

DIGITALNE MEDIJSKE TEHNOLOGIJE I
DRUŠTVENO-OBRAZOVNE PROMENE 7



UNIVERZITET U NOVOM SADU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSEK ZA MEDIJSKE STUDIJE

Za izdavača

prof. dr Ivana Živančević Sekeruš, dekanica

Glavni i odgovorni urednici

vanr. prof. dr Dejan Pralica

msr Norbert Šinković

Lektura i korektura

Dragana Prodanović

Međunarodni uređivački odbor

prof. dr Vejhua Vu, Univerzitet komunikacija u Pekingu (Kina)

prof. dr Rade Veljanovski, Univerzitet u Beogradu (Srbija)

prof. dr Zoran Jevtović, Univerzitet u Nišu (Srbija)

prof. dr Dubravka Valić Nedeljković, Univerzitet u Novom Sadu (Srbija)

vanr. prof. dr Bertalan Pusztai, Univerzitet u Segedinu (Mađarska)

vanr. prof. dr Daniel Sorin Vintila, Univerzitet Tibiskus u Temišvaru (Rumunija)

vanr. prof. Marina Mučalo, Univerzitet u Zagrebu (Hrvatska)

vanr. prof. Sandra Bašić Hrvatina, Univerzitet Primorska u Kopru (Slovenija)

vanr. prof. dr Vesna Đurić, Univerzitet u Banjoj Luci (Bosna i Hercegovina)

vanr. prof. dr Nataša Ružić, Univerzitet Crne Gore u Podgorici (Crna Gora)

Recenzenti

prof. dr Rade Veljanovski, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu

prof. dr Milica Andevski, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

prof. dr Vladislava Gordić Petković, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

prof. dr Dubravka Valić Nedeljković, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

vanr. prof. dr Lejla Turčilo, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu

vanr. prof. dr Dragana Pavlović, Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu

vanr. prof. dr Laura Spariosu, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

vanr. prof. dr Vladimir Barović, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

vanr. prof. dr Dejan Pralica, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

vanr. prof. dr Nataša Ružić, Fakultet političkih nauka Univerziteta Crne Gore

doc. dr Jelena Kleut, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

doc. dr Brankica Drašković, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

doc. dr Smiljana Milinkov, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

doc. dr Dinko Gruhonjić, Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu

DIGITALNE MEDIJSKE TEHNOLOGIJE I
DRUŠTVENO-OBRAZOVNE PROMENE 7

vanr. prof. dr Dejan Pralica
msr Norbert Šinković



Novi Sad, 2017.

Univerzitet u Novom Sadu
Filozofski fakultet
Dr Zorana Đinđića 2
21000 Novi Sad, Vojvodina – Srbija
Tel: +38121459483
www.ff.uns.ac.rs

Štampanje zbornika *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 7*
finansijski je podržalo Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

SADRŽAJ

Uvodnik	7
Editors' Preface	8
<i>Jasmina Arsenijević</i> PERCEPTION OF MEDIA LITERACY IN THE EDUCATION AND ACADEMIC COMMUNITY OF SRBIA.....	9
<i>Simona Bader</i> AN ANALYSIS OF ONLINE MEDIA DURING FEBRUARY 2017 PROTESTS IN ROMANIA	19
<i>Ivana Bajšev</i> THE CHANGING ROLE OF TEACHERS IN THE DIGITAL AGE.....	30
<i>Adina Baya</i> "EUROPE ENTERS WAR": FRAMING THE REFUGEE CRISIS IN ROMANIAN CIVIC MEDIA.....	38
<i>Uglješa Belić</i> ENCIKLOPEDIJSKA IZDANJA OPŠTEG TIPA NA SRPSKO(HRVATSKOM) JEZIKU: ŠTAMPANA I/ILI ONLAJN IZDANJA	51
<i>Brankica Drašković, Dragana Prodanović</i> ALTERNATIVNI IZVORI FINANSIRANJA MEDIJSKE PRODUKCIJE: STUDIJA SLUČAJA ALTERNATIVNOG ONLAJN AUDIO FORMATA „ALARM”.....	61
<i>Vladislava Gordić Petković</i> GENDER AND SOCIAL ROLES IN THE MEDIA: FAUX FEMINISM OF "GILMORE GIRLS"	72
<i>Csilla Horváth</i> THE MONA LISA OF KHANTY-MANSIYSK EXPANDED URBAN LINGUISTIC LANDSCAPE FROM SIBERIA: WRITTEN AND VISUAL, ONLINE AND OFFLINE	81
<i>Stefan Janjić</i> SMRT NA INTERNETU – ODLIKE DIGITALNOG OPELA	90
<i>Jelena Kleut, Stefani Šovanec</i> DISKURSI O PUBLIKAMA U KULTURI KONVERGENCIJE	100
<i>Maja Kostadinović</i> SAFETY OF ADOLESCENTS IN THE DIGITAL AGE	111
<i>Sladana Marić</i> EMPOWERING TEACHERS THROUGH CONTINUOUS PROFESSIONAL DEVELOPMENT WITHIN DIGITAL ENVIRONMENTS	124
<i>Anka Mihajlov Prokopović, Zoran Jevtović</i> TRANSFORMATION OF TRADITIONAL MEDIA IN SERBIA TO THE NETWORKED SOCIETY	136

<i>Dr. Nikos Panagiotou</i> CONNECTED AUDIENCE: CHALLENGES AND PROSPECTS AHEAD	148
<i>Dragana Pavlović, Ilija Milosavljević</i> DIGITAL LITERACY IN THE JOURNALISM PROFESSION STUDENTS' PERSPECTIVE	154
<i>Suzana Peran, Anđelka Raguž</i> VIDLJIVOST VJERSKIH ZAJEDNICA I NJIHOVOG ZAUZIMANJA ZA MARGINALIZIRANE SKUPINE U DRUŠTVU NA MREŽNIM STRANICAMA HRVATSKIH DNEVNIH NOVINA	164
<i>Jelena Petrović</i> THE USE OF SMARTPHONES FOR NEWS REPORTING IN PUBLIC BROADCASTING SERVICES IN THE BALKANS	176
<i>Dejan Pralica</i> „021“ – OD RADIJA DO PORTALA: 20 GODINA LOKALNOG AKTIVIZMA	184
<i>Andrijana Rabrenović, Dragić Rabrenović</i> ZNAČAJ LOKALNOG RADIJA NA INTERNETU – SLUČAJ CRNE GORE	196
<i>Nataša Ružić</i> MODERNIZACIJA PORTALA MANJINSKIH NARODA (STUDIJA SLUČAJA: RADIO DUX)	215
<i>Nevena Simić</i> ANALIZA SADRŽAJA FEJSBUK STRANICA ROMSKIH ŽENSKIH ORGANIZACIJA U SRBIJI	221
<i>Zorica Stanisavljević Petrović, Anastasija Mamutović</i> COMPUTER GAMES IN THE SERVICE OF DEVELOPING DIGITAL LITERACY IN PRE-SCHOOL CHILDREN	239
<i>Norbert Šinković</i> DIGITALNA MRŽNJA: NETRPELJIVOST PREMA MIGRANTIMA U FEJSBUK KOMENTARIMA	248
<i>Dubravka Valić Nedeljković</i> POUKE.ORG – PRAVOSLAVNA INTERNET ZAJEDNICA	258
<i>Emir Vajzović</i> INFORMACIJSKO DRUŠTVO I DEMOKRATIJA: GRAĐANSKA PISMENOST ZA DIGITALNO DOBA	268
<i>Milan Vukadinović</i> RESPONZIVNA ETIKA I SERVISI ZA DRUŠTVENE MREŽE	279
<i>Biljana Radić-Bojanić, Branka Ranisavljević</i> ONLAJN OBUČAVANJE NASTAVNIKA – STAVOVI I EVALUACIJA	287

UVODNIK

Zbornik radova *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 7* rezultat je odabira 26 radova, sa pozitivnim recenzijama, koji su predstavljeni na Devetoj međunarodnoj naučnoj konferenciji *Mostovi medijskog obrazovanja*, održanoj na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu 15. i 16. septembra 2017.

Na konferenciji je predstavljeno 43 rada, a izlagači – nastavnici, saradnici, studenti doktorskih i master studija, kao i samostalni istraživači došli su iz 12 zemalja: Bosne i Hercegovine, Bugarske, Crne Gore, Grčke, Hrvatske, Kine, Mađarske, Makedonije, Rumunije, Srbije, Turske i Velike Britanije. Autori su se u svojim istraživanjima u *Zborniku* bavili temama kao što su: *Javni medijski servisi, digitalizacija i internet; Manjinski mediji, digitalizacija i internet; Marginalizovane i verske grupe u digitalnom okruženju; Migranti/izbeglice i internet; Društvene mreže, onlajn platforme i mediji i Digitalna medijska pismenost.*

Zbog aktuelnih medijskih tema i naučnih pristupa, ovaj *Zbornik* kako u štampanoj verziji, tako i u digitalnom formatu, predstavlja veoma korisno štivo naučnoj i stručnoj javnosti i dobru referencu za dalji istraživački rad. *Zbornik* je rezultat istraživanja i sedme (produžene) godine realizacije projekta (šifra III 47020) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije od 2010. i kategorizovan je kao tematski zbornik međunarodnog značaja (M14).

U Novom Sadu, decembra 2017.

Glavni i odgovorni urednici
vanr. prof. dr Dejan Pralica
asist. mr Norbert Šinković

EDITORS' PREFACE

The Book of Proceedings Digital Media Technologies And Socio-Educational Changes VII is the result of the selection of 26 papers with positive reviews, which were presented at the 9th International scientific conference *The Bridges of Media Education*, held the Faculty of Philosophy in Novi Sad on 15th and 16th September 2017.

The papers were presented by teachers, assistants, PhD and MA students, as well as researchers from twelve countries: Bosnia-Herzegovina, Bulgaria, China, Croatia, Greece, Hungary, Macedonia, Montenegro, Romania, Serbia, United Kingdom and Turkey. The authors of these *Proceedings* addressed the following topics: *Public media broadcasters, digitization and the Internet; Minority media, digitalization and the Internet; Marginalized groups, digital environment and the Internet; Migrants/ Refugee and the Internet; Social networks, online platforms and media and Digital media literacy.*

Due to current media topics and their scientific approach, these *Proceedings*, in both print and digital forms, represent a very useful read to academic and professional communities and good reference for further researches. *The Book of Proceedings* is the result of the seventh (additional) year of the realization of the project (III 47020) funded by The Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia since 2010, and it is classified as M14.

In Novi Sad, December 2017

Editors in Chief

Assoc. Prof. Dejan Pralica, PhD

Ass. Norbert Šinković, MA

Jasmina Arsenijević
Preschool Teacher Training College
Kikinda, Serbia
Milica Andevski
Faculty of Philosophy
University of Novi Sad
Novi Sad, Serbia

UDC 316.774/.776:378(497.11)

PERCEPTION OF MEDIA LITERACY IN THE EDUCATION AND ACADEMIC COMMUNITY OF SERBIA

SUMMARY

The aim of this paper is to analyze perception of media literacy using triangular combination of qualitative and quantitative research methods. This paper is based on empirical research of media literacy among education and academic community in Serbia on a sample of 726 respondents conducted in 2013. It represents a qualitative analysis of the result obtained through open question in which participants were asked to define media literacy. There were 284 complete answers on this question, and the answers were analyzed according to the established categories for assessing the accuracy of the answers to this research question. According to the content analysis, half of the participants did not provide answers that could be classified as the correct definition or understanding of media literature, and participants who showed greater understanding of the phenomenon of media literature have higher level of education and in social science. The results of this research have made important aspects of media literacy visible in the context of perception of the respondents, but also in the context of Web 2.0, while triangulation of quantitative and qualitative research methods has enabled the realization of broader, deeper and more diverse categories of the phenomena of media literacy.

Keywords: media literacy, media pedagogy, triangulation, qualitative research methods.

INTRODUCTION

In the modern, global environment (lat medius – mediator), media have large, almost central role in the understanding of reality, in the formation of viewpoints, value orientations, shaping the lifestyles and in reasoning. The media is informing us, entertaining, socializing, educating and even persuading. Never before have mankind had the opportunity to collect, process and transmit such an amount of information and various media content; however, the wealth of information resources is often used as a tool of social power, manipulation and domination. The character, role and significance of mass media can be viewed from mutually exclusive, antinomian positions. The process of differentiation of subjectivization, identification and growth in media-shaped cultural life, in media interactive relations, includes the dimension of alienation. The media captured our attention and thought, first in the form of mass media, and then in the form of new me-

dia and information technologies, which make an inseparable part of the context of life (Koković, 2007; Andevski, Vučković, 2012).

In this paper we will use the term "media" as a playground for various social activities, which include the whole spectrum of possibilities of modern communication and interaction, such as radio, television, press, cinema, theater, video, film, photography, commercials, newspapers and magazines, computer games, internet. The media includes news, as well as entertainment and education... the entire system of channels through which an individual gets ideas about the world, socialize, inform themselves about political events, determine relationships in society. In this way a notion that media shapes society had emerged. Canadian controversial media theorist Mekluan has provided an overview of the whole history of society through the development of the dominant media of communication, and according to the findings of this author, from the initial audio-tactile culture of oral media, through the visual culture of literary media, the man is now again in the stage of return to an audio-tactile culture dominated by electronic media (Mekluan, 1971; 1973).

New literacy, also known as digital literacy, was defined primarily by the well known media theorist Jenkins (2006a, 2006b). It represents not only an ability to understand modern social flows, but an active participation in social processes that extend the list of necessary skills of individuals in the new age as well. Media literacy forms an integral part of a broader concept of new literacy and it encompasses a range of abilities and competences that provides understanding and participation in the current digital, multicultural and pluralistic environment.

MEDIA LITERACY

Media literacy is considered today as the basic type of literacy, which can not be defined independently of the media, it is changing constantly – becomes plural, in line with the changes in the media technologies. Therefore, the very concept of media literacy, which defines access, analysis, evaluation, and creation of media content, has often changed and modified and many questions are still unanswered.

The domination and perspective of the new media and the Internet raise question about how could users master the usage of content that these media offer to them. This means not only mastering technology, but also the development of complex skills in receiving, using, analyzing, and creating media content. In the literature media literacy is often considered as the ability to understand how mass media function, how they present media content and their meanings, how are the media organized, and how to use media properly. As the media have both destructive and enriching influence on our reality, it depends on how familiar we are with them and how do we build the relationship of interaction with the media rather than just passively receive their messages, hence the emphasis is on our competences that helps us understand how media form our ideas about the world and about ourselves (Milicevic, 2015: 310).

Potter has given a comprehensive approach to media literacy in the context of the connection with a sheer volume of media messages and information that users encounter today. He has addressed a complex issue: How to select numerous media messages in the conditions of a large inflow of information? Potter believes that media literacy is both the viewpoint on which our use of media is based and the interpretation of the meaning of messages that we encounter Achieving me-

media literacy requires a more personal approach. According to Potter, media literacy consists of seven critical skills: analysis, evaluation, grouping, induction, deduction, synthesis and abstraction (Potter, 2014: 20), which he calls auxiliary means, acquired through practice, and ensure a better knowledge of the individual in facing media messages. The author defines this phenomenon as "a set of perspectives that we actively to expose ourselves to the mass media to interpret the meaning of the messages we encounter" (Potter, 2014: 25).

The thing that all the authors on media literacy agree upon and that makes the backbone of media literacy represents critical dimension and reflection in the viewing and understanding the complex phenomena present in contemporary society (Reichmayr, 2001). It is based on responsible approach, analysis, understanding, interpretation, connecting and evaluating complex ideas, continuously asking questions, identifying the right answers, identifying misconceptions and such intellectual abilities. Media users are constantly in the situation of uninvited and sometimes harmful influence of the media, the society should therefore not leave them by themselves to work independently and unsystematically in acquiring media content, but to encourage the development of different social strategies of media literacy. The ultimate goal is the ability to "read" the content media communicate critically and to develop the ability to actively participate in society (Matović, 2011: 54). It is considered that "precisely critical media literacy and the ability to create media content have the greatest influence on the positioning of media users in society: from passive to active, from recipient to participant, from passive consumer to active citizen" (Bulatović, 2013: 19).

The term multimedia literacy is also often used in the literature, as media literacy based on the knowledge of print media is not sufficient to meet the needs of a modern media user. As traditional media are losing the exclusivity of the only information distributors, literacy that includes skills and knowledge based on the convergence of printed, traditional audio-visual and new media is required – literacy often referred as multimedia literacy.

Critical media literacy involves the use of all media, including Internet, but not as a conventional source of answers on different questions, but as an environment for thinking of new questions. When it comes to new generations that are ever more focused on the Internet and new media today – however skilled they are in mastering technology, they do not yet have the necessary knowledge of contexts and skills for reading and creating complex media messages (Livingstone, 2002). Valić-Nedeljković and Pralica believe that media literacy opens a relatively new topic and say that the art of critical media reading is a prerequisite for democracy, regardless of the age of media users (Valić-Nedeljković, Pralica, 2013).

Research topic and design

The research presented in this paper was based on the extensive empirical research conducted in 2013 on media literacy and the competences of members of the academic community in Serbia, on a sample of 726 respondents. The research segment presented in this paper refers to the description of the phenomena of media literacy provided by the participants in the research. Through the open question, participants of the research were asked to define media literacy with their own words, more than a third of which had consented to participate.

Therefore, this paper includes two parts: a qualitative and quantitative analysis of respondents' responses. Given the complexity and multilayerity of the phenomenon which perception of the research participants was examined, the participants' responses to the definition of media literacy were analyzed in qualitative part and classified into three categories (correct, semi-correct and incorrect). Later on, in the quantitative part answers were processed through descriptive statistics, connected with socio-demographic characteristics are further analyzed.

Research sample

Eventhough there were 726 participants in the original, extensive survey on media literacy, 284 of them only provided answers to an open question about their perception of the phenomenon of media literacy, which are dealt with in this paper.

The following tables show the structure of the research participants.

Table 1 - Structure of the sample by gender and education

	Social sciences and humanities (SSH)	Natural sciences, engineering and technology (NS&ET)	Total by gender	Share in the total sample
Male	50.00%	50.00%	100.00%	29.58%
Female	76.50%	23.50%	100.00%	70.42%

More than 70% of the female participants responded to this research, mainly educated in a field of social sciences and humanities (76.5%). The distribution of male participants is however, more uniform with respect to the field of education.

Table 2 - Structure of the sample by field and level of education

	Social sciences and humanities	Natural sciences, engineering and technology	Share in the total sample
Doctorate	19.49%	16.85%	18.66%
Masters' degree	25.13%	25.84%	25.35%
Bachelors' degree	13.85%	14.61%	14.08%
Univesity student	33.33%	23.60%	30.28%
High school student	8.21%	19.10%	11.62%
Total by field of education	100.00%	100.00%	20.00%
Share in the total sample	68.66%	31.34%	100.00%

The structure of the sample by the field of education is uneven - the research participants are predominantly educated in social sciences and humanities (68.66%), while less than a third are those educated in natural sciences, engineering and technology.

Although the questionnaire was distributed on a uniform sample, the response of the research participants is such that more responses came from those related to social sciences and humanities. This distribution of participants limits the generalization, but it is understandable, given that the research topic itself is a subject of the social science.

The research participants are relatively equally divided by the level of education, with a slightly larger share of respondents as master of science (25.35%) and students (30.28%), while the share of other groups is relatively equal - by approximately 15% of doctors of philosophy, bachelors of science and high school students each. When it comes to the field of education within these groups, participants are also relatively equally shared, having approximately same number of doctors of philosophy in the field of social sciences and humanities, in natural sciences and in engineering and technology; the same goes for masters of science and bachelors of science; there are slightly more students studying social sciences and humanities than natural sciences and in engineering and technology; while high school students are more oriented in natural sciences, engineering and technology than in social sciences and humanities.

Research Method

The basic intentions of this research paper are to broaden the knowledge on media literacy of academic community in Serbia by joining findings of quantitative and qualitative research. Thus, the triangulative expansion of the empirical, quantitative research was made which means that data were collected by means of several different methods and from various relevant subjects (Dekleva, 2010). Respondents were asked to identify in their own words their understanding of the phenomenon "media literacy" in an open-ended question. The questionnaire were distributed to participants by both paper version and in e-form. As the answer to this question was not obligatory for completing the questionnaire (as mentioned before, this is a part of much more comprehensive research on media competences), 284 participants actually did explain this phenomenon among the 726 of them. Research involved the free will of the respondents to respond, hence the pressure on the respondents to give an "accurate" response could be excluded.

As a basis of this triangulation, a hermeneutic-phenomenological paradigm was used as an approach known in the literature as the "sociology of understanding" (Halmi, 2005: 103), with hermeneutics as a discipline that deals with the closer understanding and interpretation of the meaning of a particular set of language expressions, actions or experiences, with the possible interpretation of meaning and purpose.

The basic standpoint of this research is that respondents' definitions of media literacy reflect their conscious attitude towards this phenomenon which they put in practice; that this putting into practice should be comprehended, and that this is possible only if the motives of their actions are understood, for there is probability that user's activity or process is followed by another. The perception of the world is not a reflection of what the world is like; it depends on the way in which the world is being observed or interpreted. Every individual constructs a social reality in accordance with his personal world of subjective experience (Rogers, According to Halma, 2005).

The abundance of the literature on media have provided numerous and detailed definitions of media literacy and its basic dimensions. Starting from the theoretical analysis of the media and

media literacy, theoretical framework of the definition of media literacy is given as a possible context in which respondents place their definitions of this phenomenon. This theoretical framework presents the starting point for categorizing and classifying the answers of the research participants.

RESEARCH RESULTS

Table 3 – The correctness of defining media literacy on the overall sample

Correctedness of definition	Correct definition	Semi-correct definition	Uncorrect definition	Total in the whole sample
The share in the whole sample	41.90%	7.39%	50.70%	100.00%

The results show that more than a half of the research participants provided answers that can not be interpreted as a proper definition of media literacy, the small part gave a relatively accurate answer, and slightly more than 40% of participants provided an answer that can be considered as the correct definition of this phenomenon.

Table 4 - Correctness of definition of media literacy by gender of research participants

	Correct definition	Semi-correct definition	Uncorrect definition	Total by gender	The share in a whole sample
Male	34.52%	7.14%	58.33%	100.00%	29.58%
Female	45.00%	7.50%	47.50%	100.00%	70.42%

According to the differences of the results by gender, slightly more than one third of the men surveyed gave an accurate answer to the question, while two thirds of the male respondents gave an inaccurate or semi-correct answer. Female participants have had higher response rate to the question of media literacy definition (70.42%) and they have almost the same share of accurate and inaccurate answers. However, this distribution of gender responses should be taken with reserve, given the uneven distribution of the education area, or the dominance of the social sciences and humanities education field in the female population of the research participants.

Table 5 - Correctness of defining media literacy according to the field of education of research participants

	Correct definition	Semi-correct definition	Uncorrect definition	Total by field of education	The share in a whole sample
Social sciences and humanities	46.67%	7.18%	46.15%	100.00%	68.66%
Natural sciences, engineering and technology	31.46%	7.87%	60.67%	100.00%	31.34%

There are more research participants who provided the answer classified as incorrect definition of media literacy within the group with the education in NS&ET (60.67%) than in SSH. The proportion of respondents who provided an answer classified as semi-correct is relatively uniform in groups according to the field of education. On the one hand, therefore, the results indicate that more researchers from SSH field participated in the research, and on the other hand, these subjects gave more correct definition of the research subject.

Table 6 - The correctness of defining media literacy according to the level of education of the research participants

	Correct definition	Semi-correct definition	Uncorrect definition	Total by the level of education	The share in a whole sample
Doctorate	56.40%	6.09%	37.51%	100.00%	18.66%
Masters' degree	53.77%	7.15%	39.08%	100.00%	25.35%
Bachelors' degree	32.20%	12.50%	55.30%	100.00%	14.08%
Univesity student	30.65%	6.98%	62.37%	100.00%	30.28%
High school student	9.09%	6.06%	84.85%	100.00%	11.62%

Within the groups of participants with the PhD (56.4%) and MSc title (53.77%), more than a half provided an answer that can be interpreted as the correct definition of media literacy. Around one third of the students (30.65%) and participants with a bachelors' degree (32.2%) provided an answer that could be classified as the correct definition of media literacy. The least of the answers that are considered to be the exact description of media literacy are provided from group of participants made of high school students.

