interesovanje publike, da bi se neizvjesnosti ishoda tih sukoba kroz inepretativnu dimenziju informacije mogli povezati sa razrješenjem subjektivnih neizvjesnosti.“¹⁶

Dakle, kako je za sukob potrebno najmanje dvoje, tako je i politička drama dramatičnija sa najmanje dvije (ne)sukobljene strane. Politički teatri prepuni su priča o nezavisnom, objektivnom i istraživačkom novinarstvu. Takvo novinarstvo je donekle prisutno i usmjereno na bezopasne teme koje neće potkopati onoga koji ih plaća, ili hoće u određenoj mjeri, ukoliko je to dio igre.

„Novinari su u poziciji da rekonstruišući i iznova uspostavljajući sistem javnih očekivanja i sami utiču na društvenu dinamiku. Kada ulogu novinarstva učinimo neodvojivom od uloge javnosti i javnog mnjenja u reglulisanju društvenih procesa, nužno prelazimo sa klasičnih kategorija žurnalizma na kategorije sistema.“¹⁷

Prema Semjuelu Hantingtonu misaoni kalupi u društvu su neophodni za uređivanje stvarnosti, razmišljanje pojava, pretpostavku

¹⁵ Miletić, Mirko (2009): *Osnove menadžmenta medija*, Novi Sad, KriMel, Budisava, str. 60.

¹⁶ Kurtić, 2000: str. 108.

¹⁷ Isto; str. 71.

budućih zbivanja i selekciju informacija. Na ovaj način odvaja se bitno od nebitnog, i društvo se usmjerava prema određenom cilju.

Javni servis (PBS) u Bosni i Hercegovini rezultat je kompleksnih unutrašnje-političkih odnosa i ustavnih aranžmana u zemlji. Još 1998. godine započela je transformacija državnih TV mreža, ali još nije dovela do cjelovitog i konačnog zakonodavnog okvira za PBS. Uspostavljen je jedinstven javni RTV sistem, koji čine tri emitera: državni emiter (BHRT) i dva entitetska emitera (RTRS i RTV FBiH). Javni servis u Bosni i Hercegovini karakterišu suprotnosti između normativnih odredbi, s jedne strane, i stvarne prakse, s druge strane. Tome u prilog govori činjenica da jezik i tradicija svih konstitutivnih naroda nisu u odgovarajućoj mjeri zastupljeni na sva tri javna RTV emitera, a sastav zaposlenih u ovim medijskim kućama ne odražava raznolikost zemlje.

Javni servis ima zadatak da raznovrsnim i vjerodostojnim informacijama istinito informiše javnost, da podstiče demokratske procese, promovise kulturu i obrazovanje, te da osigura program najvišeg kvaliteta. Javni radio-televizijski servisi bi trebali emitovati što je moguće manje komercijalnog programa, kako bi se komercijalnim stanicama obezbijedili odgovarajući sistemi finansiranja. „Odgovornost medija se ne ogleda u pozivanju na odgovornost svih i svakoga, već je na njima i 'da sebe pozovu na odgovornost: nema mnogo toga što možemo da učinimo u demokratskoj državi'. A svi težimo demokratizaciji bosansko-hercegovačkog društva, zar ne?¹⁸

Javni servis bi trebao biti nezavisan o državi, osim u načinu finansiranja, koji se odvija od strane građana putem zakonskih taksi i donacija. Na taj način građani pomažu emitere radi javnog dobra, bez obzira da li su profitabilni ili ne. Prema podacima Regulatorne agencije za komunikacije (RAK) u Bosni i Hercegovini postoji zakonom regulisan raspored reklamiranja, kako u komercijalnim medijima, tako i u javnim servisima. Za razliku od komercijalnih medija, čiji je cilj ostvarenje profita na bilo koji način i koji nemaju ograničenu minutažu reklamiranja, javni emiteri imaju strogo određena pravila reklamiranja. Količina reklama, sponzorisanog programa i drugih plaćenih poruka, ne može premašiti šest minuta programa po satu, niti osam minuta u udarnom programu, kako na radiju, tako i na televiziji. Udarni termini za PBS i RTV FBiH uključuju period između 17.30 i 22:30 časova, a udarni termin za RTRS je između 19:00 i 22.00 časa.

Jedini pravi Javni servis na svijetu je BBS u Velikoj Britaniji. Ovaj emiter nema marketing i država ne utiče na njega. Finansira se prodajom autorskih prava (npr. serijal nekih dokumentarnih emisija) i formiranjem posebnih komercijalnih programa, i tako uspijevaju ostati nezavisan medij i od države, i od oglašivača.

¹⁸ Vlasisavljević, Sanja (2010): *Sloboda medija u raljama antinacionalizma*, Sarajevo, Centar za kulturu dijaloza, str. 121.