DISCUSSION

Interestingly, the large number of respondents who participated in the original, extensive research of media competences did not give their definition of media literacy (out of 724 respondents, 284 answered this question). That itself is significant information - since the research involved the free will of the respondents to respond, the pressure on the respondents to give an "accurate" response could be excluded. Participants in the research were not denied the possibility of freedom in their own determination of an answer to the open research question.

Participants who provided more answers, or were more willing to give their definition of media literacy, are orientated to social sciences and humanities, and this structure of the sample is justified considering that it is also the subject of research of the same scientific field.

The significant result of this research is reflected in the fact that a half of the research participants (50.7%) – members of the academic and educational community of Serbia - did not provide

answers which can be classified as a correct definition or as an understanding of the phenomenon of media literacy, based on content analysis (Table 3). Research participants did not have time limitations from the examiners (or any other one), and they could independently and freely conceive their answers. These data are in relative collision with the quantitative findings obtained on the basis of the same extensive survey, where the entire sample of 726 subjects on the basis of the media literacy questionnaire achieved an average score indicating the upper limit of average expression (score 3.56 on a scale of 1 to 5) (Andevski, Arsenijevic, 2014). Both findings, therefore, obtained both by quantitative and qualitative methods, point to the limitation of media literacy even in the academic and educational community of Serbia.

Furthermore, the research results show that participants who showed a greater understanding of the media literacy are orientated in social sciences and humanities (Table 5) and are more educated (PhD, MSc, and then progressively less towards high school students) (Table 6). The original, quantitative research of media literacy did not result in differences in terms of the field of education, but it is with regard to the level of education of the respondents. Therefore, the level of participants' education (and conditionally, of their age) should be taken as a significant factor in determining the media literacy of individuals. More educated participants are better in reasoning, evaluating and judging information and messages that they receive and are exposed to through the media. Gaining such value orientations, knowledge and attitudes requires education and experience. Media literacy is based on critical thinking, assessment and judgment of the validity and objectivity of messages and the independent use of media for one's own purposes, which are qualities that require maturity, experience and higher level of education.

Conclusion

The analysis of the relation between respondents' media literacy compared to their socio-demographic characteristics gave the expected results. Media literacy is essentially based on critical thinking, assessment and judgment of the validity and objectivity of messages and the independent use of the media for one's own purposes, which are qualities that require maturity, life experience and higher level of education. It was these socio-demographic characteristics that showed importance in determining the differences between the level of media literacy of the participants in this research.

The most significant result is the fact that research participants in terms of understanding the phenomenon of media literacy are divided into half – those who do it (completely or partially) and those who do not. Bearing in mind the exceptionally favorable educational structure of the sample, as well as the finding of the connection between the level of education and media literacy, it can be assumed that there is even the lower level of media literacy of the rest of the population in Serbia. All this points to the need for a systematic, organized, continuous and systematic action to address the problem of media (un)literacy.

Media and new information technologies do not change only the way people perceive reality, but themselves as well. Under the media education new orientations and ways of subjectivization are emerging through mass media and internet formats.

The usage of media for manipulative purposes is disabled by the development of critical reflection (Tolić, 2012), by helping media users to distinguish between the reality that surrounds them from the image of the world that media presents them, by media education that will direct users to ask the fundamental questions: "When the event becomes fact? Can the facts be isolated? Are the facts understandable without context? What are the facts selected? What facts are overlooked?" (Košir, Zgrabljic, Ranfl 1999: 68). Perhaps it is an opportunity to preserve one's own cultural identity, in the global market and the overall commercialization, identity which will not imitate the media one. All of this, and in particular the findings of the research presented in this paper, indicate that media literacy should undoubtedly be promoted as an interest of the society in Serbia, which will give children and young people self-confidence and creativity in the use of the media, the media symbolic language, which will enable adults to participate actively in information, communication and entertainment.

References

- Andevski, M., Arsenijević, J. (2014) Medijski (ne)pismeni – prilagođavanje i perspektive, U: Valić-Nedeljković, Dubravka, Pralica, Dejan, *Zbornik radova: Digitalne medijske tehnologije i društveno obrazovne promene*. Filozofski fakultet: Novi Sad, str. 204–219.
- Andevski, M., Vučković, Ž. (2012) *Prologomena za kritičku pedagogiju medija*, Vršac, Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača "Mihailo Palov", N. Sad, Filozofski fakultet.
- Bulatović, Lj. (2013) *Modelovanje kurikuluma za srednjoškolski nastavni predmet multimedijaska pismenost u funkciji razvijanja svesnosti o procesima medijske komunikacije*. Doktorska disertacija, odbranjena na Fakultetu za menadžment, Sremski Karlovci.
- Dekleva, B. (2010) Kvalitativno istraživanje u (slovenačkoj) socijalnoj pedagogiji. U: Milovanović-Macura, S. (2010) (ured.) *Socijalna pedagogija u nastajanju – traženje odgovora na probleme društveno isključenih grupa*, Jagodina, Pedagoški fakultet u Jagodini, Uni u Kragujevcu, str. 145–159.
- Halmi, A. (2005) *Strategije kvalitativnih istraživanja u primjenjenim društvenim znanostima*, Jastrebarsko, Naklada slap.
- Jenkins, H. (2006a) *Confronting the Challenges of Participatory Culture - Media Education for the 21st Century*. The John D. And Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning.
- Jenkins, H. (2006b) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Koković, D. (2007) *Društvo i medijski izazovi: uvod u sociologiju masovnih komunikacija*. Novi Sad, Filozofski fakultet.
- Livingstone, M. (2002) *Media, Communication, Culture: A Global Approach*, Cambridge, UK: Polity Press, <http://www.screem.com/mnet/eng/med/bigpict/>

- Matović, M. (2011) Medijska pismenost i deca u novom medijskom okruženju, *CM – časopis za upravljanje komuniciranjem*, broj 19. god. VI. str. 46–60.
- Mekluan, M. (1971) *Poznavanje opštita: čovekovih produžetaka*. Beograd. Prosveta.
- Mekluan, M. (1973) *Gutenbergova galaksija*. Beograd. Nolit.
- Milićević, B. (2015) Medijska pismenost – instrument za zaštitu medijskih konzumenata. *Medijski dijalozi* 22, Istraživački medijski centar, Podgorica. Str. 303–318.
- Potter, J. W. (2014) *Media Literacy*. Seventh Edition. Santa Barbara: University of California.
- Reichmayr, I. (2001) U prilog medijskom obrazovanju, www.mediaonline.ba/.../pdf.asp?...%20U%20PRI
- Valić-Nedeljković, D. & Pralica, D. (ured.) (2013). Naslov rada *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene*. 3, Novi Sad: Filozofski fakultet

Simona Bader
Faculty of Political Science,
Philosophy and Communication Science
West University Timisoara
Timisoara, Romania

UDC 070:004.738.5]:323.269.3(498)''2017''

AN ANALYSIS OF ONLINE MEDIA DURING FEBRUARY 2017 PROTESTS IN ROMANIA

SUMMARY

At the end of January 2017 the new Romanian government resulted after last election emitted an emergency act about some modification in juridical system, which was interpreted as an attempt to counteract the anti-corruption struggle. Although last elections were gained with a vast majority by a central-leftist coalition, the public reaction was intense at all levels of society, media and social networks. For one month, massive protests took place in all big cities of the country and the entire media was completely seized. During this period, Romanian Internet "exploded" both on formal (TV, radio) and non-formal broadcasting, social networks, blogs and forums. The issue of this article is to analyze the dynamics, modalities and impact of digital media (online media and blogs), using modern online analytic tools for Internet posting and spreading information. The digital media relation with the audience is not one directional (emissor – receiver), as in traditional media, but multidirectional because the articles, blogs and items are liked or shared through social networks. The present article suggests that the impact factor of media posts are tightly connected with spreading on social networks and can lead to massive social movements.

Keywords: online media, social movements, Romanian protests, online journalism, social networks, focus of public awarness

Motto: *"The future belongs to those who will combine the best elements from the old media – verifying information, accuracy, transparency – with the best elements of New Media – interactivity, involving readers and providing information in real time"* (Huffington, 2011)

Nowadays, press organizations try to adapt their development to the new technologies and mentalities of digital age. Internet became the main information source and the traditional written press has to transpose daily its content online to survive. The traditional *one-to-many* communication is suitable to become a *many-to-many* communication by means of modern sharing modalities. This is the future and journalists adapted quickly discovering that any edition can move into the street when it is necessary as new technologies allow posting data and images everywhere, anytime, with the help of a simple smartphone.

The present article aims to analyze the way in which online media (online press, blogs) reacted during the most massive street protests in the last 28 years in Romania, making a discussion on some main concepts in digital media. The analyzes of protests reflected in online space comprise

the entire domain of internet socializing possibilities, but in the present work we will focus on the journalistic activity in online during the protests period.¹

After 2000, the entire communication realm suffered some remarkable changes: the channel of communication changed as the online channel is much different from the classical ones, people can be connected by permanent open channels; the messaging codes changed as well, becoming more flexible and permissive; the length of messages have the tendency to shorten, even in political media we can find state presidents tweeting on actuality; the feedback from what former was the receptor, the public, became permissive and almost instantaneous as every message may be tweeted, shared or commented. New Media intensified participation of all actors in the social and political activities, beginning with politicians, press and voters as shown in many parts of the world, including the beginning of 2017 in Romania, Internet is a powerful mobilization force when social events or political events take place, probably the strongest one in the history. However, the gain in quantity and speed threatens the quality of journalism online as: a) online media is not any more the matter of exclusive professional journalists as was in traditional media, but non-professionals can write freely with questionable standards; b) as the speed to look upon titles is increased because of enormous speed of information, there is a spread tendency to use spectacular and sensational titles, for the article be read instead of others; trivial informations are introduced with sensational titles; c) in traditional media the editing board and self-imposed professional standards led to a certain control over the accuracy, tone, grammar and content of articles, but in New Medias these limits does not exist anymore and the need to react is greater than care for accuracy.

The first quality of Internet is that it made possible the convergence of all media, written, radio, TV, becoming the most dynamic and flexible space for both information and management of different contents (Sălcudean, 2015: 25). The second advantage of New Media is that virtually there is no limitation in spreading, and no limitation in the play-role of producer – consumer, every consumer may become, at his turn, an emitter of information and content (Levinson, 2001). The third advantage of New Media is the possibility of permanent actualization with fresh information, sometimes emitted live, either written, imagistic or streaming, which is an important factor of attraction of readers, or, if the site is not actualized periodically, in satisfying time length, readers go away for faster and more consistent sites. These updates produce news in real time and in the case of social events like street protests, the presence of both caption and emission of live news opens the gate for the most desired "absolute real time". New Media has another trait which tends to transform the simple broadcasting into a dialog, namely *interactivity*. Posting articles or news on a publication site let the reader to have reaction and to makes comments, to give feedbacks or to share further on the media product through social networks. "After all, much of the web experience, particularly in the way we consume content, is becoming social and personalized. But more importantly, these social tools are inspiring readers to become citizen journalists" (Lavrusik, 2010). In citizen journalism the authors are not professionals but layman: in the middle of an event they capture and share online in images, texts or short videos. *Citizen journalism* may have a huge impact on ongoing events as it happened in Arab Spring or Ukrainian Maidan repre-

¹ In another article we analyzed the impact of this protests on social networks: Bader, S., Political Communication on Social Media during the Protests of February 2017 in Romania, *Politique et religion au défi de la communication numérique*, Timișoara, 2017

senting democracy in virtual medium (Sălcudean, 2015: 52–59). Another form of non-professional journalism in media is the *participative journalism* in which citizens share, select, publish, distribute and comment news produced professionally or institutionally like articles from newspapers, sites, or TV (Momoc, 2014: 163).

Traditional media consumers were readers (for newspapers) or watchers (for TV); New Media consumers are both readers, watchers and participants. Therefore they need in the same time images, texts, sounds so they can see and feel the local atmosphere. All these elements make *integrated journalism* (*iJournalism*), in which a greater emphasis is put on imagistic, not only the professional, but also of lay participants. Instant images have a greater semiotic impact as they give the impression of spontaneity and directness. With a simple smartphone one can capture images from a "warm place" which former were realized by professional war photographers, hence appeared the so-called *backpack journalism* (Stevens, 2002) characterized by mobility, diversity, simplicity of means and connectivity.

Another important component of new media are blogs and recently vlogs, in which data from other sources are commented in a subjective manner in personal websites or Youtube channels expecting interactivity from watchers through comments. These are spaces of dialog and may transform bloggers in opinion leaders on different social, political or cultural items.

Naturally, when a political, social or cultural event raise the interest of a huge mass of people, both traditional and online press become more active and the usual variety of interests are centralized around the event. We can name this a *focus of public awareness* and in such events "everybody writes and comments" on it. In New Media because of shares there is a large possibility of focus of public awareness on different subjects if the event fulfill three condition: a) the topic raise the interest of a large mass; b) the topic be presented, commented, debated in all kind of media and c) the topic raise emotional reaction. When the event for focus of public awareness is a social one which regards the present or the future of a population, there is possibility that all posts regarding it to circulate faster, to be distributed and re-distributed and the emotional charge to arrive to real social movements, not just in virtual realm, but in real life. This is the kind of movement which takes place concomitantly in virtual medium, but may generate street protests or social movements.

Charles Tilly describe *social movements* as campaigns with a clear long term objective to "right a wrong" that often has been inflicted on a well-specified population (Tilly, 1998) and they consists of multiple means-ended actions aiming to correct a suffering. Tilly describes the action of social movements as symbolic, cumulative and indirect. A new concept related with social movements is *eMobilization* by using smartphones and all digital means of new era. EMobilization allow people who do not know each other to act convergent in almost real time because these devices have both communication and computing capabilities (Rheingold, 2003). There are many examples of cell phone-enabled smart mobs almost all street protests starting from 2000 nowadays in Seattle, Philippine, Venezuela, Ukraine, Romania etc.

In Romania we can distinguish three main stages on communication in social media: a) the forum epoch (2000–2007); b) blogs epoch (2007–2011), in 2008 for example, 30000 blogs were registered and in 2011 70.000 blogs and c) Facebook epoch (2010–now).

Social virtual networks led to a society network which is a mix of media networks, social networks and real networks generated by groups of interests. Granovetter theory states that weak connections (remote acquaintances) action as bridges among groups and is important for distribution of new information inside social networks. Strong connections are presumably located inside groups among those who have many common friends and share more or less the same interests in different fields (Granovetter, 1973). Social networks online generated secondary groups different from the traditional groups which are the virtual communities and groups aggregated by individual interests without need for spatial proximity or membership of different categories as age, profession etc. The most important factor in online social groups is the content generated by user because without this content they will be empty spaces. This presumes the availability of users to debate a subject between them propose by themselves or by others and to spread and share opinions and information.

Social media have both technological and space qualities used to support the social networks and expend by eMobilization, smart mobs the social movements. Such expansion may rise to fast and solid general protests and social motions as happened in Arab Spring or other examples of protests. Therefore social media are not simple neutral tools but may become a powerful mean to form and shape the social movements (Lim, 2012). The impact of digital communication led to some major political and social changes. Momoc states internet as a catalyst of Arab Revolutions because technologies facilitated collective actions in the street, like e.g. in Tunis 2011 (Momoc, 2014: 147). The internet, the online dialog, the activity on social networks may lead to social and political revolutions, liberation from authoritarian regimes, civically responsibility and strengthen of civil society like direct democracy similar to the Athenian one (in opinion of Momoc, 2014: 151). But reversely social media may become means of religious or antidemocratic radicalization as proved to be the case for some fundamentalist and terrorists organizations like Al Qaeda or ISIS.

An unprecedented social movement enabled by eMob, smart mob happened in Romania at the beginning of 2017. In a situation which seemed clear politically, after winning the parliamentary elections with a high percentage the new government edicted an emergency decree during the night which activated spontaneous the entire online press and social networks in Romania and eventually led to massive street protests all over the country. A massive and fast focus of awareness took place and the edict was interpreted as an attempt to annihilate the anticorruption struggle and the state law. There are two major premises of this social movement enabled by media, both traditional and online, and by social networks. The first one refers to a state of susceptibility and mistrust about the morality of the whole political class, not just of government. The public awareness that corruption was the main factor impeding the development of the country in the last 3 decades (after years of communist dictatorship) create a sensitive receptor, which reacted rapidly in all media till getting eventually on the street. The second premise is the possibilities offered by the new digital technologies to distribute and share instant messages, images, comments which became viral in groups and interconnected people otherwise separated or restrained to their own networks (Bader, 2017).

METHODS

Both quantitative and qualitative analysis methods were used for: with the help of a professional monitoring engine of the Romanian press (Zelist Monitor) I identify and quantify the number of articles in online press and blogosphere of Romania in the period 1–28 February 2017 using #rezist, #joscoruptia and #coruptiaucide which were mostly used in the street protest period.

RESEARCH AND RESULTS

During street protests period 1–28 February 2017, the most used hashtags in social media to show the appartenance of the message to the events were "rezist", "jos coruptia" and "coruptia ucide". Hundreds of thousands of posts on social media, images, articles, videos or simple comments were marked with these hash tags creating a new social tendency online as the focus of awareness increased showing that the emissors – receivers belong to the group of those against corruption and the governmental edict. The total number of the articles online about the February events is greater than those we analyze here as there were many other hash tags circulating in different groups or media products without any hash tag. The number of press article online which use these hashtags was 1840 (5,2% of total apparitions) and in one month there were 304 (0,9%) posts on blogs as we can see in Fig. 1.

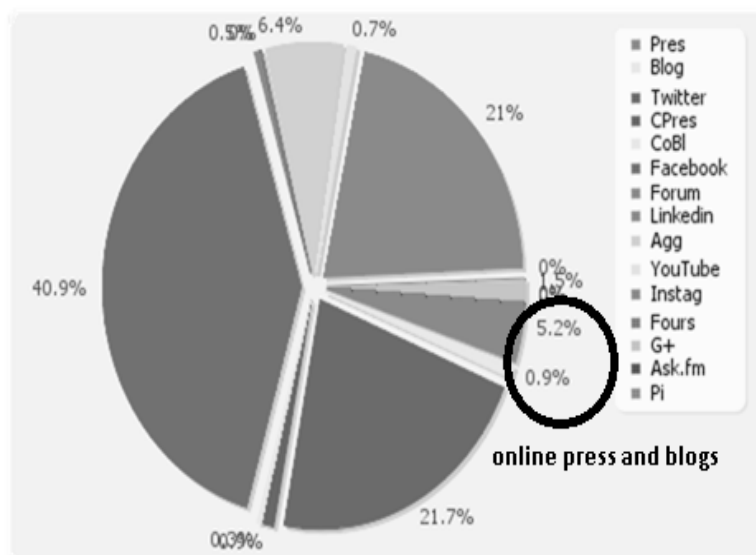


Fig.1: Aparitions on online press and blogs

Source: Zelist Monitor

The demographic distribution of posters was 55,6% men and 44,4% women, most of them with ages from 30–34 years (25,9%), followed by 55–59 (22%) and 35–39 (17%). This shows a majority of posts made by middle aged people, from 30–39 (almost 43%), people supposal active which are interested to have a healthy social climate in Romania for themselves and their children. In some cities there were organized by online methods so-called "children protests", generally in the afternoon (not in the evening as usual) by parents coming with the children on the street.

The space distribution shows that most posts were in Bucharest (66,6%) where were the largest street protests too, followed by Transylvania (14,5%) and Moldova (4,3%).

As viewership² most people was interested on the online posts in the middle of the February, when street protests gained the top: e.g. in 12 February, 443000 persons were exposed to the messages containing the mentioned hash tags, in online press. This number is significantly smaller compared with Facebook, where in the same day 4659000 people view the same hash tags, showing the greater spread and distribution of messages through this channel with many instantaneous posts. The detailed evolution of viewership on days in Fig. 2 below.

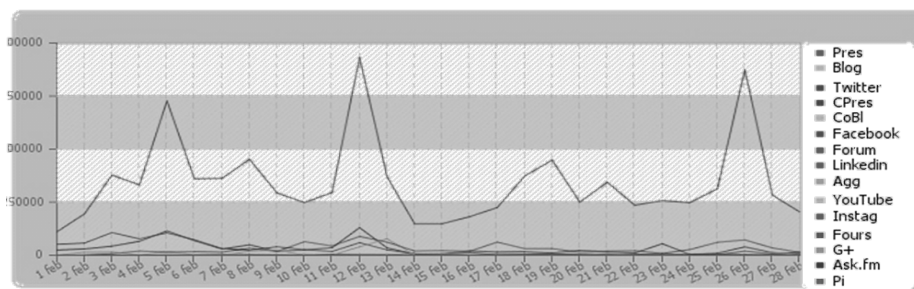


Fig. 2: Detailed evolution of viewership on days

Source: Zelist Monitor

In the following figure (Fig. 3) we can see the number of articles appeared in online press and on blogs. The pick of posts were among 13 February 2017 for the press and another one from 25–26 February, periods that coincides with political public appearance related with the edict which was eventually retracted. In blogosphere the number of posts was relatively constant around the number of 10 per day. The period of increased posting were also connected with the maximum of street protests as the press reacted fastly by writing editorials, comments, opinion articles and pamphlets.

² Viewership represents the estimated number of persons expose to a message shown on each social media channel. The viewership of a social media channel results by summing the viewership of all mentions posts appeared related with that channel.

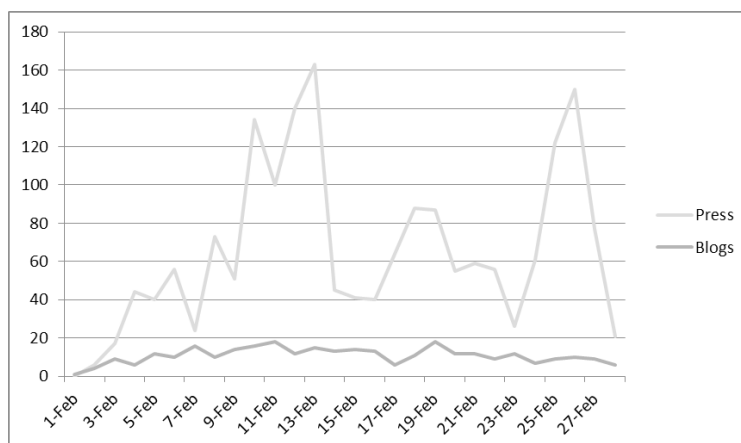


Fig. 3: Number of articles appeared in online press and on blogs on February 2017

Source: Zelist Monitor

Another aspect of the analyses of what appear on online press is the relative importance and relevance of sources in which appeared the three hash tags and the comments on this hash tags in blogs and news websites. The degree of relevance was evaluated using the evaluation and monitoring criteria of a professional monitoring agency, Zelist Monitor. The degree of importance was considered according to the relevance of items related with the events, the number of credible sources, the evaluation of journalists, the quality of language and the public impact as viewership. In a scale from 1 to 10 (10 the most relevant, 0 irrelevant), most press articles comes from sources evaluated as 4th degree (512 posts, 27,8%) while articles of high quality, evaluated as most important were only 127, representing 6,9% from the total posts. In blogs, the evaluation of quality using professional criteria is even worse, most of articles (203) having degree 1 and no posts with 10 degree. This can be explained by the fact that blogs are mostly comment using as primary sources the articles or posts on professional sites. In what concerns comments, the evaluation score is generally low for both press articles (141 posts with 3rd degree, 45,8%) as well as blogs which were most of them evaluated with degree 1 (84,8%). These numbers reflecting a relative low quality of posting online has to made causes: a) everybody can post and write about everything without a professional education and b) in social events the number of post increase superficially without a serious preparation of editorials. In comments the quality of information is generally low because under the cover of anonymity the language used is often loss of control or of poor quality. Here below we noted the most viewed press sites and blogs and the articles most read in the analyzed period (Table 1, 2).

Presa online		
Sursa	Link	Continut
Realitatea	Romania solidara.#Rezist. O cafenea din Iasi ofera manifestantilor ceaiuri calde	Romania solidara.#Rezist. O cafenea din Iasi ofera manifestantilor ceaiuri calde In tara firmele locale isi doneaza produsele si serviciile celor care
Romania Libera	Constanta. Protestele bat record dupa	Constantenii au iesit in numar mare in strada, joi seara. Mai mare ca miercuri, mai mare ca marti. La protest au participat intre 10.000 si 13.000 de oameni.
EuropaFM	#REZIST: A patra noapte consecutiva de proteste	Aproximativ 10,000 de oameni protesteaza in Piata Victoriei din Capitala fata de adoptarea ordonantei de urgenta prin care sunt modificate codurile penale. Oamenii
nasul.tv	ULTIMA ORA! Se anunta un weekend plin de proteste Bulgarii ies in strada la Sofia pentru a-i sprijini pe romani	Guvernul si PSD tin cu dintii de ordonanta care amputeaza Codurile Penale si ii scapa de dosare pe mai multi politicieni. Dupa Liviu Dragnea si Sorin Grindeanu,
Cariereonline.ro	Companiile si antreprenorii din Romania au incercat sa le faca viata mai usoara protestatarilor de la Bucuresti	Protestatarii au beneficiat de mai multe ajutoare, de la ceaiuri sau cafele calde, oferite din partea casei, pana la cazare in Bucuresti, pentru cei veniti

Table 1: Most viewed press sites

Source: Zelist Monitor

Bloguri		
Sursa	Link	Continut
jurnaldeistoric.wordpress.com	#Rezist	Multe nu s-au schimbat in Romania chiar si dupa 27 de ani de la caderea comunismului. Coruptie, mafie, nepotism multiplicat de atatea interese in orice
gokid.ro	Lista de Afaceri care Sprijina Protestele pentru Abrogarea OUG 13/2017	Sentimentul de solidaritate pe care l-am simtit zilele acestea la protestele pentru abrogarea OUG 13/2017 din Bucuresti si din tara a devenit contagios.
romani-buni.info	(Video) FELICITARI! Peste 200,000 de romani CINSTITI protesteaza si acum impotriva abuzurilor PSD. Cluj, Brasov, Timisoara, Iasi, Sibiu, Buucresti.	200,000 de romani la aceasta ora protesteaza din nou impotriva abuzurilor PSD. 90,000 se afla acum la Bucuresti, 30,000 la Cluj si Timisoara, 15,000 la
romani-buni.info	E BINE! Romanii cinstiti exemplu pentru Bulgaria si Moldova! Vecinii ies in strada: "Succesele voastre au fost o raza de speranta"	Sutele de mii de romani cinstiti care au iesit de marti seara sa protesteze fata de ordonanta care modifica Codul Penal au deevnit exemplu pentru vecinii
romani-buni.info	(Video) FELICITARI! Peste 200,000 de romani CINSTITI protesteaza si acum impotriva abuzurilor PSD. Cluj, Brasov, Timisoara, Iasi, Sibiu, Bucuresti.	200,000 de romani la aceasta ora protesteaza din nou impotriva abuzurilor PSD. 90,000 se afla acum la Bucuresti, 30,000 la Cluj si Timisoara, 15,000 la

Table 2: Most viewed press blog articles

Source: Zelist Monitor

DISCUSSIONS

We have to discuss two items in this analysis: 1) by what the social movements in Romania in February 2017 differentiate forms other protests movement in the world? and 2) what was the position and role of online press in these moments?

From a communication stand point the street protests in Romania have many features in common with other social movements: eMobilization, smart mobs, social movements, focus of public awareness we already discuss in introduction. What differentiates them was a) they were completely non-violent and peaceful unlike those from Venezuela, Arab countries or Ukraine. An attempt to promote violence was rapidly annihilated by the manifestants themselves and police; b) the main reason for the social movement and protests was not a political one in a direct mode, but a moral one: protest were not against a political regime but against a political decision which was considered immoral and which would stop the anticorruption struggle and the law state; c) the creativity in expression of protests in which there were used (in the street and online) specific elements belonging to art manifestations as happening, humor, pamphlet, caricatures. The object of protests were not demonized but mainly ridiculed.

In what concerns the role of press online we could see that press itself followed the amplitude and force of street manifestation and was a co-participative factor. Being a democratic country, the communication was not only in underground and social networks but there was an active participation of the professional and non-professional press with information, posts, comments, images, supported by traditional and New Media instruments and modalities. Many posts belonging to professional journalism became viral supporting enhancing the street manifestation. Two examples are illustrative: the lightning of lanterns at the same hour in the same time in all big cities of Romania and the depicting of an enormous Romanian flag by the participants were mediated mainly by broadcasting, TV and streaming from the professional press and then becoming viral online.

A legitimate question is if in this condition the online press can fulfill its mission of information with the impartiality and neutrality, objectivity required by professional journalism. An answer to this question must take into account nuances due to emotional and social implication of the politic decision in what was perceived as an attack to the democratic future of the country. Total neutrality is quasi-impossible when half a million people is in the street and the protests have a moral issue. Even the pro-governmental press who was initially against these protests and minimized the number of participants was obligated to recognize the amplitude of the protests due to images impossible to deny.

Although as a result of the present research the percentage of posts in online press was significantly less than those in social networks their impact on the public awareness was substantial, especially for professional press and less for blogs, comments and non-professionals.

CONCLUSIONS

The protest movement in Romania February 2017 has some characteristics in common with other social movements in the internet epoch but also some specific peculiarities.

The online press reduces even with less post than those of social networks had a significant impact factor and was the beneficiary of these social networks going from the traditional one-to-many communication to the new paradigm many-to-many communication.

Nowadays is impossible to conceive strong social movement without using the new technologies of digital media as these are the instruments for the main communication pathways in the XXI century.

REFERENCES

- Bader, S. (2017). Political Communication on Social Media during the Protests of February 2017 in Romania. *Politique et religion au défi de la communication numérique. 21-22e Colloque bilatéral Franco-Roumain en Sciences de l'Information et de la Communication*
- Etling, B., Faris, R., & Palfrey, J. (2010). Political change in the digital age: The fragility and promise of online organizing. *SAIS Review of international affairs*, 30(2), 37–49
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American journal of sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Lavrusik, Vadim (2010). "The Future of Social Media in Journalism". Retrieved: 13 Sept. 2010, URL: <<http://mashable.com/2010/09/13/future-social-media-journalism/>>
- Levinson, Paul (2001). *Marshall McLuhan în era digitală – Ghid al mileniului informațiilor. București: Librom Antet*
- Lim, M. (2012). Clicks, cabs, and coffee houses: Social media and oppositional movements in Egypt, 2004–2011. *Journal of communication*, 62(2), 231–248.
- Huffington, A. (2011). "Mass-media se află într-o incredibilă perioadă de tranziție". Retrieved: 16 Jul. 2011, URL: <<http://www.gandul.info/magazin/arianna-huffington-mass-media-se-afla-intr-o-incredibila-perioada-de-tranzitie-8500570>>
- Momoc, Antonio (2015). *Comunicarea 2.0*. Iași: Editura Adenium
- Rheingold, H. (2003). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge: Perseus Publishing
- Sălcudean, Minodora (2015). *New media, social media și jurnalismul actual*. București: Editura Tritonic
- Stevens, Jane (2002). "Backpack Journalism is Here to Stay". *Online Journalism Review*. Retrieved: 2 Apr. 2002, URL: <<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017771575.php>>
- Tilly, C. (1998). Social movements and (all sorts of) other political interactions—local, national, and international—including identities. *Theory and Society*, 27, 453–480

Ivana Bajšev
Faculty of Philosophy
University of Novi Sad
Novi Sad, Serbia

UDC 004.738.5:371.12

THE CHANGING ROLE OF TEACHERS IN THE DIGITAL AGE

SUMMARY

Changes in society affect changes in school and most of them are related to the issue of the position of teachers, their roles and leadership style of the teaching process. Thanks to new information and communication technologies teachers' involvement in transfer of knowledge is reduced in favor of creative planning of the teaching process. Adequate use of modern technologies in teaching promotes the development of critical thinking and provides students' to independently explore, discover, solve problems and make decisions. More and more we insist on the use of modern technologies both by teachers' and by the students' with the aim of developing collaborative learning that is associated with practical problems and teamwork. Teachers' become mediators in the process of educating students', because they are no longer the only source of knowledge. Modern education requires a new model of learning - active learning based on real-world information resources. Today it is increasingly highlighted the need for education based on methods that use information and communication technologies. Digitization provides opportunities to use different teaching methods which changes the position of students and teachers with the aim to increase the active participation of students in the learning process and continuous monitoring of its progress. In the 21st century, the integration of technology into the education sector can fundamentally transform how learning is received and delivered. For all these reasons it is necessary to strengthen the human capacity in terms of support education of teachers for the implementation of technology in the classroom in order to develop creative and critical thinking.

Keywords: digitization of learning, teacher, ITC

Introduction

The development of science and technology leads to changes of educational work at all levels. The student learns and uses new technical discoveries and manipulates directly with teaching tools in order to expand their knowledge. Therefore, modern teaching should ensure that students' from the strictly regulated, organized process that takes place according to the teacher's plan, become an active subject in the classroom. The introduction of information technology into the educational process enables students' and teachers' to use powerful databases, find the necessary information and use modern achievements in order to better organize the learning process.

Changes in society affect changes in school, and they relate to the question of the position of teachers' in the teaching process. Thanks to new technical aids and modern teaching tools, teacher engagement in knowledge transfer reduces to the benefit of creative planning. Information technology in education provides opportunities for using different teaching methods and because of

that the position of students' and teachers' changes in order to increase the active participation of students' in the teaching process and to actively monitor its progress in the work.

Altogether the teacher's role is expanding and changing to meet the demands of a new era. It is a challenge that the teacher will be more successful if he overcomes a traditional dependence on his mastery of a discipline and a reluctance to consider some sort of initial preparation (other than studying and researching his own subject) for his role as manager of learning. And having agreed to some form of initial preparation he will then be better able to develop and evolve as a teacher to meet ever-changing social and educational circumstances (Badley & Habeshaw 1991:217).

According to Đorđević (2011), the introduction of electronic communications and interactive media increases the network of information, otherwise formally unattainable. The amount of information received through electronic media overcomes informations offered by the print media. Therefore, the definition of basic literacy should also be expanded, which must include the use and application of electronic media. Electronic communications, which have their own symbols, colors and forms of messages, are increasingly changing the structure of our society. The orientation of using time and space outside the school begins to change and adapt to electronic technology, which affects, and will increasingly influence, the role and function of teachers' in contemporary school, education and learning.

The modern school grows every day from the institution for transferring knowledge to the educational organization where the student, with cooperation and partnership with the teacher, develops his skills and forms human values.

The role of teachers' in contemporary teaching

The role of teachers' depends to a large extent on the assignments that are placed in front of them, as well the defined educational goals. In the traditional frontal lecture the most important role of teachers' is the transfer of knowledge. However, contemporary teaching is much more based on the activities of the students' themselves, and its goals involve the construction of more complex educational achievements. This requires changing the roles of students' and teachers' because modern technology is expected to enable faster and better quality acquisition, which means that the role of teachers' as lecturers and evaluators will be replaced by new roles. Their role inevitably, involves certain activities in relation to creating a learning situation, curriculum processing, selection and application of forms and methods of work, choosing individual or group studying...

The effectiveness of the teaching process depends on the teacher's skills to create good learning conditions, in other ways to manage processes in the department. In order to successfully manage the class, the teacher launches all of his personal capacities, and the extent to which he will start and put them in the function of performance of his work depending on his personality and motivation.

The basis of successful educational work is planning and preparation of the teaching process. According to Mirković (2012), it is important to study in order to improve the educational process and create an supportive environment for students and teachers. Each teacher in their work should demonstrate and develop own integrity, personal strength, professionalism and management abil-

ities. By applying new teaching methods and e-learning, the teacher as manager has several roles: organizer, planner, manager, associate, assistant, coordinator, diagnostician, therapist, and evaluator. For successful work, he must be trained in new ways of working and must use new methods in teaching, to show his creativity in the classroom, but also outside of it. Every teacher must develop personal professionalism through the responsible direction of it's own professional development in the lifelong learning process.

The teacher is an irreplaceable part of the teaching process, the creator and the carrier of the teaching situation. Prior to the use of multimedia in teaching, he was the leading (only, except textbook) source of information. The position and role of teachers' has largely been subject to change, under the influence of multimedia teaching. However, in order for multimedia to have a positive impact on teachers' they must use them in their work, and ofcourse be qualified for their application. The modern school requires teachers' of a high pedagogical, technical and technological culture, capable of organizing, managing and providing teaching communication supported by multimedia, electronic technologies (Šikl 2011:3).

Most authors among the new roles usually state the following:

- Transfer knowledge to the student;
- Use of modern educational technology;
- Ability to work with different students (different abilities, special needs, multicultural differences);
- The necessity of cooperation with other teachers, professional associates and parents;

Possibility for reflection, research and evaluation of one's own work .

The contemporary teachers' of scientific and technical achievements requires searching for new sources of knowledge, efficient methods and forms of work, as well as modern teaching tools for modernizing teaching. According to all the statements, the task of teachers' is to plan, program, organize and implement educational content and activities of regular, and additional classes, free activities, cooperation with parents and the social environment.

Teachers' competence to apply educational technology

The demand for higher professionalization and better practical qualifications of prospective teachers through study programmes emerges out of the teachers' competencies document made by the European Union expert group, based on the Lisbon Declaration on education system development strategy in the EU up to 2010 (Đurić 2011:906). This document divides the teacher's competencies into five categories:

- competencies for the application of new work methodology in class – for the application of varied work types and methodologies, with the appreciation of all pupils and class specificities;
- competencies for job tasks outside of classroom – in school and with external partners;

- competencies for the development of new competencies and new knowledge in pupils, particularly those for life-long learning;
- competencies for the development of one's own professionalism – focusing on research, problem solving and constant improvement;
- competencies for the application of information-communicative technologies (ICT) in the process of learning and education.

Introduction of new media into teaching process requires teachers to invest an additional effort into understanding and mastering the new media. Although digital materials are relatively easily available, many teachers hesitantly step away from the traditional teaching aids. It is in place to assume that this restraint is not caused by the lack of desire for new teaching methodologies, but rather the result of fear caused by the insufficient familiarity with the digital aids. No matter the teachers' attitude on ICT and the understanding of the importance of new media, it is of essential importance, having in mind the moment we live in, to introduce the new media into the teaching process. On the other hand, pupils come to school with ever more knowledge on and skills in using digital technologies, which are present in pupils' lives at such a degree that they inevitably must be included in the teaching process. Based on the aforementioned, it is necessary to strengthen the human capacities, i.e. provide support and the efficient education and training to the teaching staff to enable them to successfully develop creativity and critical thinking in the teaching process.

Contemporary educational system based on competencies is considered to be the referential framework for the development and the assessment of the individual competencies in work place and everyday life. According to Mihajlović (2012), the expansion of efficiency of tuition and education of pupils demands for the educational goals and qualifications to be expressed in the expected competencies. This is so because teachers' competencies directly determine the degree of the pupils' development of the competencies necessary for life in modern society, if at all. That is why it is possible to say that the life-long learning competence is one of the crucial competencies in modern education system. Additionally, the basis for the construction of general and professional teacher training are the following skills: knowledge, action, assessment, communication and mutual understanding. Accordingly, teachers have to develop multidimensional competencies: the skill of self-organisation, efficiency, cooperation, communication, problem solving and the integral approach. It is evident, hence, that the teachers' competencies are not individual traits solely, but rather interpersonal and social, which gains importance in education in general.

To make the teaching process more efficient and more effective, what also must change and improve are the teaching aids, as well as the teaching style types and methodologies. They are based on a communication process and the interaction between the teaching factors that form the process. One disadvantage of the traditional teaching process is the unidirectional communication with no feedback and with no interaction between the teaching factors. On the other hand, contemporary teaching process, which strives to overcome difficulties found in the traditional teaching process, implies the introduction of innovative models of implementation of teaching aims and tasks, as well as the usage of modern teaching aids. These aids facilitate the adjustment of the teaching process to the pupils' previous knowledge, interests and skills. Thanks to the new teaching tools pupils learn by insight, exploration and problem solving and are encouraged to become mobile and independent. Additionally, contemporary teaching tools are characterised by a level of

sensory realisation which directs onto notions, phenomena and their traits, which enables better learning and offers ground for long-lasting memory, more definite recognition and the application of the remembered material (Ibrahimović 2014:2).

Environment enriched with media enables teachers and their teaching subjects to create full methodological scenarios which facilitate the acquisition of the expected competencies and other invaluable learning outcomes. Probably the most challenging aspect of using technology in the classroom is the creative thinking on how to use technology for learning and teaching.

Continuous educational improvement is not the sole possibility of informal and non-formal education, but rather the necessity of everyday life as well. Teachers and their additional training are the central notion in this approach as the actors who enable high-quality education to all teaching process participants. The teachers' competencies standards indicate the importance of continuous and permanent teacher training as long as they are hired in schools. That means that the additional teacher training should be the referential framework for professional growth and improvement throughout one's teaching career.

The specificities of technology-aided teaching process

Information-communicative technologies are extensively used in everyday live, hence their incorporation into teaching process as well is inevitable. Contemporary teaching process in educational institutions mostly is virtually impossible without IT-equipped classrooms, even in subjects that do not necessarily relate to technology. The introduction of electronic educational system is becoming a technological imperative, because it represents a way to improve both learning and teaching and to develop habits that lead towards life-long learning.

The adequate use of ICT in teaching process encourages pupils for independent questioning and the expansion of the material taught in class. It also encourages them to independent research, discovery, problem solving and decision making. It enables them to develop critical thinking and to actively engage in their living and learning environment.

Contemporary teaching process changes the teaching aids and work methodology. There is high level of insistence on the use of modern technology for both teachers and pupils, with the aim of developing collaborative learning and learning that mostly deals with real life problems, conditions and team work. There is no need to particularly emphasize that such approach is usually well accepted by pupils. Pupils are already used to using the Internet, personal computers and other similar devices in their everyday lives, hence they expect to use them in their learning process too. This is so because in the future, the familiarity with and the ability to use technological advancements will be seen as a basic skill one must possess in order to succeed in business environment. The teacher is one of the crucial elements in the digitalisation of teaching process, and it is his or her competencies that determine the success of these systems implementation. At this point in time, teachers should start their preparation for their prospective, slightly modified, role in the teaching process, in which they are to be the creators, designers and the coordinators of the digital teaching process.

The development of information technologies and an enormous advancement of educational technologies have together caused the changes in the teaching process types and methodology. The introduction of new media into the classroom requires an additional effort from the teachers

necessary to understand and master the new media. No matter their attitude towards ICT or their understanding of the importance of the digital media, it is vital, having in mind the current moment we live in, to introduce the new media into the teaching process.

On the other hand, pupils already come to school with ever more knowledge on and skills in using digital technologies, present in their everyday lives so much that they inevitably must be included in the teaching process. In that sense, multimedia systems, distance learning, virtual schools and other technologies are gradually introduced with the goal of increasing the students' participation, higher quality evaluation of knowledge and the progress of pupils in accordance with their individual abilities and previous knowledge.

The importance of using technology in the teaching process

The use of ICT in the teaching and learning process enables a completely new organisation of scientific-educational work. Such way of organising the process focuses on individual abilities and interests of pupils, enables faster knowledge transfer and connects pupils to a database. Using technologies in the teaching process encourages pupils to be active and independent and to include imagination and creativity in their learning process. The application of personal computers in the teaching process assigns new roles and positions to both teachers and pupils. Firstly, teachers must possess didactic and information knowledge so as to be able to apply this knowledge in the classroom.

However, teachers are not the sole factor in the application of these innovations in schools. To put these into full use, it is essential for schools to be equipped with modern technology. A personal computer is a new teaching aid which, with appropriate additional equipment, software and internet access, is able to replace numerous other teaching aids. Computerised teaching and learning process enable the development of abstract thinking, a planned guidance and individual process in knowledge acquisition. The formulation of certain standards in the teaching process enables the creativity and the freedom in the work of both teachers and pupils. At the same time, it is possible to improve the quality of teaching process with the establishment of the mechanism to track its course.

It is always possible to browse the web and professional literature so as to master new skills. Understandably, such method requires higher levels of discipline, because its success depends on the individual's ability to motivate oneself, and on one's thirst for new knowledge. Having in mind the high numbers of private schools with courses in many areas, it is often rather difficult to choose the one which suits one's needs best, as finding the right information is rather time-consuming.

Teaching process, as the basic school process, and the learning that is its outcome, demand a thorough analysis of the new formula of adjustments to the 21st century, where ICT is used as the basic communication method. Traditional schooling and learning, for the modern pupil, unfortunately, can only cause dissatisfaction, dis-ease and frustration. However, even with the powerful technology's important role in the education in general, human beings and their communication with language, suggestions, praise and trust inevitably play and will continue to play an important role in the modern school and contemporary learning (Fetić 2013:165).

Individualised teaching process is an approach based on individual differences between pupils and it takes into consideration all features that a child brings in to education in general: the developmental stage, learning styles, temper, interests, motivation, gender, and family background. Based on these characteristics, the teacher creates the activities so as to make every pupils feel successful while at the same time facing challenges. Digitalised teaching process enables a flexible organisation of activities, lectures, materials analysis and a complex assessment of pupils' work.

That is why, considering the aforementioned factors, learning has a special place in the teaching process, as it is what enables a pupil to learn in other settings as well. In line with it, there is a notion of "learning to learn," i.e. learning on how to achieve cognition individually, which means that the teaching process should encourage pupils to gain knowledge individually. Learning by discovery emerges out of this notion. Information society modifies the role of knowledge compared to the traditional perception of knowledge, and the way it changes under the influence of information.

Conclusion

The application of ICT is an imperative of the modern teaching process. If chosen and implemented the right way, educational technology is able to enrich the curricula content and increase the learning success. The teacher's role is to be a didactician, methodologist and the connoisseur of the possibilities of multimedia, because only that way can he or she create the teaching process which fully uses all capacities of the chosen media and tools, while at the same time minimising their disadvantages or overcoming them. Altogether, this can lead towards more efficient and effective teaching process.

A tendency of people to use the possibilities offered by the digital technologies intertwines with education as well, so as to adjust the teaching process to the pupils' needs and make it more interesting and alluring to them. It is widely known that pupils started creating social media groups to connect with one another and exchange the information on curricula and their school obligations. That also lead teachers to start using ICT more and make learning materials more available to pupils, to encourage discussions and share with them numerous useful examples and video materials to enable them to perceive the taught materials from another perspective. Put differently, the teaching ability consists of not only having the professional knowledge but also of the choice of methodology and teaching aids which transfer the knowledge best, and of their readiness to adjust to the modern inventions.

Contemporary education needs a new learning model – active learning based on the information resources of the real world. The need for education based on ICT methodology is emphasized in modern society. Contemporary education system demands for a big leap from the model of knowledge reproduction towards the model of knowledge construction, which sees the teachers and the pupils as partners in the common goal of building the base of knowledge to acquire.