Za manipulisanje auditorijumom neophodno je stvoriti pogodnu klimu u društvu konstantnim plasiranjem „prijetećih“ poruka: o bezizlaznim situacijama (gore sutra), smrtonosnim virusima, kolektivnim otkazima, terorističkim napadima, pljačkama, socijalnim nemirima... Na taj način se preko medija stvara apatična klima u društvu, te je tako lakše ostvariti interese u korist manjine, a na štetu većine. Centralna informativna emisija *Dnevnik* medijski je teren u kojem političke partije na vlasti unapređuju nacionalne interese, promovišu svoje ideologije, odmjeravaju snage, postavljaju probleme i pronalaze rješenja za iste.

Digitalizacija je kapitalni projekat u Bosni i Hercegovini, za koju je ispunjen veliki broj preduslova, i postoje jaki interesi javnih emitera za konačnu realizaciju ovog procesa, ali još uvijek nema značajnih pomaka. Oboren je prvi tender za nabavku digitalnih mikrovalnih linkova javnih radiotelevizijskih servisa u BiH na relacijama: Sarajevo–Banjaluka i Sarajevo–Mostar. „Cijeli projekat digitalizacije u projekciji vrijedi oko 37 miliona KM, za kupovinu infrastrukturne opreme koja će biti vlasništvo države, ali se postavlja pitanje ko će raspolagati tom opremom jer ne postoji *Korporacija*, o čemu će se vlast i javni servisi pozabaviti u narednom periodu. Tender za nabavku digitalnih mikrovalnih linkova javnih radiotelevizijskih servisa u BiH na relaciji Sarajevo-Banja Luka i Sarajevo-Mostar, uvezivanje pet informativno-tehničkih centara u sistem digitalnih veza Javnih RTV servisa i odašiljača za pokrivanje digitalnim signalom područja gradova Sarajeva, Banja Luke i Mostara je u završnoj proceduri (...)“¹⁹

I nakon dužeg prolongiranja, konačan datum prelaska sa analognog na digitalni sistem određen je 1. decembar 2014, i to samo šest mjeseci prije isteka roka koji je odredila Evropska unija. Ukoliko projekat ne bude realizovan, postoji mogućnost da Bosna i Hercegovina bude jedina zemlja u Evropi sa analognim signalom poslije 2015. godine. Digitalni sistem proizvodnje, prenosa i emitovanja programa iziskuje određene kadrovske i ozbiljne finansijske mogućnosti za taj posao, a Bosna i Hercegovina ima 80% spremnu infrastrukturu, definisanu politiku, odvojena sredstva, i razvijenu strategiju, tako da se može integrisati s evropskim i svjetskim standardima.

ZAKLJUČAK

Razvoj informacionog društva u svijetu, kao i u Bosni i Hercegovini, rezultat je odnosa između tehnologije i društva, a paradigma istog bazira se na porastu kapaciteta procesuiranja informacija i komunikacije. Ne radi se o tome da industrijalizam nestaje, nego da ga informacionalizam obuhvata i mijenja. Društva u tranziciji kaskaju za savremenim društvima, ali jedno je sigurno – kreću se prema tom cilju, i na putu globalne imperije nema alternative ni u jednom segmentu cijelog

¹⁹ teve.ba/article/7993/digitalizacija-u-bih, 01.10.2012., 14:00

procesa. Dakle, shodno stepenu razvoja i modernizacije, društva se vremenom integrišu u globalni sistem, između ostalog i u informacioni.

Naučna otkrića dovela su do razvoja tehnologije, a imati monopol nad tehnologijom, znači imati moć. Kada je riječ o modernim i ekonomskim potencijalima, Bosna i Hercegovina je periferna država globalne imperije. Iako je prošlo više od petnaest godina poslije rata, dinamiku bosanskohercegovačkog društva uslovljava hegemonija nacionalnih ideologija, koje i dalje dominiraju politikom, ekonomijom i kulturom u zemlji.

S tim u vezi je snažna uloga medija koji dezintegrišu društvo, jer se, prije svega, bave interesima nacionalnih grupa, a tek onda društvom u cjelini. Da bi se ozbiljno bavili pitanjem prosperiteta, neophodno je otkloniti barijere, prije svega, u kulturi dijaloga, i definisati zajednički cilj. Uspostavljanje informacionog sistema u zemlji doprinijeće bržoj, jeftinijoj i efikasnijoj interakciji među korisnicima i institucijama, i na taj način poboljšaće se kvalitet društvenog života.

Razvijenost civilnog društva bitan je pokazatelj stepena modernizacije političke zajednice, koja u Bosni i Hercegovini ima primat u odnosu na ekonomiju, a ekonomija je opet duh razvoja kapitalizma u svijetu. Bosanskohercegovačko društvo je, zbog niskog stepena razvoja građanskog društva, ipak relativno lako ostvarilo procese liberalizacije i pluralizacije, dok se demokratizacija ostvaruje sporo, ili nikako. Treba imati na umu da kvalitetno osmišljene politike trebaju da vode i usmjeravaju kretanje toka društva kroz sve njegove neophodne reforme i procese, da bi se što efikasnije došlo do željenog cilja.