References

- Badley, G. & Habeshaw, T. (1991) The Changing Role of the Teacher in Higher Education, *British Journal of In-Service Education*, 17:3, 212–218.
- Dorđević, J. (2011). Savremene promene i njihovi uticaji na školu i obrazovanje, sadržaji problem. *Pedagoška stvarnost*(5–6), 385–397.
- Đurić, Đ. (2011). Kompetencije nastavnika i kvalitet obrazovanja učenika. In N. Potkonjak (Ed.) *Buduća škola II* (pp. 899–916). Beograd: Srpska akademija obrazovanja.
- Fetić, M. (2013). Tradicionalna škola i savremeno učenje. *Univerzitetska misao – časopis za nauku, kulturu i umetnost*, 12(1).
- Ibrahimović, S. (2014). *Obrazovna tehnologija i savremena nastava*. Čačak: Fakultet tehničkih nauka.
- Mihajlović, N. (2012). *Kompetencije nastavnika u savremenom obrazovanju*. Accessed on Blog: Naučite da učite: <https://natamihajlovic.wordpress.com/o-blogu/>
- Mirković, M. (2012). *Nastava usmjerena na učenika*. Accessed on Digitalni časopis: Pogled kroz prozor: pogledkrozprozor.wordpress.com
- Šikl, A. (2011). Savremena obrazovna tehnologija: efekti primene multimedija u nastavi. 6. *Međunarodni Simpozijum: tehnologija, informatika i obrazovanje za društvo učenja i znanja* Čačak: Fakultet tehničkih nauka.

Adina Baya
West University of Timisoara,
Timisoara,
Romania

UDC 316.774(498)-054.73

“EUROPE ENTERS WAR”: FRAMING THE REFUGEE CRISIS IN ROMANIAN CIVIC MEDIA

SUMMARY

According to Frontex, the European Border and Coast Guard Agency, an estimated number of one million people arrived as migrants and refugees in the EU throughout the year 2015. Naturally, this attracted the attention of European media, whose coverage ranged from framing the information as a humanitarian crisis to presenting it as an “invasion”. The current research aims to analyse how the refugee crisis was reflected on one of the most influential platforms for civic journalism in Romania: the blogs affiliated to the *Adevarul* newspaper. Using qualitative content analysis, the study aims to uncover the media frames by which the migration/refugee narrative was constructed, with a focus on how the problem and its causes were presented, what moral judgements were passed by blog authors and what solutions were foreseen for resolving the crisis. For a better understanding and interpretation of the analysed articles, the research starts with a brief overview of traditional and civic media in Romania, pointing at the relevance of studying the *Adevarul* blogs in order to derive pertinent conclusions about how public opinion sees the subject of migration. Moreover, the research takes an in-depth look at how the 2015 refugee crisis was reflected in European media and what are some of the current topics in European policies concerning migration, reviewing relevant up-to-date literature on the topic. Finally, the study analyses what media frames are used in articles published by 8 authors on the *Adevarul* blogging platform at the peak of the refugee crisis from 2015. Conclusions point to the fact that the dominating frames in defining the problem and its causes are represented by security, Euro-skepticism and, to a smaller extent, the humanitarian aspects of the crisis.

Keywords: refugee crisis, Romania, civic media, security, euro-skepticism

Introduction

A United Nations report on migration released at the end of 2015 placed Romania among the countries with the fastest growing diaspora in the world (United Nations 2016). With an estimated 15% percent of its population currently consisting of temporary or permanent migrants in Western European countries, Romania also registers a paradoxically wide-spread view opposing migration among its citizens. An INSCOP study released in March 2016 shows that almost 85% of Romanians are against the idea of refugees or immigrants settling in their country and over 88% would not accept them in their cities (INSCOP 2015).

The view is somewhat consistent with the official standpoint in Romania's foreign policy, as the presidential administration and government have noted on several occasions their disagreement with the refugee quota policy initially proposed by Germany. At the same time, however, the official statement was one of solidarity with the rest of the EU countries in dealing with the refugee crisis, despite the belief that imposing quotas "is not the best solution", as President Iohannis highlighted. Though such criticisms were not necessarily radical or consistent over time in Romania's foreign policy discourse, they were very vocal in the Romanian media. And as my analysis will show, the opposition towards migrants from outside the EU is also in line with opinions published in the civic media.

The current paper aims to explore how the refugee crisis was framed on one of the most influential online platforms of civic journalism: the blogs affiliated to the *Adevarul* news outlet. My research focuses on blog entries published on this platform from August to October 2015, with a particular attention on how they frame the causes, development and projected outcome of the refugee crisis. The analysis is preceded by a brief overview of the current traditional media landscape in Romania, characterized by corruption scandals and decreasing trust from the part of the audiences, in an attempt to explain the increasing importance in shaping public opinion held by forms of civic media and participatory journalism such as the *Adevarul* blogs. The in-depth examination of the opinion articles on the refugee crisis benefits from insights into the issue of migration to Europe offered by a close look at up-to-date literature on the topic.

An Overview of Traditional & Civic Media in Romania

Traditional media channels are experiencing an increasing lack of trust from the part of Romanian audiences and various forms of civic media – blogs, social networks etc. – are regarded by many as a more trusted alternative for gather information. As observed in a recent report by Reporters without Borders, reasons for the lack of trust are connected to the "excessive politicization of the media, corrupt financing mechanisms, editorial policies subordinated to owner interests and intelligence agency infiltration of staff" (RSF 2016). The tendency is confirmed by several reports from other national or international organizations that observe media trends and are connected to issues such as the extreme vulnerability of journalists to political interference and the advent of fake news generated by the political interests of media owners (see Freedom House 2016, Reuters Institute 2017, ActiveWatch 2015).

The increasing lack of credibility experienced by traditional media in Romania has led to parts of the audience turning to alternative means of information. In line with international trends of media consumption, more and more young people are getting their news online. A survey released by the European Commission at the end of 2015 revealed that even though television remains the main source of information for the largest part of Romanians, social networks are gaining wider audiences, compared to previous years. Almost half of respondents cited social networks as their main source of information on political issues and as a good means of expressing their opinions (CE 2015).

While some criticize social networks such as Facebook or Instagram for offering content prevalently connected to entertainment, there are authors who believe civic media has the ability to

fill the void of credibility left behind by traditional media and to engage audiences (see Jenkins 2007). On the one hand, social media has the ability to strengthen democratic accountability and open possibilities for “bottom-up, self-organizing participation such as direct democracy and for bypassing mass media gatekeepers and taking action to address issues directly” (Uldam & Vestergaard 2015). On the other, this platform also favors non-committed participation or “clicktivism”, as well as manipulation through commercial interests or censorship.

There are several studies probing the power of social media to spark engagement and shape opinions. For this reason, I believe an analysis of how the bloggers associated with the *Adevarul* platform frame the refugee crisis is extremely relevant.

The *Adevarul* platform hosts a series of very popular blogs written by authors with various backgrounds, such as writers, artists, people who specialize in foreign policy or human rights issues. The self-declared purpose of the platform is to add value to online debates in Romanian digital media by encouraging open dialogue between communities, irrespective of their differences and conflicts. The platform promotes diverse opinions on salient topics, supporting opposing opinions that help readers gain a full perspective on approached topics. All contributions have to be made according to a Good Practice Guide.

The Refugee Crisis in the European Media

According to Frontex, the European Border and Coast Guard Agency, an estimated number of one million people arrived as migrants and refugees in the EU throughout the year 2015. This led to “a record number of 1.82 million detections of illegal border crossings reported by EU Member States”, a number which is more than six times higher than the previous record set in 2014 (Frontex 2016).

Naturally, this attracted the attention of European media, whose coverage ranged from framing the information as a humanitarian crisis to presenting it as an “invasion”. As reflected in an extensive Council of Europe report of how “the refugee crisis” was covered in 8 European countries (Czech Republic, France, Germany, Greece, Hungary, Ireland, Serbia and UK), “overall, new arrivals were seen as outsiders and different to Europeans: either as vulnerable outsiders or as dangerous outsiders”, although stark differences were observed between Eastern and Western member states and between receiving and non-receiving countries. Moreover, the report noticed a change of tone from the summer of 2015, when many countries framed the arrival of migrants and refugees in sympathetic terms, to the autumn of the same year, when they were more and more presented in suspicious or even hostile terms (Georgiou & Zaborowski 2017).

The CoE report identifies 3 different stages that describe the general attitude towards migrants and refugees in the European media throughout 2015. The first was one of “careful tolerance” (July) following the mass drownings from the Mediterranean that happened in spring and the decision of the Hungarian government to build a physical barrier along its Serbian border (announced in July 13th). The second was one of “ecstatic humanitarianism” (September) after the extensive mediatization of 3-year old Alan Kurdi’s death by drowning in the Mediterranean, when the arrivals were mostly framed in positive terms. Finally, late autumn marked the appearance of the “fear

and securitisation” stage (November), after the Paris attacks, with detailed negative consequences of the crisis explained in the media and almost no voice granted to migrants or refugees.

An international report published by Ethical Journalism Network and covering how migration and the refugee crisis is reflected in media from 14 countries shows that “journalists often fail to tell the full story and routinely fall into propaganda traps laid by politicians”. While acknowledging that news stories on this topic do sometimes adopt a balanced and well-informed perspective, in many cases reporting is characterized by (i) missed opportunities – with, for example, journalists failing to foresee the magnitude of the crisis before it began, although sufficient signs were available, (ii) reproducing hate-speech statements of high-profile politicians, (iii) falling standards in reporting on the crisis, mostly due to poor editorial resources, and (iv) an inclination toward sensationalism, with little attention to relevant details such the difference between “migrants”, “refugees” and “asylum-seekers” (White 2015).

When it comes to word choice, a report commissioned by the UNHCR on how the refugee and migrant crisis was covered also shows significant differences throughout the EU. Journalists in Germany and Sweden tend to make more use of the word “refugee” or “asylum-seeker”, whereas the media in UK, Italy and Spain uses the word “migrant” or “immigrant” more frequently. Differences can be found as well in terms of approaches to the topic and the overall positive / negative tone of the article. Right-wing media in UK, for example, undertook unprecedented campaigns against migration, whereas Italian and Swedish media favoured more the humanitarian aspects of the refugee crisis. Also, Italian and Spanish media focused more on proposing solutions for the crisis, as opposed to Sweden and Germany where more attention was granted to presenting facts. One of the common themes throughout the studied countries was Euro-skepticism: “the European Union’s response to the crisis was widely seen as inadequate, yet it was still defined as the key institution responsible for solving the crisis” (UNHCR 2015).

The connection between the quality of reporting and how the refugee crisis is framed appears under scrutiny in a research published by the International Centre for Migration Policy Development, focusing on how media from both sides of the Mediterranean covers the topic of migration. The report looks at 17 countries and presents issues connected to the economic and political vulnerability of media institutions. Conclusions state that “everywhere the study paints a picture of journalists and journalism under pressure: of under-resourced media unable to provide the time and money needed to tell the story in context; of poorly trained journalists uninformed about the complex nature of the migration narrative; of newsrooms vulnerable to pressure and manipulation by voices of hate, whether from political elites or social networks.” (ICMPD 2016).

Current Topics in European Migration Policies

There over 65 million people estimated to be forced out of their countries of origin due to war or political persecution, according to UNCHR, the UN Refugee Agency. Some of them are labeled by the media as “migrants” and others as “refugees”. The use of one term or the other can greatly impact on how these people are perceived in the receiving countries.

Refugees are “persons fleeing armed conflict or persecution”, searching for safety in neighbouring countries or beyond. They are protected according to the 1951 Refugee Convention and other documents in international law, defining the rights that receiving states should grant refugees and clearly stating that refugees should not be expelled to countries where their life and freedom would be threatened (UNCHR 2016). Migrants, on the other hand, are people who chose to leave their home countries not because their life is under threat, but for economic reasons, education, family reunion or other reasons.

Clarifying the terminology is essential not just for how the in-coming people are perceived by the media, as will be evident from the article analysis, but also for establishing the legal framework states should abide in dealing with their situation. In the case of refugees, states have no choice but to respect the international law provisions, whereas in the case of migrants, internal policies on migration apply.

The problem of migration is not new to Europe, and the magnitude of the current influx of migrants into the EU has been compared by many to what happened during and after the Second World War. Starting with the late 1940s, Germany invited workers under the “*gastarbeiter*” policy, which was seen as a form of temporary migration. People were invited, particularly from Turkey, to enhance the workforce of a country in ruins at the time, keeping in mind that at some point they will return to their home country. While in the following decades migration into Western Europe has continued with varying intensity, it wasn’t generally considered as a vital problem for the functioning of society. As author Gabriella Lazaridis observes, this changed at the turn of the century: “A paradigm shift has taken place since 2001, which has involved the issue of migration no longer being considered one of ‘low politics’. Rather, it has become one of ‘high politics’, involving matters of national security” (2015). Many authors connect this shift with the 9/11 events, while some see it as a trend dating before the events at the WTC.

Uncontrolled/irregular migration is currently seen as a source of undermining the state’s ability to maintain sovereignty, particularly with reference to border control and national identity (Lazaridis 2015). It is also regarded as a potential generator of ethnic/religious tensions and poses problems of internal security connected to the integration of minorities. This has become particularly salient on the public agendas of countries in Europe after repeated occurrences of “terrorist events” in several cities during the past few years, many of which were connected with radical Islamic groups. In 2015, the most prominent of such events were the Paris attacks in November, consisting of six coordinated events in the capital of France, leading to 130 victims, out of which 89 were music fans at a concert at Bataclan theatre. The events came after the Charlie Hebdo shooting, in January 2015, when 12 people lost their lives after being attacked by Islamic fundamentalists in the headquarters of a satirical magazine.

As Lazaridis notes, “irregular immigration to Europe has been associated with a wide range of fears: that countries are losing control over their borders, that social systems are overstretched by unauthorised use, that indigenous workers are being pushed out of the labour market and that criminality is growing”. To this list we might add a series of others, as it will become evident from the analysis of Romanian civic media articles: the fear of a “Muslim invasion”, of recklessly fostering terrorist militants, of threatening the already frail ethnical and economical balance of the country etc.

Authors such as Maggie Ibrahim observe that “framing migration as a security issue has been possible through the broadening of the concept of security and the linking of risk and threat to migrants”, and this shift was made possible mainly through the discursive practices of politicians and journalists (Ibrahim 2005: 164, cited in Lazaridis). Portrayals of migrants and refugees in traditional media range from desperate and vulnerable people, willing to take any risk to escape their home countries, to religious fundamentalists and people who come unwilling to integrate.

Due to national or supranational laws and regulation, refugees and asylum seekers are “injected into society” and protected by human rights laws (Lazaridis 2015). However, this process can be met with extreme resistance from the local citizens, as shown by my analysis of how the refugee narrative is rendered in the Romanian civic media. A strong connection can be noticed, at EU level, between migration policies and the rise of “new racism” and its variant “Euro-racism”. New racism “capitalizes on cultural differences rather than on biological ones to discriminate and exclude certain groups of people” and constructs a narrative of “difference-as-threat” (Farny 2016). This manner of framing the refugee/migration narrative often comes up in the articles analyzed in the second part of this paper, as do most of the current concerns that shape EU’s migration policies.

Framing the refugee crisis on the *Adevarul* blog platform

In order to identify how the refugee crisis is framed, I analyzed blog entries published by 8 authors on the *Adevarul* platform in what is regarded as a peak period of the refugee crisis at EU level: between August and October 2015. The sample articles were chosen according to their topic – including all articles discussing the refugee crisis – and date of publication. For the purpose of the current analysis, the largest part of the articles was not taken directly from the platform, but from a collection published by coordinator Sorin Bocancea, which includes versions of the blog entries that were reviewed by their authors, at times including condensed, edited or abridged forms. I believe this provides a more coherent, clear and consistent view of the ideas put forward by each author. Under this form, the current research uses 8 sample articles.

The methodology of my research consists of qualitative content analysis, with a focus on uncovering the media frames used in presenting the topic under scrutiny. This method allows the observation of the structure of meaning behind each article by regarding it as part of the larger context in which it was published and thus interpreting its significance in the eyes of the audience. As stated by Manning & Cullum-Swam, this method targets the relationship “between ‘the text’ as a social construction and its form or its amputated audience-derived meaning” (quoted in Newbold et al. 2002, p. 84).

My analysis focuses on deconstructing the frames used in presenting migration in general and the refugee crisis in particular, observing how the information is selected and portrayed as salient by each of the authors under scrutiny. As stated in one of the seminal studies on this methodology, “to frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described” (Entman 1993).

Hence, my analysis focuses on (i) how the authors choose to define the problems connected to the refugee crisis, (ii) how they diagnose its causes, (iii) what moral judgments they propose and (iv) what remedies for concluding the crisis they suggest.

For this purpose, I provide detailed descriptions of the analysed content, highlighting several relevant elements such as the general tone of the article, recurring key-words, the larger context with which the topic is connected (political, social, historical etc.), the aspects on which the authors choose to focus on and the ones they choose to ignore etc.

Dominating frames in presenting the problem and its causes

The problem of security and the lack of agreement and solidarity between EU members represent the dominating frames in articles that appeared on the *Adevarul* platform on the topic of the refugee crisis throughout the second part of 2015. In addition, Romania's position in the European debate on migration is scrutinized. Euro-skepticism and the complex of being a "newcomer" in the EU, with sufficient problems of its own regarding irregular migration in Western Europe, functions as an additional frame. The humanitarian frame receives limited attention or is presented in negative terms – as a tool for manipulation used by politicians and media. Minor frames include the cultural and religious discrepancies between receiving states and in-coming migrants. More attention to these minor frames will be given in the next section, where I analyze the moral judgments passed by the authors of each article.

The problem of irregular migration is mostly presented on an alarmist tone, often describing Europe with recurring key-phrases such as "under attack" or "entering war", being "assaulted" or "invaded" by third-country migrants. For example, Cristian Unteanu, a journalist specialized in issues of foreign policy, currently working as a correspondent in Brussels on European affairs, writes on his blog that the threat to European stability, peace and prosperity is very real. Although the risk analyses of violent events that can affect Europe were systematically minimized, ridiculed or overlooked, he says, mostly due to the deep belief of European decision-makers that everyone's desire for common prosperity is stronger than hate and intolerance, and we are past the times when such feelings were overcoming reason, there are several visible "threats" awaiting in the near future. "Whether we want to admit it or not, Europe is currently under attack", says Unteanu (2016). And the main enemy is the Islamic State, he adds.

Unteanu places all his arguments under the overarching frame of national security, stating that although Romania is not currently a clear target of the ISIS attacks, it might become soon, in the "second stage" of "the Jihadi plan for Europe". Moreover, it can currently be considered a "safe haven" for Islamic fundamentalists, as the Balkans have less strict search and monitoring campaigns against Islamic communities than, for example, France. Unteanu sees Romania as a "target in waiting", that might be activated soon by militants who are currently being infiltrated throughout the country. "We are also at war, together with our Euro-Atlantic partners" and should show the proper commitment in using military force, he writes.

A similar concern for Romania's position in the debate connected to the refugee crisis is shown by Radu Carp (2016). He believes that by supporting the policy proposed by Germany, Romania might gain an ally and accelerate an upgrade in its own internal migration policy, which might prove beneficial on the long term. Although Romania doesn't have a noticeable position in the Eu-

ropean debates on migration, says Carp, as it can barely be considered a “transit state”, by showing solidarity with decisions taken at EU level it could gain long term advantages. He thinks “the refugee crisis offers sufficient motives for a better understanding of how common European values can be promoted, to what extent all Europeans adhere to them and how they can be defended” (Carp 2016).

The “Jihadist threat” is placed in a larger historical and geopolitical context by Unteanu. The risks of the Jihadist “New Caliphate” undermining project Europe was foreseen in the early 2000s by American analysts and it adds to additional risks represented by the regionalization and desire for separation of some member states and the radicalization of nationalist movements, he says (Unteanu 2016).

A similarly alarmist and slightly prophetic tone can be seen in the articles of Marius Văcărelu, a professor at the National School of Political and Administrative Studies in Bucharest, and a specialist in geopolitics. He also frames the issue primarily in terms of security, granting minor attention to the humanitarian frame. He warns that Europe is being “invaded”, and although compassion is needed in analysing the refugee crisis, it shouldn’t obstruct “the truth”.

Horia Blidaru (2015), a former law consultant and journalist, currently working as a Political Consultant for the European Parliament, also presents security as the overarching frame in constructing the refugee/migration narrative. He writes in the autumn of 2015, at the peak of the refugee crisis, that “Europe enters war”. As far as the causes of the crisis are concerned, he thinks the exodus of economic migrants and refugees into Europe is a result of the disastrous international policies impacting the Middle East.

Cristina Hermeziu (2016) focuses less on the security frame and more on Romania’s position in the refugee issue, using a less alarmist role than most other authors. She also appeals to solidarity and morals, drawing on the humanitarian frame. A Romanian journalist living in Paris, Hermeziu brings Romania’s position as a newcomer in the EU into perspective when discussing the refugee crisis. The country was part of one of the last waves of enlargement, so it’s not so long ago that Romanians were also seen as “non-EU migrants”. This position requires empathy when discussing the refugee situation, she thinks.

In a somewhat similar line of thought, Bocancea (2016) draws a parallel between the current refugees/migrants and Romanians fleeing their home country during communism or in the 1990s. However, Bocancea highlights several distinctions. He believes Romanians who fled communism or who come as economic migrants nowadays are not part of the irregular migration wave, they did not “assault” Western European countries and did not create a “crisis” similar to the current one. He also states that they came as workers, whereas current migrants from third countries mainly come “to seek social security aid” (Bocancea 2016).

The Euro-skeptical frame, constructed by highlighting the lack of solidarity between member states in dealing with the crisis, appears in the article of Iulian Chifu, an expert in conflict analysis and professor at the National School of Political and Administrative Studies in Bucharest. He believes the refugee crisis exposes deeper issues connected to European identity and leadership and thinks the reactions to the refugee crisis reveal the lack of cohesion between member states and the poor leadership qualities of national and supranational leaders. This was also illustrated

by how countries such as Greece, Italy, Macedonia and Serbia were not offered enough support to deal with the influx of refugees, he thinks. (Chifu 2016).

Chifu uses the larger historical and geopolitical contexts to frame the refugee crisis as a security issue. He wonders why the wave of migration is taking place now, five years after the Arab Spring, four years after the start of the Syrian war, and several years since the existence of ISIS started gaining international attention. He mentions the role of the US and in its allies' decision to limit their financing / supporting role in the MENA region. Moreover, Chifu does not rule out the conspiracy theory that migrants "are being sent" to polarize political options in Europe. Chifu undermines the humanitarian argument by saying some refugees are actually economic migrants. For example, citizens of Iraq and Syria who do not in fact live in war zones take advantage of their citizenship to claim asylum, he believes.

Sorin Bocancea, a professor of Political Science at the "Petre Andrei" University in Iasi, makes a Summary

of the prevailing lines of thought in the analysis of the refugee crisis, under the general idea that what Europe is facing at the moment is an "atypical war" (2016). He also tries to set the crisis in a larger geopolitical context, linking it with the interests of Russia and Turkey in the region.

Moral judgements and proposed solutions to the crisis

Moral judgments passed by article authors are mostly embedded inside a cultural and religious frame, dominated by an anti-Muslim discourse, as well as an implicit adversity towards multiculturalism and political correctness. As far as solutions and foreseeing an end to the crisis, the tone of the analysed authors ranges from moderate to predicting a forthcoming end of Europe as we know it, in case no radical measures will be taken against the "invasion". Proposed solutions include military intervention for ending the conflicts from the countries of origin of refugees and stricter control of migration into Europe, though no specific measures for this purpose are mentioned.

Implicit judgement is identifiable in the interchangeable use of the terms "refugee" and "migrant", by which economic migrants are believed to attempt to lie about their status and pass as refugees in order to reap the benefits of this status. For example, Văcărelu (2016) makes a few terminological distinctions, not just between migrants and refugees, but also "exiles" and "invaders". He denounces the manipulation professed by the media, Western European governments and the "naïve people practicing political correctness" in presenting the refugee issue, and brings the religious frame into discussion. Most suicidal terrorists in the past 50 years were Muslim, which can serve as proof of their violent nature, he thinks. Moreover, "they" come from countries dominated by violence and with poor educational systems. Hence, they cannot serve as "useful" migrants for Europe, due to poor education and lack of skills, since Europe will no longer need as much low-skill workforce in the future, he adds (Văcărelu, 2016).

Văcărelu also approaches a perennial and historically sensitive moral issue connected to migration into Europe. He deconstructs the "postcolonial responsibility of Europeans" argument, proclaiming that "responsibility is not eternal" and former colonies can no longer blame former colonizing countries after 50 years of independence. He also believes that continuing to accept migrants will lead to an increase in xenophobia and racism, which will be mirrored in the results

of political elections. “To defend our continent, we will have to recognize that we are different and hence we might be despised” (by non-Christian migrants) – a phrase which very much resonates with what was described above as ideas connected to “new racism” and “Euro-racism” (see Farny 2016).

Bocancea (2016) also puts forward the moral assumption that irregular migrants are not necessarily truthful when claiming refugee status, and might be driven more by economic purposes than by actual life-threatening situations in their home country. He dismisses the humanitarian aspect of the crisis as a tool used by the media for manipulation and affirms the right of European countries to wonder whether irregular migrants are actually refugees fleeing their countries to save their lives or rather economic migrants or “undercover agents of radical Islamic organizations”.

Blidaru (2015) uses the refugee issue to draw on the Euro-skeptical frame, stating that the burden of uncontrolled migration arrival is poorly handled by European leaders, whose discourse and decisions are often confused, contradictory, ruled by urgency and emotion, thus triggering a growing sense of insecurity for Europeans. As far as solutions for the crisis are concerned, in Blidaru’s view, handling the refugee problem in Europe means simply alleviating a symptom, when the root of the problem still persists. The real solution would be a terrestrial attack on ISIS, in Syria and Iraq, he believes.

Using the humanitarian frame as a means to forward moral judgements, Cristina Hermeziu (2016) states that “Europe will be haunted by the piles of corpses drowned in the Mediterranean” and thinks the refugee crisis is a test that will define a common European identity, turning EU into more than just administrative agreements. The author is one of the few who thinks establishing refugee quotas represents a fair way of dealing with the crisis and might function as a solution. She also criticizes the lack of public debate on the issue in Romania, compared to France or Germany. Citing Cristi Preda, one of the most active Romanian members of the European Parliament, she writes “we should show solidarity with the Southern European countries, if we want them to support our country on the long term. But we should accept only genuine asylum-seekers, not economic migrants.” (Hermeziu 2016)

Contrary to Hermeziu, Chifu thinks refugee quotas are not an inspired choice. The mathematical / secretarial undertones of the quota policy represent “EU’s evident acknowledgment of its failure in dealing with the problem of irregular migration”. The refugee crisis is “qualitative, individual, and not quantitative, numerical, requiring a mathematical result”. It should be dealt with by paying detailed attention to assistance, protection and integration issues, not by dealing with numbers, thinks Chifu (2016).

On a similar note, Bocancea (2016) believes the refugee quota system is ineffective because it is based on a European humanitarian model – an approach which will not be effective in stopping the wave of irregular migration, thus putting a fatal pressure on the European model itself. He acknowledges that the refugee crisis created an upsurge in Euro-skepticism, but disintegrating the European Union is far from being the solution – as the war-pledged history of the continent shows it. He believes the replacement of the politicians who proved their incompetence would function better as a solution (Bocancea 2016).

The complex moral challenges connected to the refugee crisis are also brought into discussion by Radu Carp, a professor at the Faculty of Political Sciences from the University of Bucharest. He thinks the refugee crisis is deeply connected to affirming common European values. Solidarity, respect for human dignity, tolerance and resistance to totalitarianism are among the core values that lie at the basis of EU treaties and they are all being tested now during the refugee crisis. Carp (2016) says member states are polarized between accepting and rejecting the quota policy, and the rejection expressed by some states (UK, Hungary, Czech Republic and other Eastern states) reveals the refusal to adhere to a common migration and asylum policy in Europe.

Adopting a solution-oriented perspective and contradicting the security frame used in connection to the refugee crisis, Iulia Badea-Guéritée, a French journalist of Romanian origin, pleads for letting alternative voices make themselves heard in public debates, avoiding the hegemony of mainstream media. She believes refugees are often scapegoated to explain fear and lack of security, unemployment, the failure of the European project, problems of the democratic model, and above all, the terrorist attacks (Badea-Guéritée 2016). She says that in front of such an influx of refugees, all-encompassing solutions are doomed to fail: both the “defending” and the “assimilating” solutions are proved wrong. The answer might be a “case-by-case” approach, she thinks, by which a careful analysis should be undertaken in all European countries, raising awareness on the full list of issues surrounding the refugees and trying to uncover the truth without the “avid search for profit” of mainstream media.

Conclusions

The analysis of the blog articles published during the peak of the refugee crisis from 2015 on the *Adevarul* platform focused on uncovering the media frames used in presenting the issue, namely (i) how the authors choose to define the problems connected to the refugee crisis, (ii) how they diagnose its causes, (iii) what moral judgments do they propose and (iv) what remedies for concluding the crisis they suggest. As shown by the content descriptions from the previous section, the dominating frames in defining the problem and its causes are connected to security, Euro-skepticism and, in a smaller extent, to the humanitarian aspects of the crisis. As far as moral judgements and solutions for the crisis are concerned, the authors adopt a predominantly cultural and religious frame, constructing an anti-Muslim and anti-multicultural discourse. The refugee quota policy is rejected by most authors as an ineffective way of dealing with the crisis, and alternative solutions include stricter control of migration and military interventions in the countries of origin of irregular migrants. All frames used in describing the refugee crisis are in line with the ones used in the media from other European countries on the issue, and with the current trends in European migration policy, though the tone tends to be more radical in dismissing the humanitarian angle and passing moral judgements.

References

- ActiveWatch (2016). Libertatea presei in Romania: 2015-2016. Available online: <http://www.activewatch.ro/Assets/Upload/files/FreeEx/rapoarte/Raport%20FreeEx%202015-2016.pdf> . Last accessed: June 26, 2017.
- Badea-Guérítée, Iulia (2016). “Uniunea european și valul troian”, in *Marșul asupra Europei*, coord. S. Bocancea (Iași: Adenium): 120–124.
- Blidaru, Horia (2015). Europa în război – singura soluție la criza refugiaților. Available online: http://adevarul.ro/international/europa/europain-razboi-singura-solutie-criza-refugiatilor-_55ec7aeff5eaafab2c530d6e/index.html . Last accessed: August 22, 2017.
- Bocancea, Sorin (2016). “Criza imigranților. O eroare politică ce zguduie principiile construcției europene”, in *Marșul asupra Europei*, coord. S. Bocancea (Iași: Adenium): 138–148.
- Carp, Radu (2016). “Criza refugiaților nu trebuie să se transforme într-o criză a valorilor comune europene”, in *Marșul asupra Europei*, coord. S. Bocancea (Iași: Adenium): 225–229.
- CE (2015). Opinia publica in Uniunea europeana. Eurobarometru Standard 84: Romania, toamna 2015. Available online: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm> Last accessed: June 26, 2017.
- Chifu, Iulian (2016). “Dosarul imigranților. Cine sunt, de unde vin, cum gestionăm această emă”, in *Marșul asupra Europei*, coord. S. Bocancea (Iași: Adenium): 93–107.
- Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51–58.
- Farny, Elisabeth (2016). Implications of the Securitisation of Migration. Available online: <http://www.e-ir.info/2016/01/29/implications-of-the-securitisation-of-migration/> Last accessed: June 26, 2017.
- Georgiou, M. & Zaborowski, R. (2017). Media coverage of the “refugee crisis”: A cross-European perspective. Council of Europe report DG1 (2017) 03. Available online: <https://rm.coe.int/1680706b00> Last accessed: August 22, 2017.
- Freedom House (2016). Romania: Country Report. Available online: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2016/romania> Last accessed: June 26, 2017.
- Frontex (2016). Frontex publishes Risk Analysis for 2016. Available online: <http://frontex.europa.eu/news/frontex-publishes-risk-analysis-for-2016-NQuBFv> . Last accessed: June 26, 2017.
- Hermeziu, Cristina (2016). “Fabule europene. Cota de imigranți pe fiecare țară”, in *Marșul asupra Europei*, coord. S. Bocancea (Iași: Adenium): 115–119.

- INSCOP (2015). The Problem of Migration (A Statistical Study) – December 2015. (Problema migrației - Studiu statistic). Available online: <http://www.inscop.ro/decembrie-2015-problema-migratiei/> Last accessed: December 12, 2016.
- ICMPD (2016). How does the media on both sides of the Mediterranean report on migration? Available online: <https://www.icmpd.org/our-work/migration-dialogues/euomed-migration-iv/migration-narrative-study/>. Last accessed: November 3, 2017.
- Jenkins, Henry (2007). What Is Civic Media? Available online: http://henryjenkins.org/2007/10/what_is_civic_media_1.html. Last accessed: June 26, 2017.
- Lazaridis, Gabriella (2015). International Migration into Europe. From Subjects to Objects. London: Palgrave Macmillan.
- Newbold, C., Boyd-Barrett, O., Van Den Bulck, H. (2002). The Media Book. London: Arnold.
- Reporters without Borders (2016). Romania: Country Report. Available online: <https://rsf.org/en/romania> Last accessed: June 26, 2017.
- Reuters Institute (2017). Digital News Report 2017. Available online: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf. Last accessed: June 26, 2017
- Uldam, J. & Vestergaard, A. (2015). Civic Engagement and Social Media. Political Participation Beyond Protest. London: Palgrave Macmillan.
- UNCHR (2015). Press Coverage of the Refugee and Migrant Crisis in the EU: A Content Analysis of Five European Countries. Available online: <http://www.unhcr.org/protection/operations/56bb369c9/press-coverage-refugee-migrant-crisis-eu-content-analysis-five-european.html>. Last accessed: November 3, 2017
- UNCHR (2016). UNCHR viewpoint: ‘Refugee’ or ‘migrant’ – Which is right? Available online: <http://www.unhcr.org/news/latest/2016/7/55df0e556/unhcr-viewpoint-refugee-migrant-right.html>. Last accessed: June 26, 2017.
- United Nations (2015). International Migration Report 2015: Highlights. Available online: http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/MigrationReport2015_Highlights.pdf Last accessed: December 12, 2016.
- Unteanu, Cristian (2016). “Europa în *Zugzwang*”, in *Marșul asupra Europei*, coord. S. Bocancea (Iași: Adenium): 255–265.
- Văcărelu, Marius (2016). “Invazia Europei și consecințele sale în secolul XXI”, in *Marșul asupra Europei*, coord. S. Bocancea (Iași: Adenium): 57–65.
- White, Aidan (2015). Moving Stories. International Review of How Media Covered Migration. London: Ethical Journalism Network.

Uglješa Belić
Novi Sad, Srbija

UDC 031 (497.11+497.5)
UDC 031:004.738.5(497.11+497.5)

ENCIKLOPEDIJSKA IZDANJA OPŠTEG TIPNA NA SRPSKO(HRVATSKOM) JEZIKU: ŠTAMPANA I/ILI ONLAJN IZDANJA

APSTRAKT

Enciklopedijski tekst je jedna od formi akademskog diskursa, hijerarhijski strukturiran prema određenim pravilima. Segmentacija teksta je vizuelno vidljiva u svakoj izdvojenoj jedinici: podaci o osobi, obrazovanje, napredovanje u karijeri, bibliografski podaci i literatura. Enciklopedija se definiše kao „naučno delo sistematizovano kao rečnik koje daje sažete podatke iz svih oblasti znanja ili iz jedne oblasti posebno” (Klajn i Šipka 2006: 440). Za ovu priliku analiziramo samo enciklopedije opšteg tipa. Kada je reč o prostoru nekadašnje zajedničke jugoslovenske države, a posle 1990. samostalnih država, za nešto više od 90 godina (od 1925. do 2017. godine) enciklopedijske podatke možemo naći u *Narodnoj enciklopediji srpsko-hrvatsko-slovenačkoj* (1925), *Enciklopediji Jugoslavije* (prvo izdanje: 1955–1971; drugo izdanje: 1980–1982), *Srpskoj enciklopediji* (od 2010. do danas su objavljena slova A, B i delimično slovo V) i *Enciklopediji Vojvodine* od 2008. do 2016. (nažalost, rad na ovoj enciklopediji prekinut je 2016). Navedena enciklopedijska izdanja su štampana, jedino je *Enciklopedija Vojvodine* u onlajn izdanju (*envoj.rs*). Njima treba dodati i Srpski biografski rečnik (od 2004. do danas, slova A–Miš) u štampanom obliku. U Republici Hrvatskoj, zahvaljujući delatnosti Leksikografskog zavoda Miroslav Krleža i svako ogromnog broja saradnika, urađeno je znatno više: *Hrvatska enciklopedija* (1999–2009), *Proleksis enciklopedija* (zasnovana na štampanom izdanju *Opće i nacionalne enciklopedije* 2005–2007, s dopunskim izdanjem iz 2009. godine), *Istarska enciklopedija* (2005), kao i sledeća dela leksikografskog tipa: *Hrvatski biografski leksikon* (štampana i onlajn verzija A–Li 1983–2013), *Krležijana* i *Hrvatski obiteljski leksikon* (2005), *Enciklopedija Hrvatskog zagorja* (2017). Većina ih ima i onlajn/digitalno izdanje. Broj i obim enciklopedijskih izdanja govore o stepenu kulturnog i naučnog razvoja jednog društva. Njihova onlajn izdanja govore i o tehnološkom razvoju, odnosno digitalnoj pismenosti konzumenata.

Ključne reči: enciklopedije opšteg tipa, štampana i onlajn izdanja, digitalizacija kulturne baštine.

Uvod

Enciklopedizam kao akademski žanr na jugoslovenskom prostoru zvanično se rađa, zahvaljujući istoričaru i univerzitetskom profesoru Stanoju Stanojeviću. I pre njega, još tokom Prvog svetskog rata i neposredno posle njega postojale su ideje koje su opravdavale početak rada na izradi takve enciklopedije.³ U zapadnom delu zajedničke države, prva enciklopedija objavljena je

³ O uzrocima neuspeha i koncepcijskom neslaganju koje je dovelo do njega uoči donošenja Krfske

u Osijeku 1887, pod nazivom *Hrvatska enciklopedija: priručni rječnik sveopćeg saznanja*, autora I. Zocha i J. Mencina. Planirano je da bude objavljena u šest tomova, ali su objavljena samo dva. Tokom Drugog svetskog rata u Zagrebu objavljena je i *Hrvatska enciklopedija* M. Ujevića, u pet knjiga (slova A–E).

Namerno naglašavamo jugoslovenskom prostoru, jer kod „prečanskih Srba”, dakle na području Vojvodine, počeci su vezani za dela *Enkyklopedia ili Kratkoe opisane svijeta nauka*, na prosto prevedena Panteleimonom Mihailovič i posvjašćena Dražejšem Rodu i Otečestvu svoemu (Budim, 1818) i *Kratka vseмирna istoria (Kurze allgemeine Weltgeschichte)* autora Đ. Magaraševića (Budim, 1831). Enciklopedijskom žanru blisko je i delo P. Stamatovića, *Mladyy Serblin u vseмирnom carstvu / Der jugend Serben* (Budim, 1834). Svakako upada u oči i činjenica da pobrojana dela iz 19. veka jesu objavljena u Budimu, a ne u Beogradu, Nišu, Kragujevcu, ili Novom Sadu.

Ideju o potrebi pisanja enciklopedije o Vojvodini dosledno je zastupao Vasa Stajić, kao i istoričari i arheolozi okupljeni oko časopisa *Glasnik Istorijskog društva Novog Sada* pred početak Drugog svetskog rata. Nažalost, ideje nisu realizovane ni do danas iako je u dva maha posao na izradi *Enciklopedije Vojvodine* otpočinjan.

Digitalizacija enciklopedija u okruženju je već desetak godina uobičajena pojava. Tako su u Sloveniji ili Hrvatskoj, uz sasvim nove, digitalizovane i starije enciklopedije, dakle one koje su nastale isključivo kao štampane.

Štampana izdanja enciklopedija opšteg tipa

Narodna enciklopedija srpsko-hrvatsko-slovenačka Stanoja Stanojevića⁴

U *Pogovoru* NE IV (Novi Sad, Sremski Karlovci, 2001, I–X, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića), poslednje knjige ove enciklopedije glavni urednik Stanoje Stanojević detaljno navodi uslove pod kojima je prva enciklopedija nastajala: „nastala je u prvoj deceniji njihove zajedničke države kada „za taj posao nije bilo gotovo nikakvih preduslova, opširnih priručničkih knjiga ili dobrih registara, dakle nije bilo skoro ničega, po čemu bi se mogao sastaviti dobar i koliko-toliko potpun alfabeta članaka, koji treba da uđu u N.E.” (Stanojević (knj. 4) 2001: III). „Podaci o živim ličnostima traženi su po pravilu od njih samih” (Stanojević: IV), poštovala se volja ličnosti da ne uvrste nečije podatke, ako su oni tako insistirali. U timu je ukupno bilo 146 saradnika – nijedna saradnica „od kojih su: 80 Srba, 45 Hrvata i 21 Slovenac. Među saradnicima su zastupljene sve političke stranke i druge razne grupe i struje u sva tri dela našega naroda. Po položaju u društvu bilo je među saradnicima N.E. 65 profesora Univerziteta, 20 akademika, 8 bivših ministara, 5 viših oficira...” (Stanojević: I).

Očigledno je da su prve enciklopedijske tekstove u Kraljevini SHS pravili muškarci izuzetne akademske moći⁵, što će ostati glavna smernica i u sačinjavanju potonjih enciklopedijskih tekstova.

deklaracije od strane Londonskog i Pariskog odbora up. Trgovčević, Lj. (1982/1983). Pokušaj pisanja jugoslovenske enciklopedije tokom Prvog svetskog rata. Istorijski časopis, knj. 29/30, 513–525.

⁴ Korišćeno je drugo fototipsko izdanje navedene enciklopedije iz 2001, u daljem tekstu NE.

⁵ O prožimanju ženskog pitanja i jugoslovenstva up. Petrović, Jelena (2008). „Žensko autorstvo između

Izdavanje *Enciklopedije Jugoslavije* (prvo izdanje u osam tomova: 1955–1971; drugo u šest tomova 1980–1990⁶) otpočelo je neposredno posle Drugog svetskog rata u Zagrebu i „u njoj je riječ o svim jugoslovenskim narodima(...) *Enciklopedija Jugoslavije* želi da bude odraz kulture i civilizacije svih južnoslovenskih naroda” (Stanojević: V). Prema Predgovoru, namera je Centralne redakcije EJ da sumira znanja o jugoslovenskim narodima i njihovim kulturama. Osim o unutrašnjoj koheziji, članovi Redakcije su vodili računa i o međunarodnom ugledu i položaju zajedničke jugoslovenske države. „To je izdanje pridonijelo afirmaciji Jugoslavije, njezinih naroda i narodnosti u svjetskim razmjerama” (*Enciklopedija Jugoslavije* 1980: VII).

U Predgovoru *Srpskoj enciklopediji*⁷ iz 2010. uređivački odbor daje ocenu JE, kao razlog za otpočinjanje novog posla: „u izradi *Enciklopedije Jugoslavije* sproveden je ne samo postupak sistematskog prećutkivanja ili iskrivljavanja činjenica koje se ne uklapaju u zadate ideološke okvire nego je, vremenom, sve očiglednije postojalo saznanje da je jugoslovenska enciklopedistika poslužila u svrhu plasmana političkih ideja usmerenih ka dezintegraciji srpskog državnog, političkog i kulturnog prostora” (*Srpska enciklopedija* 2010: 7). Iz navedenog citata je jasno da definicija enciklopedije kao („*naučno delo sistematizovano kao rečnik koje daje sažete podatke iz svih oblasti znanja ili iz jedne oblasti posebno*”) nije dostatna pa treba dodati da se radi o knjizi koja je duboko utisnuta u politički, društveni i kulturni kontekst. Pravljenje enciklopedije je uvek konstrukcija o prošlosti i sadašnjosti za budućnost u smislu izbora događaja i osoba o kojima saopštava, a pogotovo onih koje ne pominje ili ih pominje na potpuno neadekvatan način.⁸

Već u prvoj rečenici se određuje i značaj ove knjige, koja „predstavlja prekretnicu u srpskoj kulturi: Srbi su na sigurnom putu da steknu sveobuhvatnu i pouzdanu, višetomnu nacionalnu enciklopediju, te da među koricama desetotomne publikacije budu izložena važna i proverena saznanja o srpskom narodu, sakupljena u okviru mnogobrojnih disciplina” (*Srpska enciklopedija* 2010: 7).

Ako se sada u SE nalaze podaci važni za srpsku kulturu, pitanje je gde se nalaze podaci o drugim nacionalnim zajednicama koje žive sada u Republici Srbiji, odnosno u kojoj meri su takvi podaci uključeni u jedinice teksta SE (mađarske, slovačke, hrvatske, rusinske, rumunske, nemačke, jevrejske, bugarske, crnogorske, makedonske, grčke, češke, albanske i drugih naroda). U kojoj

dva svetska rata: prilog književnoj antropologiji roda”, u: *Teorije politike i roda*, ur. Tatjana Rosić (Beograd: Institut za književnost i umetnost): 67–81. O prisustvu ili odsustvu žena u enciklopedijama na jugoslovenskom prostoru (*Narodnoj, Enciklopediji Jugoslavije, Srpskoj i Enciklopediji Vojvodine*), up. Belić, U. (2016). Odrednice o ženama u enciklopedijama na srpsko(hrvatskom) jeziku. Pedagoška stvarnost, god. 62, br. 2, 262–276.

⁶ Glavni urednik drugog izdanja (samo 1. toma) bio je Miroslav Krleža. Posle njegove smrti, urednik EJ za tomove 2–6. bio je Jakov Sirotković. U daljem tekstu EJ, prim. aut. Vrlo zanimljiva viđenja Krležine enciklopedijske orijentacije iznosi prof. dr D. Roksandić, up. Roksandić, D. (2015). Krležina Enciklopedija Jugoslavije između euroskepticizma i euronormativizma: prilog poznavanju početaka Krležina projekta Enciklopedije Jugoslavije. *Studia lexicographica*, 8/2, 5–22.

⁷ U daljem tekstu SE.

⁸ Odrednica „Autonomija Vojvodine” u *Srpskoj enciklopediji* je po mišljenju autora ovog teksta, verovatno najpodesnija kao primer visoko politički ideologizovanog teksta koji zanemaruje niz istorijskih činjenica, isključivo u cilju opravdavanja jednog političkog i državnog koncepta; Isto se može reći i za odrednicu o Jovanki Broz, prim. aut.

meri su oni filtrirano prisutni u ovom tekstu? Praktično je reč o novoj ideologizaciji enciklopedijskog teksta u svrhu okupljanja podataka o (jednom) većinskom narodu?⁹

Svakako da treba spomenuti i *Enciklopediju Novog Sada*, koja ima pre svega lokalni karakter, ali budući da je Novi Sad centar kulturnog, univerzitetskog, privrednog, obrazovnog i sportskog života u jednoj regiji, samim tim, mnoge od biografija i pojmova imaju i šire, rekli bismo univerzalno značenje. Posebno je interesantna činjenica da je nosilac ovog projekta, od početka do kraja, dakle od 1993. do 2010. bilo jedno nevladino udruženje – Novosadski klub, a urednik dr D. Popov.¹⁰ Projekat „Digitalizacija kulturne baštine Novog Sada”, gde jedan od predviđenih sadržaja jeste i *Enciklopedija Novog Sada*, nažalost još ne nudi sadržaje kao ni digitalne alate za pretraživanje, pa faktički ovom sadržaju nema pristupa.¹¹

Onlajn izdanja enciklopedija

Polazeći i od zaključaka evropske konferencije „Digitalizacija evropske kulturne baštine” (Pariz, 2008), digitalizacija enciklopedijskih izdanja bi trebala da bude jedan od prioriteta, sa ciljem promocije, isticanja i vrednovanja kulturne baštine, a u cilju „... stvaranja evropske zajednice znanja”.¹² Imajući u vidu stepen razvoja savremenih informacionih tehnologija i rast tržišta na internetu, veoma je važno da i onlajn izdanja enciklopedija imaju svoje mesto. Pogotovo što enciklopedija nije vrsta literature koja se čita od početka do kraja, već se iz enciklopedija iščitavaju i koriste samo oni podaci koji nam trebaju ili nas zanimaju. Postoje i druga praktična, vrlo važna svojstva onlajn enciklopedijskih izdanja koja se ogledaju pre svega u meri dostupnosti za korisnika. Dakle, pristup internetu nam omogućava slobodan pristup enciklopedijskom sadržaju koji nam je potreban. To je ogromna prednost u odnosu na vreme koje “trošimo” npr. na čitanje štampanih izdanja u bibliotečkim fondovima ili na skladištenje gabaritnih enciklopedijskih izdanja u kućama i stanovima. Ne možemo izostaviti ni činjenicu da su enciklopedijska izdanja skupa, što ne čudi mnogo imajući u vidu broj saradnika i obim izdanja, što se posebno odnosi na štampana izdanja (troškovi štampe i poveza, distribucije, itd.) Onlajn izdanja možemo, u pravom smislu te reči, potpuno selektivno da koristimo, npr. treba nam samo jedna odrednica iz jednog toma, lako joj pristupamo i koristimo. To nikako ne važi za štampano izdanje, jer ako nam nešto treba, moramo da ga kupimo ili pozajmimo, da ga poručimo u biblioteci i na kraju možda da odnesemo u fotokopir-

⁹ Prim. autora.