Uz pomoć Interneta, komercijalnih informativnih servisa i baza podataka, novinarima je olakšan rad, jer otvorena su nova polja koja su ranije bila skrivena, a ponegdje i sasvim zatvorena, bar kada je istraživačko novinarstvo u pitanju. Informatička tehnologija omogućila je da brže dođemo do potrebnih informacija i ljudi, a omogućena je i efikasnija analiza podataka. Osim toga, računari su omogućili da se novinari obrate prilično brojnoj publici, i to bez cenzura koje nameću tradicionalni mediji, i stoga kažemo da je Internet u osnovi demokratičan.

Masovna dostupnost i izloženost medijskim sadržajima, čini ih podložnim analizama i kritikama, gotovo svih koji se njima žele baviti (stručnjacima, angažovanim intelektualcima, pojedincima, laicima...). Upravo zbog lakog pristupa mnoštvu informacija, olakšano je i dolaženje do alternativnih interpretacija događaja i informacija, i zato danas više nego ikad zadatak novinara je filtriranje korisnih materijala. Sama činjenica da je olakšan pristup informacijama elektronskim putem, istovremeno ne znači da je informacija i nepristrasna.

INFORMATION SOCIETY AND THE MEDIA IN BIH

Ljubomir Zuber, Ph.D., Senior Lecturer and Aleksandra Lazić

Abstract: The digital divide, referring to global information disparity, results in the delayed industrialization and modernization of transitional countries. Today's societies are not necessarily contemporary, rather it depends solely on the degree of

their development. Digitalization has enabled mass communication and access to, and selection of, information, while simultaneously creating the conditions for control of public opinion. Journalism has assumed a new dimension. By stressing quantity and speed of information delivery, we are forced to sacrifice quality.

Key words: *Information society, the internet, the media, digitization, journalism*

LITERATURA

1. Dokumenti: Izvori: teve.ba/article/7993/digitalizacija-bih, 01.10.2012., 14:00
2. Đurić, Dušan (2003): *Novinarski leksikon*, Beograd, YU Marketing Press:Novosti, Romanov
3. Hantington, Semjuel (2000): *Sukob civilizacija*, CID: Podgorica, Banjaluka
4. Herman, Edvard S. – Mekčesni, Robert V (2004): *Globalni mediji*, Beograd, Klio
5. Kurtić, Nail (2000): *Uvod u teoriju mas-medijske informacije*, Tuzla, Filozofski fakultet u Tuzli
6. „Službeni glasnik BiH“: *Kodeks o reklamiranju i sponzorstvu za radio i televiziju*, br. 32, 15.07. 2004.
7. Manović, Lev (2001): *Metamediji*, Beograd, Centar za savremenu umjetnost
8. Miletić, Mirko (2009): *Osnove menadžmenta medija*, Novi Sad, KriMel, Budisava
9. Mučibabić, Milimir (2007): *Sociološko-pravni pojmovnik*, Beograd, Filip Višnjić
10. Rus Mol, Štefan (2005): *Novinarstvo*, Beograd, Clio,
11. Tapavički Duronjić, Tatjana (2011): *Komuniciranje u medijasferi*, Bard-fin d.o.o. Beograd, Banjaluka, Romanov
12. Vlajsavljević, Sanja (2010): *Sloboda medija u raljama antinacionalizma*, Sarajevo, Centar za kulturu dijaloga
13. Vlajki, Emil (2007): *Uvod u komuniciranje postmodernizma*, Banjaluka, Fakultet za političke i društvene nauke

RESUME

The development of an information society in the world, as well as in Bosnia and Herzegovina, is the result of the relationship between technology and society, and the same paradigm is based on increasing the capacity of information processing and communication. Societies in transition lag behind modern societies, but one thing is for sure—they move towards that goal, and in this way toward a global empire there is no alternative in any segment of the entire process. Scientific discoveries have led to the development of technology, and having a monopoly over technology, means having the power. When it comes to modern and economic potential, Bosnia and Herzegovina is a peripheral state of the global empire. Establishment of an information system in the country will contribute to a faster, cheaper and more effective interaction between users and institutions, and thus improve the quality of social life. Bosnian Society, because of the low level of development of civil society, has relatively easily achieved a process of liberalization and diversification, but the democratization is achieving slowly, or not at all. With the help of the Internet, information services and commercial databases, the work of journalists is facilitated because the new fields are open that were previously hidden, and sometimes completely closed, at least when it comes to investigative journalism. Moreover, computers have made it possible for journalists to reach a pretty enormous audience, without censorship imposed by the traditional media, and therefore we say that the Internet is essentially democratic. Because of easy access to more information, it's much easier to get alternative interpretations of events and information, and that is why now more than ever is the duty of a journalist to filter useful material.