¹⁰ *Enciklopedija Novog Sada* ima trideset tomova. Objavljena je zahvaljujući velikoj energiji i istrajnosti svog urednika dr Dušana Popova (1930–2012). U njenom nastanku učestvovao je veliki broj saradnika. Odrednice u njoj nisu uvek ujednačene, ponekad nedostaju literatura i bibliografija, ali bez obzira na to, ona predstavlja kulturni poduhvat vredan hvale, prim. aut.

¹¹ Nesumnjivo je da štampana izdanja navedenih enciklopedija čine veoma važan segment kulturne i naučne baštine, kao što je nesumnjivo i to da faza štampanog dela, posmatrana kao razvojna, prethodi digitalnoj, dakle najčešće jeste osnova digitalnom izdanju, prim. aut. <http://novisad2021.rs/bbns-digitalizacija-ubrojcanje-k/>

¹² O vezi znanja i digitalizacije, up. Stošić, S. (2012). „Uticaj digitalizacije kulturne baštine na razvoj društva znanja i stvaranja novih kulturnih formi”, u Digitalizacija kulturne i naučne baštine: univerzitetski repozitorijumi i učenje na daljinu, knj. 1, ur. A. Vraneš, Lj. Marković i G. Alehander (Beograd: Filološki fakultet): 309–336.

nicu, platimo fotokopiranje ili skeniranje.¹³ Uprkos rezervama, pa čak i nekoj vrsti otpora procesu digitalizacije, koji može biti uzrokovan različitim pobudama, aktivno učešće i prihvatanje digitalizacije donosi i antropološku vrednost.¹⁴

Svakako najvažnija prednost onlajn enciklopedijskih izdanja, jeste njihova potencijalna inovativnost u pogledu aktuelizacije i ažuriranja enciklopedijskih odrednica. Sa štampanim izdanjima je to gotovo nemoguće, s obzirom na visinu realnih troškova koje iziskuje svako dopunjeno ili izmenjeno izdanje. Dolazimo do zaključka da bi onlajn izdanja, osim što su jeftinija, trebala da budu pouzdanija jer konstantno ažuriranje podataka nudi korisniku/konzumentu i najsvežije, proverene podatke.

Na zajedničkom području, dakle području bivše Jugoslavije, Leksikografski zavod Miroslav Krleža u Zagrebu je znatno isprednjačio u pogledu broja onlajn izdanja, kao i njihovoj dostupnosti.

*Hrvatska enciklopedija*¹⁵ prema rečima svog glavnog urednika jeste „opća enciklopedija s pojačanom nacionalnom sastavnicom” (Hrvatska enciklopedija, predgovor mrežnom izdanju, www.enciklopedija.hr). Ona prati štampano izdanje iz 11 tomova, koje je objavljeno u periodu 1999–2009. Glavni urednici su joj bili D. Brozović, A. Kovačec i S. Ravlić, a u njenoj izradi je učestvovalo preko 1.000 autora. Sadrži preko 67.000 članaka, 17.000 crno-belih i preko 500 stranica priloga u boji. Tokom 2012. u HE završeno je ažuriranje i dopuna članaka u bazi, a sve u cilju uvođenja određenih novih konceptijskih rešenja, pre svega izraženijeg autorskog profilisanja „dela makropedijskih i preglednih članaka, kao i ilustrativne građe”. Do željenog pojma možemo doći na dva načina: preko pretraživača ili navigacijom kroz popis članaka. Otvorena je za nove saradnike u smislu prihvatanja novih članaka ili dopune postojećih uz korišćenje propisanog obrasca. Pristup enciklopediji je besplatan.

Proleksis enciklopedija je zasnovana na štampanom izdanju *Opće i nacionalne enciklopedije* od 20 tomova, čiji je glavni urednik bio A. Vujić. Tokom 2009. objavljeno je DVD izdanje, posle čega je omogućen i besplatan onlajn pristup njenim sadržajima. Danas je to „klasična, urednički nadzirana enciklopedija, ali i moderna elektronička, koja je otvorena za vanjske saradnike” (O Proleksis enciklopediji, <http://proleksis.lzmk.hr/>) jer joj se može pristupiti preko veb-stranice Leksikografskog zavoda gde je postavljena kao celina, ali i preko otvorenog mrežnog prostora

¹³ Svakako da digitalizacija knjiga menja mesto i ulogu biblioteke. U početku je bibliotekarska struka bila veoma rezervisana prema iole znatnijoj digitalizaciji, opravdano strepeći da će biblioteka izgubiti svoje vekovima zaslužen i istaknuto mesto u misiji širenja kulture i naučnih saznanja. Biblioteka danas jeste kombinacija stvarne i virtualne biblioteke, up. o tome Nastić, O. (2012). „Pojam i značaj digitalizacije kulturne i naučne baštine”, u Digitalizacija kulturne i naučne baštine: univerzitetski repozitorijumi i učenje na daljinu, knj. 1, ur. A. Vraneš, Lj. Marković i G. Alexander (Beograd: Filološki fakultet): 111–132.

¹⁴ U preglednom članku Dž. Birks (H. James Birx), polazeći sa stanovišta konceptualne revolucije, smatra da su istraživanje rasta ljudske populacije i ekoloških posledica ključne za razumevanje mogućih situacija u budućnosti, a shodno tome nakupljene informacije iz prošlih i tekućih istraživanja moraju biti dostupne za upotrebu i interpretaciju, u čemu ogroman značaj ima proces digitalizacije. Up. Birks, Dž. (2012). „Antropološka vrednost: prihvatanje digitalizacije”, u Digitalizacija kulturne i naučne baštine: univerzitetski repozitorijumi i učenje na daljinu, knj. 1, ur. A. Vraneš, Lj. Marković i G. Alexander (Beograd: Filološki fakultet): 89–91.

¹⁵ U daljem tekstu HE.

koji obezbeđuje vidljivost enciklopedijskih članaka kao jedinica univerzalne mrežne građe. Njoj se može pristupiti preko abecedara ili preko 21 struke, a pristup je besplatan.¹⁶ Sadrži preko 60.000 članaka, stalno je otvorena za pisanje novih i popravke, dopunu postojećih članaka koji nisu potpisani. Većina biografskih članaka ilustrovana je fotografijom.

Istarska enciklopedija (2005) je enciklopedija regionalnog tipa, koja sadrži podatke o „zemljopisnim pojmovima, ustanovama, osobama koje su ostavile traga u istarskoj kulturi, znanosti i drugim djelatnostima, sažeto i pregledno izlaže raspon znanja i spoznaja o Istri, prikazujući njezinu povijesnu i (multi)kulturnu osobitost, osebujujući geopolitički smještaj, višeznačne utjecaje koji su oblikovali raznolike dimenzije njezine stvarnosti“ (*Istarska enciklopedija*, <http://istra.lzmk.hr/>). Urednici su joj M. Bertoša i R. Matijašić, i ima oko 3.100 članaka sa preko 1.400 fotografija, karata i grafikona. Autori članaka su potpisani. Omogućen joj je besplatan pristup.

Krležijana je enciklopedija o Miroslavu Krleži, odnosno o njegovom delu koje je enciklopedijski obrađeno. Glavni urednik je V. Visković (<http://krlezijana.lzmk.hr/>). Sastoji se iz oko 2.000 enciklopedijskih članaka, njihovi autori su potpisani inicijalima. Poseban deo čini Bibliografija Miroslava Krleže. Zasniva se na štampanom izdanju iz 1993. godine.

Enciklopedija Hrvatskog zagorja je najnovija enciklopedija, regionalnog je tipa, objavljena sredinom 2017. Sadrži blizu 2.000 odrednica, kao i veliki broj ilustracija različitih dimenzija i žanrova. Za sada postoji samo u štampanom obliku.

Navedenim onlajn enciklopedijskim izdanjima Leksikografskog zavoda treba pridružiti i sledeća: *Filmski leksikon* (<http://film.lzmk.hr/>), *Hrvatski biografski leksikon* (<http://hbl.lzmk.hr/>), *Hrvatski obiteljski leksikon* (<http://hol.lzmk.hr/>), *Medicinski leksikon* (<http://medicinski.lzmk.hr/>), *Nogometni leksikon* (<http://nogomet.lzmk.hr/>) i *Leksikon Marina Držića* (<http://muzej-marin-drzic.eu/leksikon-marina-drzica-online-izdanje-lmzk-i-dmd/>).

„*Enciklopedija Vojvodine* (2011–2014)¹⁷ zamišljena je kao regionalna enciklopedija u kojoj će biti uvršteno sve što je bitno odredilo njenu prošlost i što čini njenu sadašnjost, kako bismo pred čitateljstvom predstavili njen potpuni identitet. Zabeležićemo i ličnosti iz drugih sredina i naroda u čijem je stvaralačkom fokusu bila Vojvodina.“ (Prezentacija Enciklopedije Vojvodine 2010: 5). „Za razliku od postojećih ili projektovanih nacionalnih enciklopedija naroda koje čini delom i višenacionalno vojvođansko stanovništvo a koje marginalno obuhvataju ličnosti i društvena zbivanja drugih vojvođanskih nacionalnih zajednica, *Enciklopedija Vojvodine* će sveobuhvatno i jednako obuhvatiti sve događaje i istorijska zbivanja na ovom prostoru, kao i ona koja su indirektno ali značajno uticala na sudbinu ovog tla i ljudi koji tu žive“ (T. Ketig, envojs.rs).

Rad na EV je obustavljen, budući da je nosilac projekta bila Vojvođanska akademija nauka i umetnosti, koja je odlukama Ustavnog suda Srbije ugašena.¹⁸ U radu na njoj se stiglo do slova I,

¹⁶ Želja je Redakcije da *Proleksis enciklopedija* postane jedan od prvih portala slobodnog pristupa na kojem će i saradnici i korisnici biti na istom zadatku, a to je pristup sve razgranatijim informacijama o celini znanja.

¹⁷ Za predstavljanje EV korišćena je publikacija: *Prezentacija Enciklopedije Vojvodine* (2010), ur. R. Kastori, Novi Sad: Vojvođanska akademija nauka i umetnosti.

¹⁸ Državni i politički koncept pod sloganom *Jedna država, jedna nacija, jedan jezik, jedna crkva i jedna akademija nauka*, je na žalost dominantno prisutan u ovašnjoj javnosti i u takvim okolnostima ideje o

autori članaka su bili potpisani i planirano je da uz veći broj biografija i pojmova idu i fotografije, odnosno da enciklopedijske odrednice budu ilustrovane.

Zaključna razmatranja

Prostim sagledavanjem opisanog, vide se rezultati enciklopedijskog rada koji opet direktno ukazuju na spremnost da se jedno društvo razvija i da otvoreno komunicira, kako unutar sebe tako i u odnosu na druga društva i zajednice. U Srbiji ili istočnom delu nekada zajedničke države enciklopedijski projekti su pojave dugog i višedecenijskog trajanja sa vrlo neizvesnim epilogom. Onlajn izdanja gotovo i da nema, o njima se čak i ne govori, što ukazuje da proces digitalizacije kulturne baštine, nije ozbiljno ni započet.¹⁹

Leksikografski zavod Miroslav Krleža u Zagrebu je primer za modernu enciklopedistiku, budući da se većina enciklopedijskih izdanja nudi i u digitalnoj formi. To je tendencija koja je prisutna odavno i u Evropi, pogotovo kroz projekt Europeana, ali i mimo njega, naročito u Nemačkoj, Austriji ili Sloveniji, uz ogradu, da onlajn pristup nekoj enciklopediji ili biografskom rečniku nije uvek i besplatan, a ponekad zahteva samo registraciju korisnika. U tom smislu, najpoznatije i najkorišćenije evropske i svetske enciklopedije poput *Encyclopedia Britannica*, *Encyclopedia Americana* (ne i sva izdanja) ili *Paulys Realencyclopädie der classischen Altertumswissenschaft*, imaju potpuno besplatan pristup i razvijen veliki broj digitalnih alata.

Jasno je da male, siromašne i nerazvijene države teško mogu da se ozbiljno i sistematski bave enciklopedistikom. Sa druge strane, interkulturno proučavanje, kulturna ekologija²⁰, pa i zajednički jezik bez obzira na to kako ga ko zvao, uz digitalnu pismenost, digitalne platforme i alate nude daleko veće mogućnosti, i što je najvažnije, potencijalno veći broj korisnika ili čitalaca. Uticali smo jedni na druge jer smo i živeli jedni sa drugima, a čini se da tu činjenicu ne mogu poreći ni granice samostalnih i nacionalnih država, to je proces koji traje, bez obzira na sve.²¹

Pažljivim i kritičkim sagledavanjem svega onoga što nam se desilo, verujemo da sistematsko i kompetentno proučavanje, otvorena komunikacija sa ciljem demokratizacije pristupa kulturnim sadržajima kojima su osnovni preduslov digitalizacija i razvoj digitalnih platformi, mogu

stvarnoj i suštinskoj autonomiji, regionalnoj akademiji nauka, digitalizaciji kulturne baštine, izvornom finansiranju, istraživačkom novinarstvu i sl. su etiketirane kao one koje narušavaju nacionalno jedinstvo, prim. aut.

¹⁹ Tokom jeseni ove godine u Beogradu je promovisano formiranje Audio-vizuelnog arhiva i Centra za digitalizaciju SANU u cilju digitalizacije kulturne baštine. Više o tome na: <http://elementarium.cpn.rs/naucni-krug/digitalizacija-kulturne-bastine/>

²⁰ Up. Kovač, Zvonko (2016). Interkulturalne studije i ogledi: međuknjiževna čitanja i mentorstva. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta.

²¹ Istoričarka Dubravka Stojanović, dosledno istražujući fenomen jugoslovenstva na primerima iz svakodnevnog života, masovne kulture i života običnih ljudi, dokazuje da je ono postojalo i da postoji i danas, kao i da platforme za dalja razmišljanja o idejama zajedništva na slovenskom jugu, imaju smisla. Up. Stojanović, D. (2017). Privatno jugoslovenstvo, <http://pescanik.net/privatno-jugoslovenstvo/>. Deo te platforme sigurno čini i Deklaracija o zajedničkom jeziku (<http://jezicinacionalizmi.com/deklaracija/>), prim. aut.

da prevladaju opšteprihvaćenu sintagmu „Enciklopedistika – nacionalni interes“ i da dovedu do nove vrednosti, oličene u shvatanju „Digitalna enciklopedistika – civilizacijski i kulturni interes“. Dakle, samo na taj način bi enciklopedistika i društvene nauke bile u funkciji opšteg i realnog društvenog razvoja²², a ne sredstvo za opravdavanje političkih i drugih projekata i nacionalnih ideologija.

Literatura

- Birks, Džejms (2012). „Antroploška vrednost: prihvatanje digitalizacije“, u Digitalizacija kulturne i naučne baštine: univerzitetski repozitorijumi i učenje na daljinu, knj. 1, ur. A. Vraneš, Lj. Marković i G. Alexander (Beograd: Filološki fakultet): 89–91.
- Belić, Uglješa (2016). Odrednice o ženama u enciklopedijama na srpsko(hrvatskom) jeziku. Pedagoška stvarnost, godina 62, br. 2, 262–276.
- Kastori, Rudolf (Ur.) (2010). Prezentacija Enciklopedije Vojvodine. Novi Sad: Vojvođanska akademija nauka i umetnosti.
- Kovač, Zvonko (2016). Interkulturalne studije i ogledi: međuknjiževna čitanja i mentorstva. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta.
- Encyklopedia ili Kratkoe opisanie sviju nauka (1818). Budim: Pismeny Kral. Vseučil. Peštanskog.
- Krleža, Miroslav (Ur.) (1955–1971). Enciklopedija Jugoslavije. Tom 1–8. Zagreb: Leksikografski zavod FNRJ.
- Krleža, Miroslav, Sirotković, Jakov (Ur.) (1980–1990). Enciklopedija Jugoslavije. Tom 1–6. Zagreb: Leksikografski zavod FNRJ.
- Magarašević, Georgije (1831). Kratka vsemirna istoria. Pešta: Matica srpska.
- Nastić, Olivera (2012). „Pojam i značaj digitalizacije kulturne i naučne baštine“, u Digitalizacija kulturne i naučne baštine: univerzitetski repozitorijumi i učenje na daljinu, knj. 1, ur. A. Vraneš, Lj. Marković i G. Alexander (Beograd: Filološki fakultet): 111–132.
- Petrović, Jelena (2008). „Žensko autorstvo između dva svetska rata: prilog književnoj antropologiji roda“, u: *Teorije politike i roda*, ur. Tatjana Rosić (Beograd, Institut za književnost i umetnosti): 67–81.
- Popov, Čedomir, Stanić, Dragan (Ur.) (2010–2011). Srpska enciklopedija. Tom 1–2. Novi Sad: Matica srpska ; Beograd: Srpska akademija nauka i umetnosti: Zavod za udžbenike.

²² Primer Japana, gde su digitalizacija i razvoj informacionih tehnologija u potpunosti prisutni u svim sferama društva, pogotovo na svim nivoima obrazovanja i zajedno predstavljaju važan zamajac opšteg – društvenog razvoja. Up. Marković, Lj. (2012). „Digitalizacija, kulturni identitet i nova paradigma modernosti“, u Digitalizacija kulturne i naučne baštine: univerzitetski repozitorijumi i učenje na daljinu, knj. 1, ur. A. Vraneš, Lj. Marković i G. Alexander (Beograd: Filološki fakultet): 15–70.

- Popov, Dušan (Ur.) (1993–2009). Enciklopedija Novog Sada. Knj. 1–30. Novi Sad: Novosadski klub – Gradska biblioteka.
- Roksandić Drago (2015). Krležina Enciklopedija Jugoslavije između euroskepticizma i euronormativizma: prilog poznavanju početaka Krležina projekta Enciklopedije Jugoslavije. *Studia lexicographica*, 8/2, 5–22.
- Stamatović, Pavle (1834). *Mladyj Serblin u vsemirnom carstvu*. Budim: Pismeny Kr. Vseučilišća Peštanskog.
- Stošić, Sanja (2012). „Uticaj digitalizacije kulturne baštine na razvoj društva znanja i stvaranja novih kulturnih formi”, u *Digitalizacija kulturne i naučne baštine: univerzitetski repozitorijumi i učenje na daljinu*, knj. 1, ur. A. Vraneš, Lj. Marković i G. Alehander (Beograd: Filološki fakultet): 309–336.
- Stanojević, Stanoje (Ur.) (2001). *Narodna enciklopedija srpsko-hrvatsko-slovenačka I–IX*. Novi Sad – Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Trgovčević, Lj. (1982/1983). Pokušaj pisanja jugoslovenske enciklopedije tokom Prvog svetskog rata. *Istorijski časopis*, knj. 29/30, 513–525.
- Ujević, Mate (Ur.) (1941–1945). *Hrvatska enciklopedija*. Zagreb: Konzorcij hrvatske enciklopedije.
- Zoch, I. i Mencin, J. (Ur.) (1887–1890). *Hrvatska enciklopedija: priručni rječnik sveopćeg saznanja*. Osijek: Tisak Dragutina Laubnera.

Elektronski izvori

- „Digitalizacija (ubrojčavanje) kulturne baštine Novog Sada”. Datum pristupa 15. 7. 2017. URL: <<http://novisad2021.rs/bbns-digitalizacija-ubrojčavanje-k/>>
- „Deklaracija o zajedničkom jeziku”. Datum pristupa 3. 4. 2017. URL: <<http://jezicinalizmi.com/deklaracija/>>
- Enciklopedija Vojvodine. Datum pristupa 20.7.2017. URL: <envoj.rs>.
- Filmski leksikon. Datum pristupa 13. 6. 2017. URL: <<http://film.lzmk.hr/>>
- Hrvatski biografski leksikon. Datum pristupa 13. 6. 2017. URL: <<http://hbl.lzmk.hr/>>
- Hrvatski obiteljski leksikon. Datum pristupa 13. 6. 2017. URL: <<http://hol.lzmk.hr/>>
- Istarska enciklopedija. Datum pristupa 12. 6. 2017. URL: <<http://istra.lzmk.hr/>>
- Leksikon Marina Držića. Datum pristupa 18. 6. 2017. URL: <<http://muzej-marindrzic.eu/leksikon-marina-drzica-online-izdanje-lmzk-i-dmd/>>
- Medicinski leksikon. Datum pristupa 8.7.2017. URL: <<http://medicinski.lzmk.hr/>>
- Nogometni leksikon. Datum pristupa 10. 7. 2017. URL: <<http://nogomet.lzmk.hr/>>

O Proleksis enciklopediji. Datum pristupa 11. 6. 2017. URL: <<http://proleksis.lzmk.hr/>

Predgovor mrežnom izdanju Hrvatske enciklopedije. Datum pristupa 11. 6. 2017. URL:

<www.enciklopedija.hr

Stojanović, Dubravka (2017). Privatno jugoslovenstvo. Datum pristupa 30. 7. 2017. URL:

<<http://pescanik.net/privatno-jugoslovenstvo/>

ENCYCLOPAEDIC EDITIONS OF THE GENERAL TYPE IN THE SERBIAN (SERBO-CROATIAN) LANGUAGE: PRINTED AND ONLINE EDITIONS

SUMMARY

The encyclopaedic text is one of the forms of academic discourse hierarchically structured according to certain rules. The segmentation of text is visually observable in every separate unit: the data on the person, their education, progress in their career, bibliographic data and references. Encyclopaedia is defined as a “scientific work systematized as a dictionary, which offers concise data from all areas of knowledge or from one particular field” (Klajn i Šipka, 2006, 440). In this paper we focus only on the encyclopaedias of the general type. When it comes to the region of the former Yugoslav state and subsequent independent states after the 1990s, in over 90 years (from 1925 to 2017) encyclopaedic data can be found in the National encyclopaedia Serbian-Croat-Slovene (*Narodna enciklopedija srpsko-hrvatsko-slovenačka*) (1925), Encyclopaedia of Yugoslavia (*Enciklopedija Jugoslavije*) (first edition: 1955-1971; second edition: 1980-1982), Serbian Encyclopaedia (*Srpska enciklopedija*) (from 2010 until today only letters A and B have been published), and Encyclopaedia of Vojvodina (*Enciklopedija Vojvodine*) (2008-2016; unfortunately, the work on this encyclopaedia was stopped in 2016). The said encyclopaedic editions are printed, only the Encyclopaedia of Vojvodina has an online edition (envoj.rs). Here we should also add the Serbian biographical dictionary (from 2004 until today, letters A-Miš) in the printed form. In Republic Croatia, because of the activities of the lexicographic institute Miroslav Krleža and a huge number of associates much more has been done: Croatian Encyclopaedia (*Hrvatska enciklopedija*) (1999-2009), Prolexis Encyclopaedia (*Proleksis enciklopedija*) (based on the printed edition of General and National Encyclopaedia (*Opća i nacionalna enciklopedija*) 2005-2007 with an extended edition from 2009), Encyclopaedia of Istria (*Istarska enciklopedija*) (2005), as well as the following books of the lexicographic type: Croatian Biographical Lexicon (*Hrvatski biografski leksikon*) (printed and online version a-li 1983-2013), Krležiana (*Krležijana*) and Croatian Family Lexicon (*Hrvatski obiteljski leksikon*) (2005) and Encyclopedia of Croatian Zagorje

(2017). Most encyclopaedias have an online/digital edition. The number and scope of encyclopaedic editions speak of the degree of cultural and scientific development of a society. Their online editions testify of the technological development and preparation of customers for the use of IT, as well as of their linguistic competence.

Key words: encyclopaedia, encyclopaedias of the general type, printed and online editions, digitalization cultural heritage.

Brankica Drašković
Dragana Prodanović
Filozofski fakultet
Univerzitet u Novom Sadu
Novi Sad, Srbija

UDC 654.195:004.738.5]:336

ALTERNATIVNI IZVORI FINANSIRANJA MEDIJSKE PRODUKCIJE: STUDIJA SLUČAJA ALTERNATIVNOG ONLAJN AUDIO FORMATA „ALARM“

APSTRAKT

U kontekstu analize razvoja alternativnih medija čiji aktivizam se sve više posmatra kao značajan vid otpora tabloidizaciji, ugrožavanju medijskih sloboda, ali i surovim tržišnim principima na kojima počivaju savremeni mejnstrim mediji, sve više se govori o strategijama *kraudsoring* (*crowdsourcing*), kao trenutno najizvesnijoj budućnosti alternativnih izvora informacija, i *kraudfanding* (*crowdfunding*) modelu alternativnog finansiranja proizvodnje i distribucije alternativnih medijskih sadržaja. Stavljajući naglasak na kvalitet sadržaja, ne podređujući ga tržišno-reklamnim modelima i politikama, alternativnu medijsku produkciju sve više pokreću „odbegli“ medijski profesionalci iz mejnstrim medija u saradnji sa udruženjima građana, ali i u samostalnoj produkciji. Jedan od primera samostalne produkcije je onlajn audio format „Alarm“ koje je prošle godine pokrenuo radijski voditeljski dvojac Daško i Mlađa. Cilj rada je da se kroz studiju njihovog slučaja analizira uspešnost *kraudfanding* modela finansiranja alternativne medijske produkcije u Srbiji. Rezultati analize pokazuju da „Alarm“ kao kvalitetan i popularan medijski sadržaj, uz visok rizik, ipak, predstavlja dobar primer ove prakse u Srbiji.

Ključne reči: alternativni mediji, finansiranje, *kraudfanding*, studija slučaja, onlajn audio format, „Alarm“

Alternativni mediji kao otpor tržišnim principima

Kriza medijskih tržišta u svetu prouzrokovana kombinacijom niza faktora – od pojave interneta koja je primorala sve do tada postojeće medije na redefinisane načine poslovanja, kreiranja i distribucije sadržaja, preko finansijske krize koja već godinama unazad potresa ceo svet i uspostavljanja surovih tržišnih principa poslovanja masovnih medija – proizvela je potrebu kreiranja alternativnog medijskog prostora u okviru kojeg se kao kriterijum za kreiranje i selekciju sadržaja uspostavlja isključivo kvalitet i interes javnosti da zna bez pritiska obavezne komercijalne uspešnosti. Na trend pokretanja sve većeg broja alternativnih medija u svetu gleda se i kao na pokušaj da se prevaziđe jaz između kreatora sadržaja sa jedne strane i konzumenata na drugom kraju komunikacionog kanala, koji napuštaju pasivnu poziciju publike karakterističnu za tradicionalne medije i uključuju se u proces stvaranja medijskih sadržaja prema potrebama i interesovanjima zajednice čiji su članovi.

Polje izučavanja alternativnih medija još uvek predstavlja „zamršenu oblast“ medijskih studija, budući da brojni teorijski koncepti različito prilaze određenju same terminologije²³, pa tako i u definisanju prakse alternativnih medija.²⁴ Konsolidaciji polja ne doprinosi ni preovlađujuća metodološka usmerenost ka studijama slučaja (Atton, 2002; Bailey i dr. 2008; Fuller, 2007; Howley, 2005; Waltz, 2005), koje daju bogatstvo detalja, ali onemogućavaju teorijska uopštavanja (Drašković, Kleut 2016: 38). Iako nisu primarno povezani sa pojavom interneta, budući da su se kroz istoriju javljali u različitim pojavnim oblicima kao što su pamfleti, karikature, stripovi, satira, revolucionarna štampa itd... (Pajnik 2010: 56) veću pažnju alternativni mediji, ipak, privlače tek sa akademskim debatama o ulozi i značaju interneta i novih medija u odnosu na tradicionalne medije. Određuju se kao 'drugi mediji', jer „nastaju izvan utvrđenih medijskih institucija i mreža“ (Aton 2002: 2) i razlikuju se od mejnstrim medija po „formi/sadržini, ali i na drugim nivoima, kao što su proizvodnja, organizacija, upotreba tehnologije, publike, svrha“ (Hadl 2008: 14). Otvoreni su za promovisanje alternativnih sadržaja i medijskih projekata i nude veći stepen interakcije i na taj način „pospešuju dijalog i stvaranje lokalnih javnih sfera ili u potpunosti brišu razlike između emitera i recipijenta omogućujući amaterima da zauzmu ulogu medijskih profesionalaca“ (Atton 2002: 27). Alternativni mediji najčešće se javljaju u vidu veb-portala ili pojedinačnih onlajn audio i video formata čiji aktivizam se posmatra kao značajan vid „otpora tabloidizaciji“, ali i tržišnim principima na kojima počivaju savremeni mejnstrim mediji²⁵ svuda u svetu. Međutim, karakteristike alternativnih medija, kako ističe Pajnik, ne bi trebalo utvrđivati isključivo u odnosu na mejnstrim medije. Ona smatra da se ne radi samo o tome da je to „slepo ili idealističko pružanje otpora masovnim medijima nego je reč o drugačijoj novinarskoj praksi, koju treba analizirati kao takvu, a ne nužno u odnosu na profesionalno novinarstvo masovnih medija“ (Pajnik 2010: 46). Karakteristika alternativnih medija na koju ukazuju novija istraživanja jeste da ih ne pokreću samo predstavnici civilnog sektora ili novinari amateri, već medijski profesionalci koji su napustili mejnstrim medije u potrazi za prostorom slobode izražavanja.

Kraudfunding model finansiranja proizvodnje medijskih sadržaja

U kontekstu analize alternativnih medija sve više se govori o strategijama kraudsorsing (*crowdsourcing*), kao trenutno najizvesnijoj budućnosti alternativnih izvora informacija, i kraudfunding (*crowdfunding*) modelu alternativnog finansiranja proizvodnje i distribucije alternativnih medijskih sadržaja (Dragičević Šešić, Martinoli 2016: 51). Putem kraudsorsinga nekadašnja publika može postati izvor informacija, ali i učestvovati u selekciji tema i sadržaja kao i u njihovoj obradi, dok strategija kraudfundinga predstavlja novi način finansiranja medija i stavlja konzumente u poziciju participacije čime se narušava uobičajena hijerarhija ovog procesa. Oni koji na ovaj način finansiraju rad medija nisu ni investitori ni donatori, jer ne ostvaruju profit od svog

²³ U teorijskim studijama u upotrebi su različite sintagme kao što su „mediji zajednice“, „alternativni mediji“, „radikalni mediji“, „naši mediji“, „mediji od naroda za narod“, „neprofitni mediji“... Njihove razlike uglavnom se utvrđuju po vremenu i mestu, kao i po teorijskom i socijalnom kontekstu u okviru kojeg su nastali (Hadl 2008: 8).

²⁴ Do sada su razvijena četiri teorijska pristupa: služba zajednici, alternativa mejnstrimu, deo civilnog društva i rizom (Bailey, Cammaerts, Carpentier, 2008: 7).

²⁵ Ovaj pojam se odnosi na medije koji privlače većinsku publiku i koji počivaju na komercijalnim i profesionalnim modelima produkcije medijskih sadržaja

ulaganja, ali ipak dobijaju zauzvrat sadržaje u čijem stvaranje su finansijski učestvovali (Aitamurto 2011: 432).

Termin kraudsorsing prvi je upotrebio Džef Hau (Jeff Howe) 2006. godine (*Magazin Wired*) i definisao ga je kao „proces kojim se na internetu pribavljaju resursi kao što su ideje, rešenja i novčani prilozi“ (Howe 2006). On prepoznaje demokratski potencijal ove strategije u tome da utiče na uobičajene organizacione mehanizme rada i finansiranja kulturne industrije i medija, kao i na dekonstrukciju postojeće hijerarhije, direktno povezujući one koji daju novac sa onima koji će ga upotrebiti za kreiranje sadržaja (Howe 2006).

Kraudfanding se posmatra i kao realizacija „kolektivne inteligencije“ (Levi 1997: 13). Levi-jeva teorija o kolektivnoj inteligenciji počiva na ideji da je znanje najtačnije kada se sastoji od udruženih pojedinačnih doprinosa koji dolaze iz različitih delova populacije – donatori opredeljujući se za konkretne novinarske projekte ne ulažu samo novac nego izražavaju i svoje mišljenje o temama o kojima žele da se izveštava (Aitamurto 2011: 433). Na taj način se ideja kolektivne inteligencije dovodi u direktnu vezu sa konceptom participacije (Jenkins 2004). Participativna kultura je ona u kojoj uloge proizvođača i potrošača nisu striktno razdvojene. To je proces u kojem se krajnji korisnici medijskih proizvoda osećaju osnaženo i ohrabreno da se uključe u njihovu produkciju i distribuciju i tako postaju kokreatori sadržaja (Jenkins prema Aitamurto 2011: 431). Ona je proizvod šireg procesa – kulturne konvergencije za koju Dženkins kaže da se odvija istovremeno u dva pravca: od vrha ka dnu (korporativno usmeravan) i od dna ka vrhu (korisnički usmeravan), pa tako medijske korporacije pokušavaju nove tehnološke mogućnosti da instrumentalizuju za širenje tržišta i uvećanje profita, dok korisnici istražuju nove načine uključivanja u proces stvaranja i distribuiranja medijskih sadržaja (Jenkins, 2004: 37).

Smatra se da u novom konvergentnom okruženju konzumenti medijskih sadržaja postaju sve aktivniji, pokazujući veću pokretljivost u izboru programa i sadržaja koje će pratiti, socijalno su povezaniji, manje podložni manipulaciji i spremniji da se uključe u proces proizvodnje i distribucije (Jenkins, 2004: 37–38). Manifestacija participativne kulture obostrano podiže motivaciju za učešće u ovako koncipiranoj produkciji i korišćenju medijskih sadržaja i jača osećaj odgovornosti novinara na drugačiji način nego u tradicionalnim medijima. Novinari opisuju ovaj odnos kao kombinaciju lične i profesionalne motivacije u kojem oni prema davaocima priloga osećaju i važnost i neku vrstu obaveze zbog poverenja koje im je na ovaj način ukazano (Aitamurto 2011).

Prva kraudfanding novinarska platforma *Spot.Us* osnovana je 2008. godine i postojala do 2015. Bila je koncipirana tako da su novinari predlagali teme koje su želeli da istražuju uz istaknutu ciljnu sumu, a potom i izveštavali davaoce priloga o razvoju priče pre njenog konačnog objavljivanja (Aitamurto, 2011: 433).

Kraudfanding model se realizuje kroz platforme koje su originalno kreirane za finansiranje stvaranja proizvoda popularne kulture, inicijalno muzike i filmova, poput veb-sajtova *Kickstarter*, *Indiegogo*, *Beacon* i drugih. Najčešće podržavani novinarski projekti na ovim platformama su različite forme istraživačkih projekata i podkasti. Termin podkast²⁶ koristi se za audio format

²⁶ Iako format postoji od sredine prve deкаде 21. veka, punu afirmaciju i rast popularnosti beleži u nekoliko poslednjih godina. Nakon ogromnog uspeha podkasta *Serial*, koji se u formi istraživačkog novinarstva bavi pravosudnim sistemom SAD kroz praćenje konkretnih sudskih procesa, za čiju prvu sezonu je nagrađen nagradom Pibodi za 2015. godinu, tržište podkasta nastavlja da raste.

namenjen distribuciji putem interneta. Nastao je kombinovanjem imena medija plejera „iPod“ i reči *broadcast* kojom se u engleskom jeziku označava emitovanje putem radija ili televizije. Čak i tradicionalni mediji uključuju ovu formu u sadržaje koje nude svojoj publici, pa je tokom prethodne godine ogroman rast slušanosti zabeležio podkast *Njujork Tajmsa Dejli* u kojem novinar Majkl Barbaro pet dana u nedelji u 20-minutnoj formi analizira najvažnija dešavanja prethodnog dana, a *Al Džazira* je upravo ovog meseca pokrenula platformu *Jetty* koja će objediniti više podkasta o različitim temama.²⁷

Istraživanjem Pew Research centra utvrđeno je da je na platformi *Kickstarter* od 2009. do 2015. godine realizovano 658 novinarskih projekata u koje je uloženo 6,3 miliona dolara (magazini, veb sajtovi i radio/podkast). Najviše ih je iniciranih od pojedinaca (43%) ili malih grupa (29%), dok su 22% kampanja pokrenuli registrovane medijske organizacije, poput *ProPublike* ili *Boston Rivjua*. Iako je kampanje moguće pokrenuti iz 18 zemlja, 84% njih je pokrenuto u Americi (Vogt & Mitchel 2013).

Ovakva praksa u Srbiji tek se razvija i postoji svega nekoliko internetskih medija koji deo novca prikupljaju na ovaj način. Istraživačke mreže KRIK (Mreža za istraživanje kriminala i korupcije) i CINS (Centar za istraživačko novinarstvo Srbije) svoj rad primarno finansiraju kroz donacije i projekte, ali je moguće finansijski ih podržati i putem bankovnih računa ili PayPal servisa. Redak primer medijske produkcije koju potpuno finansiraju slušaoci predstavlja onlajn audio format „Alarm“. Zato je cilj ovog rada da se kroz studiju slučaja ovog medijskog projekta analizira uspešnost kraufdfunding modela finansiranja alternativne medijske produkcije u Srbiji.

Metodologija

Naučni metod na osnovu kojeg se analizira predmet istraživanja ovog rada obuhvata studiju slučaja u okviru koje smo se koristili različitim materijalom, izvorima i kombinacijom različitih metoda empirijskog istraživanja: dubinskog intervjua, analize sadržaja i posmatranja dostupnih podataka na veb-sajtu i fejsbuk profilu „Alarma“. Onlajn format „Alarm“ je odabran za analizu jer predstavlja jedinstven primer kraufdfunding prakse u Srbiji koji su pokrenuli novinari i voditelji Daško Milinović i Mladen Urdarević. Emisija je pokrenuta 29. novembra 2016. godine i simbolično nazvana „Dan radio republike – Povratak Daška i Mlade“. Pre *Radio-televizije Vojvodine* (RTV), odnosno njihovog *Omladinskog radija* (*O radio*), gde su dobili otkaz, Daško i Mladen bili su voditelji jutarnjeg programa na nekadašnjem *Radiju B92* (Beograd) i na *Radiju As* (Novi Sad). Emisija se skoro godinu dana uživo emituje na adresi <http://daskoimladja.com/> radnim danom od 7 do 10 sati, a svako izdanje moguće je preuzeti i u formi podkasta. Linkovi za podkast objavljuju se svakodnevno na nalogu na Fejsbuku i Tviteru. Fejsbuk stranicu Daško & Mlada lajkovalo je 12.000 korisnika, a tviter nalog Daško & Mlada (@daskoimladja) prati 2.978 korisnika.

Pitanja za polustrukturirane intervjuje koji su urađeni sa autorima emisije formulisana su u nekoliko blokova, po ugledu na dosadašnja istraživanja sličnih primera alternativnih medijskih formata u svetu oslanjajući se i na elemente strateške analize SWOT²⁸ jer iako se alternativni medi-

²⁷ Prema rezultatima poslednjih istraživanja, u SAD različite podkaste mesečno sluša 67 miliona slušalaca, 21% više nego u prethodnoj godini. <http://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2017/>

²⁸ SWOT metoda predstavlja najjednostavniju analizu koja se koristi kod razvijanja strateškog planiranja

ji zbog svoje neprofitne orijentacije ne nadmeću na tržištu sa komercijalnim medijima, smatra se „da i oni moraju proći kroz fazu detaljnog istraživanja koje će pružiti informacije o potrebama javnosti za tu vrstu sadržaja“ (Dragičević Šešić, Martinoli 2016: 52). Ključna za ocenjivanje nekog alternativnog medijskog sadržaja jeste motivacija zbog koje nastao (Pajnik 2010) tako da se prvi blok pitanja odnosio na motivaciju, odnosno snagu pokretanja, drugi na slabosti i ograničenja sa kojima se susreću, treći na mogućnosti, a četvrti na rizike odnosno pretnje kraufunding modelu alternativnog finansiranja proizvodnje i distribucije alternativnih medijskih sadržaja. Razgovor sa obojicom autora vođen je nakon emitovanja emisije u njihovom improvizovanom studiju, nakon čega su urađeni transkripti intervjua koji su poslužili za dalju analizu zajedno sa podacima prikupljenim na veb-sajtu i društvenim mrežama.

Rezultati istraživanja

Istraživački nalazi analize i diskusije svrstani su u tri bloka. U prvom se odnose na samu motivaciju pokretanja projekta i njegov sadržaj, u drugom na mogućnosti i snage, dok je u trećem delu akcenat na pretnjama i rizicima samog kraufunding modela finansiranja. U sistematizaciji i razradi podataka korišćeni su delovi razgovora koji su navođeni pod inicijalima autora emisije D. M. i M. U.

Između zemljotresa i najeзде skakavaca

Onlajn format „Alarm“ predstavlja specifičan primer alternativnog medijskog sadržaja koji je pokrenut radi zadovoljavanja interesa i potreba određenog kruga publike, ali i bega njegovih autora od tržišne matrice formatiranja u radijskim stanicama i ograničavanja slobode izražavanja. Autori su saglasni da *ne bi otišli sa mejstrim medija da nisu morali* jer su radeći na nekadašnjoj radio stanici B92²⁹ imali zavidan broj od oko 100.000 slušalaca. Čvrsto jezgro slušalaca uspeali su da prenesu i na *O radio*, ali politički pritisci kojima je javni medijski servis *Rado-televizije Vojvodine* bio izložen promenom vladajuće političke strukture u AP Vojvodine 2016. godine, u periodu *između zemljotresa i najeзде skakavaca* primorao ih je da egzistencijalni i profesionalni opstanak potraže u virtuelnoj zajednici.

Prošli smo muku novih vremena, koja za radio znači formatiranje za opstanak u mejnstrim medijima. Nismo želeli da se uklopimo u format u kojem govoreni deo traje dva minuta, a onda slede četiri pesme. Čitaš nešto što je unapred napisano, što je urednik je pročitao i odobrio (M. U.).

„Alarm“ je emisija koja po formatu odgovara programskom bloku jutarnjeg programa u tradicionalnim medijima u kojoj dvojica autora aktuelne teme u Srbiji i svetu i na zabavan i ironičan

za pokretanje određenih projekata. S – snage (strengths), W – slabosti (weaknesses), O – mogućnosti (opportunities), T – pretnje (threats).

²⁹ *Radio B92* koji je osnovan 1989. godine (odigrao važnu ulogu u društvenim događanjima tokom devedesetih godina) usled promene vlasništva transformisan je 2014. godine, kada je promenio naziv u *Plej radio* i nametnuo sa na tržištu sa novim konceptom brzih informacija i muzičkih hitova.

način kritički analiziraju. Muzika koju puštaju u okviru emisije ne podilazi ukusu širokih masa već je okrenuta rokenrol i alternativnim muzičkim pravcima. Dakle, reč je o alternativnom medijskom sadržaju, koji po svojim osnovnim karakteristikama opslužuje samo određenu zajednicu slušalaca. Ta zajednica želi da kritički propituje stvarnost koju živi i ima specifične potrebe kada je u pitanju zadovoljavanje muzičkog ukusa. Sigurno je da za ovakvim medijskim sadržajem, kako se tvrdi, „komercijalni mediji nemaju interes, a ni javni medijski servis pod stegom elitnih grupa koje kontrolišu medijske kapije“ (Atton 2002: 27).

Bez obzira na okolnosti u kojima su ostali bez posla autorski dvojac „Alarma“ odbija da se stopi sa sveopštom slikom medijskih profesionalaca u Srbiji koji svoje nezadovoljstvo medijskim mrakom i dominacijom tabloidnog izvrtanja stvarnosti izražavaju kroz saopštenja, štrajkove glađu i razne vidove protesta. Polazeći od stava *Mi jesmo žrtve mnogih stvari, ali ne živimo lifestyle žrtve* (D. M.) odlučili su da svoj talenat i profesionalno iskustvo testiraju u direktnoj interakciji sa publikom pozivajući je da participira u kreiranju njihovog medijskog sadržaja. Kraudfanding kampanju za „Alarm“ pokrenuli su kao fizička lica i nisu registrovani kao udruženje niti kao medijska organizacija. Trenutno oko 400 njihovih slušalac plaća od jednog do 50 dolara preko platforme PATREON,³⁰ a prosečna donacija iznosi pet dolara. Server putem kojeg se emituju nalazi se u Holandiji i još dve lokacije u svetu što im omogućuje da rade van dometa nacionalne zakonske regulative. Međutim, nemogućnost finansiranja jačeg servera im ograničava slušanost. Trenutno emisiju uživo prati 2.500, a između 10.000 i 12.000 korisnika ih sluša odloženo u formi podkasta. Dakle, svakodnevno ih prati oko 15.000 slušalaca što nije velika brojka, ali je veća od procenta gledanosti i slušanosti koju, na primer, ima Centralna informativna emisija njihove bivše kuće – RTV.³¹

Prisnost i selfmarketing u granicama dobrog ukusa

Ono što dvojica autora ističu kao prednost ovakvog vida proizvodnje i distribucije medijskog sadržaja jeste što on nameće veću prisnost sa svakim slušaocem ponaosob. Kako kaže jedan od njih *Ljudi imaju utisak da te dobro poznaju* (M. U.). Njihovi korisnici nisu samo sa teritorije Srbije već i iz regiona, a nije mali broj ni onih koji ih slušaju širom sveta, takozvana *jugoslovenska dijaspora* (D. M.), a njihova starosna struktura kreće se od 20 do 60 godina.

Tu su i Bosanci, Hrvati, ali jugoslovenska dijaspora. To je ona dijaspora koju je rat poterao, prijateljska emigracija, izbeglice iz besmisla. Oni su nam finansijska kičma, stalni donatori. Preko 80 odsto sredstava oni doniraju (D. M.).

Ovaj podatak odgovara ideološkom profilu dvojice autora i stavovima kojima okupljaju zajednicu slušalaca očitо građanski orijentisanu izvan nacionalnih političkih narativa koji na području

³⁰ Od uplata korisnika Patreon uzima procenat od 5 odsto, a PayPal 8 odsto.

³¹ Najnovija istraživanja agencije AGB Nielsen Media Research govore da pojedine emisije *Prvog programa Televizije Vojvodine* doživljavaju veliki pad popularnosti. Podaci od 18. oktobra pokazuju da je Dnevnik 1 gledalo 8.063 gledalaca, odnosno 1,9 odsto ukupnog auditorijuma. Veoma lošu gledanost imao je i Vojvođanski dnevnik sa 7.591 gledaocem i udelom gledanosti od 1,1 odsto, dok najlošije podatke gledanosti beleži emisija Novosadske razglednice sa 4.464 gledalaca i udelom gledanosti od 0,81 odsto. Izvor <http://voice.org.rs/wp-content/uploads/2017/10/IMG-993b62f2413f87249d6dec4b8e659a-V-1.jpg>

Balkana još uvek neguju konfliktnu retoriku. Prisnost sa slušaocima im omogućuje direktan uvid u profil slušalaca. Njihov presek se kreće *od onih koji sede u upravnim odborima međunarodnih farmaceutskih firmi do seljaka iz Botoša* (D. M.). Među njima je i dalje mnogo više onih koji ih slušaju nego onih koji plaćaju. *Tek svaki 20. slušalac plaća, ali to je naplativost i HBO-a i Netflix-a, tako da se mi ne žalimo* (D. M.).

Kraudfanding postavlja nove zahteve pred novinare, a jedan od njih je i samopromocija (motivisanje korisnika njihovih sadržaja kao potencijalnih davalaca novčanih priloga) koja je u suprotnosti sa samopercepcijom novinarskog identiteta kao nezavisnih kreativnih stvaralaca (Aitamurto, 2011: 435). Autori „Alarma“ navode da imaju isti problem kada treba da pozivaju slušaoce da uplaćuju novac:

To jeste najneprijatnije. Trudimo se da ne gnjavimo ljude, da bude diskretno, jednom u emisiji se čuje da je rad ovisan o donacijama (D. M.).

Da bi umanjili mučnost suočavanja sa marketinškim obavezama, kreiraju duhovite fotomontaže prepoznatljivih plakata putem kojih pozivaju korisnike da finansiraju njihov rad. Plakate objavljuju na svom Fejsbuk i Tviter nalogu.



Slika 1



Slika 2

Slika 1 prikazuje propagandni plakat *pin-up* devojke kakvi su masovno korišćeni tokom Drugog svetskog rata u Sjedinjenim Američkim Državama za podsticanje regrutacije. U verziji koju je „Alarm“ podelio sa pratiocima na svojoj FB stranici dodat je tekst kojim se poziva na plaćanje „daškoimladarine“, kako se u reklamnom materijalu šaljivo naziva novac koji se prikuplja putem kraudfandinga.

Drugi plakat (slika 2) referiše na kampanju „Podignimo stupove“ kojom se već godinama prikupljaju sredstva za obnovu manastira Đurđevi stupovi u Starom Rasu, započetu 1999. go-

dine. Prepoznatljivi slogan prepravljen je u: „Podignimo Patreone“ i poziva publiku da „obezbedi nesmetan rad svealarmdžijskog iskušenštva“.

Ovoj svrsi su implicitno namenjene i izmišljene reklame, koje istovremeno imaju i funkciju ismevanja uobičajenih jutarnjih programa na mejnstrim radijskim stanicama. Tako se u formi uobičajenog radijskog reklamnog džingla izriče istovremeno kritika sadržaja radijskih programa, ali i devijantnih društvenih pojava i procesa. Takve su izmišljene reklame za banku koja nudi kredite za refinansiranje prethodno uzetih kredita u istoj banci a za jamčevinu traži: *samo ličnu kartu, oko, bubreg i nerođeno dete* uz slogan *HCNS banka – uvek na svojoj strani*. Slična je i reklama za *privatni fakultet za studiranje menadžmenta u medijima i medija u menadžmentu dr Arčibald Šiz* koji svim svojim studentima *garantuje brzo završavanje i skripte ne veće od 15 kucanih strana fontom 17, boldovano*.

U praksi kraundfandinga uobičajeno je da osnovni sadržaj koji se nudi bude besplatan za sve, a da se patronima omogući pristup još nekom premijum sadržaju, ali ovde to nije slučaj. Jedini vid produbljivanja interakcije sa publikom su njihovi standap nastupi uživo pod nazivom „Čabare“ koji se organizuju jednom mesečno. To je prilika i za slušaoce koji se poznaju po nadimcima pod kojima šalju poruke da se lično upoznaju.

Da nema takvih druženja nikada ne bismo saznali da, recimo, Ludo prase ide u sedmi razred osnovne škole (M. U.).

Kao vid kraudsorsinga jednom u mesec dana tokom emitovanja „Alarma“ puštaju se muzičke numere sa plej-lista odabranih patrona, a budući da je za potrebe emitovanja njihovog audio formata stvorena platforma čiji se potencijal samo delimično koristi, autori planiraju da se ona u budućnosti ispuni i drugim sadržajima. Uskoro će dvojica njihovih kolega iz istog studija početi da emituju svoju muzičku emisiju, a želja je da se u budućnosti oko inicijalnog projekta razvije mreža koja će okupiti i druge autore i autorke i omogućiti kreiranje i distribuciju drugih sadržaja.

Zvali smo i naše koleginice, koje su otišle sa RTV-a da rade emisiju sa istraživačkim temama. Naša ideja je da se ovde stvori neki nukleus iz kojeg će se posle razvijati priča, da kad mi ujutru odemo, dođe neko drugi ko će raditi svoju emisiju. Ovde može da se stvori novi B92 (M. U.).

Finansijska i tehnička ograničenja kao glavne pretnje

Ono što trenutno predstavlja glavnu pretnju ovakvom funkcionisanju jesu finansijska i tehnička ograničenja. Ideja emitovanja programa putem interneta jeste da se publika stalno širi, ali to još uvek ima visoku cenu jer jači serveri više i koštaju. Autori kažu da oni u ovom aspektu poslovanja (hosting, server za internet emitovanje) imaju tehničku podršku profesionalaca koji im ne naplaćuju usluge, a oni im zauzvrat puštaju jednom dnevno u programu reklamni džingl. Širokopojasni internet u Srbiji još uvek nije dovoljno razvijen i relativno je skup, pa autori to navode kao jednu od ključnih prepreka za veću slušanost njihovog programa. Kako sami kažu, kada internet bude dostupniji i jeftiniji na mobilnim telefonima, u ugostiteljskim objektima i prevoznim sredstvima, stvoriće se uslovi i za veći broj slušalaca.

Kad se internet ne bude davao na kašičicu na telefonima, onda ćemo biti slušaniji. Ne mogu nas slušati u kolima što je tradicionalno najčešći vid slušanja radijskih formata (D. M.)

Dok nam se recimo javlja kamiondžija iz Norveške, on ima internet u kamionu. Čovek iz budućnosti (M. U.).

Kao rizike kraudfandinga izdvajaju nesigurnost i nestalnost uplata, kao i inertnost slušalaca jer oni koji se ne odluče za finansiranje putem platforme *Patreon* moraju da uplaćuju novac putem bankovnog računa, a to zahteva dodatni napor i vreme.

Jednom nam je na ulici prišla žena i rekla da nas sluša, ali da ne zna da uplati novac preko interneta, pa nam je dala u ruke 1.000 dinara (M. U.).

Zato oni insistiraju da je najefikasniji način za ovaj vid finansiranja upravo kroz *Patreon* koji im pruža sigurnost makar meseca dana unapred. Kao dodatnu prednost izdvajaju i proces osmišljen tako da nakon inicijalnog određenja iznosa koji se uplaćuje, svakog sledećeg meseca program sa računa skida taj iznos sve dok se ta komanda ne izmeni.

Kao neupitni prioritet postavljaju tok programa i njegovo finansiranje, a preostali novac odlazi na plate. Upravo zbog pomenute neizvesnosti oni su kreirali „fond za amortizaciju“ za kojim mogu da posegnu u slučaju da se nešto od opreme pokvari i da zahvaljujući tome odmah mogu da nastave sa emitovanjem. Što ukazuje na visok nivo svesti o poslovanju uprkos neizvesnosti opstanka koja sve vreme stoji pred njima.

Zaključne napomene

Rezultati analize pokazuju da „Alarm“ kao kvalitetan i popularan medijski sadržaj, koji svakodnevno sluša između 10.000 i 15.000 građana (2.500 prati uživo), a u čijoj realizaciji participiraju donacijama od jednog do 50 dolara, uz visok rizik, ipak, predstavlja dobar primer kraudfanding prakse u Srbiji. Kao *ad hoc* medijski format „Alarm“ je tipičan primer proizvodnje i distribucije radikalno drugačije od mejnstrim biznis praksi. Autorski dvojac predstavlja neku vrstu modernih pirata koji koriste činjenicu da internet još uvek izmiče zakonskoj regulativi i u tom smislu nemaju dodatna opterećenja i ograničenja koja imaju tradicionalno ustrojeni mediji.

Participacija i interakcija je na visokom nivou, čime se pospešuje dijalog i uklapa u koncept „stvaranja lokalnih javnih sfera i skoro u potpunosti brišu razlike između emitera i recipijenta“ (Aton 2002).

Po ugledu na pozitivne primere u svetu, kakvi su berlinski list *Die Tageszeitung* i američki analitički sajt *Politico*, ovaj projekat oslanja se na poslovnu politiku zasnovanu na razumevanju da savremeni čovek ne može više da se oslanja na državu ili korporacije i od njih očekuje informacije, kao i da konzumenti medijskih sadržaja, ukoliko žele da budu obavešteni, moraju onima koji to čine da obezbede uslove za rad. Autori „Alarma“ zaključuju da je za sve novinare, ali i konzumente medijskih sadržaja u Srbiji pravo vreme da razmisle o svom mestu i načinu finansiranja u 21. veku u kojem, prema njihovim rečima, svima treba da bude jasno da će biti obavešteni ispravno onoliko koliko su spremni da izdvoje za to. *Ako im je važnije da kupe cigarete a ne informaciju, onda će dobijati besplatno lažne vest. Ako su spremni da izdvoje u vrednosti jedne kutije cigareta mesečno, dobiće dobre informacije. Tako stvari stoje (D. M.).*

Praksa kraudfandinga omogućila je u ovom primeru kreiranje novog medijskog formata bez pojedinačnih velikih ulaganja. Umnožavanjem većeg broja malih priloga na ovaj način stvoren je medijski projekat od kojeg korist uživaju i kreatori i konzumenti, a svoj pionirski poduhvat na našim prostorima Daško i Mladen opisuju kao „pucanj u mrak“ koji je na slobodnom tržištu ipak rezultirao uspehom. Zato bi glavna preporuka za buduću praksu bila podizanje svesti u javnosti o značaju sličnih alternativnih medijskih platformi, zatim podizanje svesti medijskih profesionalaca o mogućnostima primene strategija kraudsorsing i kraudfaunding, kao i razvoj teorijskih diskusija i novih definicija u domaćem kontekstu.

Nastavak budućih istraživanja trebalo bi usmeriti na – patrone – novu vrstu krajnjih korisnika medijskih proizvoda koji napuštaju pasivnu poziciju i postaju finansijeri i kokreatori koji se uključuju i u selekciju sadržaja čime se narušava tradicionalna podela uloga kao i paradigma „čuvara kapija“.

Literatura

- Aitamurto, T. (2011). The Impact Of Crowdfunding On Journalism. *Journalism Practice*, 5: 4, 429–445.
- Atton, C. (2002) *Alternative Media*. London: Sage.
- Bailey, O., Cammaerts, B, Carpentier, N (2008) *Understanding Alternative Media*. McGraw Hill: Open University Press.
- Dragičević Šešić, M., Martinoli, A. (2016) Upravljanje medijima civilnog društva. U: Sejdinović, N., Serenčeš, Ž.,(ur.). *Mediji civilnog društva* (46–89). Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine.
- Drašковиć, B., Kleut, J. (2016) Mediji civilnog društva kao neiskorišćena šansa za transformaciju lokalnih medija u Srbiji: perspektive medijskih poslenika. U: Car V, Matović M, Turčilo, L. (2016). *Mediji i javni interes*. (37–51). Zagreb: Fakultet političkih znanosti, HannsSeidel-Stiftung.
- Hadl, G. (2008). Mediji zajednice? Alternativni mediji? Analiza koncepta medija naroda, od naroda i za narod. *CM Časopis za upravljanje komuniciranjem*.6: 5–28.
- Howe, J. (2006, 6. januar). The rise of Crowdsourcing. Preuzeto 15. oktobra 2017. sa adrese: <https://www.wired.com/2006/06/crowds/>
- Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1): 33–43.
- Levy, P. (1997). *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge, MA: Perseus Books.
- Vogt, N., Mitchell, A. (2013, januar 20). Crowdfunded Journalism: A Small but Growing Addition to Publicly Driven Journalism. Preuzeto 15. oktobra 2017. sa adrese: <http://www.journalism.org/2016/01/20/crowdfunded-journalism/>

ALTERNATIVE SOURCES OF MEDIA PRODUCTION FUNDING: CASE STUDY OF ALTERNATIVE ONLINE AUDIO FORMAT „ALARM“

Summary

In the context of the analysis of the development of alternative media, which in recent years most often appear in the form of various web platforms, and whose activism is increasingly seen as an important form of resistance to processes of tabloidization and violation of media freedom, but also to harsh media market business principles, there is more discussions about crowdsourcing strategies, as the possible future of alternative sources of information and crowdfunding model of alternative financing for the production and distribution of alternative media content. By emphasizing the quality of content, which is not produced by dominant business and advertising standards and policies, alternative media production is increasingly driven by “fugitive” media professionals from the mainstream media in cooperation with grassroots initiatives, but also as a form of independent productions. One of the examples of independent production is the online audio format „Alarm“ launched last year by the radio duo Daško and Mlađa. The aim of the paper is to analyze the success of crowdfunding model of financing alternative media production in Serbia using the case study. The results of the analysis show that „Alarm“, as high quality and popular media content, regardless of high risk of this business model, represents a good example of this practice in Serbia.

Keywords: alternative sources of financing, crowdfunding, case

Vladislava Gordić Petković
Faculty of Philosophy
University of Novi Sad
Novi Sad, Serbia

UDC 305-055.2:791.242

GENDER AND SOCIAL ROLES IN THE MEDIA: FAUX FEMINISM OF "GILMORE GIRLS"

SUMMARY

The paper discusses feminist issues in the TV show "Gilmore Girls", famous for its romanticization of teen pregnancy and single white motherhood on the one hand, and unconventional treatment of conflicting gender and social roles on the other. The dramedy ran from 2000 to 2007, only for Netflix to revive it in 2016 in a limited run of four 90-minute episodes which were met with critical acclaim. While Lorelai Gilmore, a single mother who had raised her daughter in a fictional town Stars Hollow, Connecticut by working as a hotel maid despite the wealth of her parents, embodies the values of a third-wave feminist being both independent and reveling in her femininity, Rory Gilmore does not follow in her mother's footsteps. Lorelai prefers to be demoted to working class rather than be constantly subjected to her parents' negative assessment of her choices and thus maintains her independence the hard way, whereas Rory's choices contrast markedly with feminist values, as she lets her life decisions be shaped by patriarchal influences and her romantic relationships marked by inequity. With the help of N. R. Rockler's and R. Silbergleid's studies of strategies of depoliticization in American entertainment culture, the paper analyzes the way media and technology shape up young girls expectations and their clashes with their mothers, as the TV series offers contrasting types of motherhood. Except for three generations of the Gilmores, there is also Rory's best friend Lane, whose biggest issue is not the pressure of Korean heritage but her overbearing mother, whose austere and unyielding parenting style is opposite from Lorelai's flexibility and friendliness. The paper will also focus on the archetypes American popular culture is working with when dealing with strained relationships between mothers and daughters, and study the ways entertainment culture deals with the personal and the political.

Key words: TV shows, gender, feminism, entertainment culture.

Introduction³²

Set out to be liked by many, popular culture naturally turned from a sum of cultural products for passive recipients into a contested field filled with meanings which are being encoded and decoded. The underlying message of popular culture projects is never what it seems to be; as is most-

³² The paper is part of the research project no 47020 "Digital Media Technologies and Socio-Educational Changes", funded by the Ministry of Education and Science of the Republic of Serbia.

ly the case with contemporary cult figures and cult phenomena, there is always a hidden agenda, especially with the feminist issues which seem to be the most contested and the easiest to dispute.

The feminism's "third wave" marks the time of the so called postfeminist generation, which, having never lived in a world without the women's movement, justly claims feminism as its birth-right. Postfeminism is focused on individualism, since the collectivity is supposed to have already managed to fulfill the political goals and demands of the feminist movement. For instance, the third wave feminism is fully aware of marriage's sordid social and economic history and thus turns singlehood into a social and economical status which is not humiliating anymore. Considered postfeminist for its questioning the conventions of the collectivity and discussing the positive aspects of singledom, *Gilmore Girls* functioned as a model of a liberating TV show for a very long time and, ever since its pilot episode aired on October 5 2000, it was met with warm expectations and ardent support mostly by feminine audience. The debut of the show about a single mother and her teenage daughter who live in a world where their bond is constantly challenged was not easy, as the series had to compete with the enormous popularity of "Friends", but soon the audience doubled. For the last seventeen years, *Gilmore Girls* "felt important and fully representative of the success of the feminist movement because it was a show created, written and produced by, and about women." (Kappel).

At the first glance, it seems that *Gilmore Girls* has been unanimously praised. The show "endorses strong female role models, celebrates independent women and highlights the complexity of female friendships", (Screenprism), whereas its characters are seen as "headstrong, hardworking and vulnerable", no matter how contradictory that might sound. As a result, "the concept of the series appears to be the epitome of feminism; strong female characters with realistic flaws who exist outside of being the love interest of a male lead character" (Jade). The show's real success is said to be its ability to seamlessly weave casual feminism into everyday life. This impression resisted for a long time before media critics and gender experts decided to dig deeper.

The premise and the protagonists

The series recounts the life of Lorelai Gilmore (Lauren Graham) and her daughter Lorelai "Rory" Gilmore (Alexis Bledel). The mother's naming her daughter after herself obviously implies the identification of their goals and demands, but also has a clear feminist purpose.³³ Lorelai became pregnant at sixteen and left her home, trying to distance herself from the demanding parents and to live a life of her own. She settled in the fictional town of Stars Hollow, Connecticut, breaking up not just with her nuclear family, but with the whole concept of high class life she was meant to lead. The series begins with Rory as an extremely smart student at almost sixteen and Lorelai, now in her mid thirties, running a hotel in the town. The daughter's dream is to study at Harvard, but she has to enroll to the prestigious Chilton College first, where the tuition costs an unaffordable sum of money. Being in dire financial straits, Lorelai decides to reconnect with her

³³ Here is how Rory explains her name: "It's my mother's name, too. She named me after herself. She was lying in the hospital thinking about how men name boys after themselves all the time, you know, so why couldn't women? She says her feminism just kind of took over. Though personally I think a lot of Demerol also went into that decision."

parents, conservative but benevolent couple of high class and strong social standing whose way of life is repugnant to their daughter. Many joys, traumas, conflicts and crises will unfold throughout the one hundred and fifty-four episodes of the seven initial seasons, but the issue of women's independence will be constantly re-enforced. There are many picturesque characters such as Lorelai's romantic interest, tough and noble Luke (Scott Patterson), the owner of the coffee shop which is an important setting of the plot; Sookie (Melissa McCarthy), the hotel's extraordinary chef and unconditional friend of Lorelai; Lane Kim (Keiko Agena), Rory's best friend, a young Korean woman who lives with her mother, a strictly religious shop owner, Mrs. Kim (Emily Kuroda); the schoolmate of Rory Paris Geller (Liza Veill), first her rival and then her bosom friend.

There are also several male characters who reserve a space for the comedy of the absurd, but none of them is bossy, violent or aggressive: Taylor Doose (Michael Winters), the eccentric mayor of Stars Hollow and a hopeless nitpicker who is engrossed in solving the most irrelevant problems of the city, slightly autistic Kirk (Sean Gunn) and the black concierge Michel (Yanic Truesdale), who is flamboyant, peevish and eccentric. Male characters in the show are mostly noble and supportive of women. Ahsan offers a strange but true typology of these characters: "While the series may be focused on the Gilmore women, it also offers a plethora of male archetypes: Max (the one that got away), Christopher (the one you "want to want"), Dean (the starter boyfriend), Jess (the "bad boy"), Logan (the charming taker rather than giver) and Luke, who wears the crown (backwards cap?) as the mascot of a male audience."

Gilmore Girls offers a few active, hardworking characters who are eccentric to the point of being autistic, but still able to go with the flow and integrate into the society, which is all but hostile: the social community of Stars Hollow resembles a hybrid of Hobbit's Middle-earth and a satire of *The Stepford Wives*, and against this idyllic background nothing tragic can ever happen. The show is characteristic for its strict evasion of violence, intolerance, criminal, destitution and similar touchy issues: there is no room for either evil or unhappiness in *Gilmore Girls*. Retracting from life's unpleasantness means that the show lacks insight into many burning issues of womanhood and feminism as well.

Stars Hollow abounds with characters that defy gender stereotypes, such as Gypsy, the practical and realistic woman who is the best mechanic in town; glamorous and talkative Miss Patty who runs a performing arts school; Taylor the neurotic, distracted, and whiny businessman; Mrs. Kim, the seemingly insensitive, strict and pious antique dealer; Babette the coarse-voiced gossip who divides her time between her silent jazz pianist husband and her cat. These characters are not stereotypically feminine or masculine, but rather the quirky sketches meant to defy routinely outlined sitcom characters. However, this casual gender equality has nothing to do with feminist agenda, since the fairy tale elements of the plot prevail over any form of intended gender correctness.

"Without being dogmatic or sanctimonious", the show is still regarded an "effortlessly feminist series" (Screenprism). This means that *Gilmore Girls* does not openly introduce a radical feminist agenda, yet feminist perspectives are peppered throughout the dialogue and the plots about two intelligent, witty and vulnerable female leads who indulge in junk-food, coffee and rapid-fire dialogue. The show has been said to endorse strong female role models and celebrate independent women, but the minute analysis of plots and motives might well show otherwise. Rather than

dwelling on Lorelai's struggle as a young single parent (which might have been a strong and persuasive feminist motif), *Gilmore Girls* chose to focus on her emancipation and achievements. She surely has not grown up and developed throughout the series, at least not in terms of an average or expected progress in life, but she has found her unique way of dealing with troubles, and made her daughter understand her position. In her valedictorian speech in the finale of the show's third season, Rory summarizes the essence of *Gilmore Girls* codes and roles: "My mother never gave me any idea that I couldn't do whatever I wanted to do or be whomever I wanted to be. She filled our house with love and fun and books and music, unflagging in her efforts to give me role models from Jane Austen to Eudora Welty to Patti Smith. As she guided me through these incredible eighteen years, I don't know if she ever realized that the person I most wanted to be was her."

It is easily overlooked that the much loved show about independent women actually is based on an unrealistic plot with an implausible financial premise. The pilot episode introduces the problem of finding money for Rory's tuition as both a trigger of the plot and an announcement of the collision of two worlds which will not necessarily end in tears. Lorelai Gilmore turns to the parents whose house she had fled sixteen years ago as a single under-age mother: she preferred to be demoted to working class rather than be constantly subjected to her parents' negative assessment of her choices, and this decision seems to have been quite irresponsible and careless. The solution to the introductory problem includes an emotional and financial blackmail which is both frightening and ridiculous: Lorelai's parents Richard and Emily agree to give the money on a very absurd but cunning and sinister condition - that Lorelai and Rory must visit every Friday night for dinner. The acceptance of the deal shakes the very core of Lorelai's independence, since it implies regression to the teenage times of parental pressure. Accepting the condition, she actually endangers her hard won independence, as her estranged but meddling parents become a nondetachable accessory to her life. Moreover, her daughter seems ready and willing to sympathise with her grandparents' views and attitudes, which makes room to discuss the return to patriarchal values in the third generation of the Gilmore women. On many occasions, Lorelai is shown to be rash in her decisions, prone to mood swings and tantrums, and sometimes she all too readily passes her own responsibilities on her under-age daughter, whereas Rory often happens to react to unpredicted twists and turns in a much more mature way than her mother.

Other aspect of the show's premise include the already mentioned small-town fairy tale, a sort of sugar-coated *Winesburg, Ohio* in which there is solidarity and connection, with sporadic outbursts of eccentricity. In a fictional small town in Connecticut called Stars Hollow, Gilmore girls live an idyllic life with their neighbours and acquaintances, feeling protected and supported, participating in community activities ranging from a dance competition to humanitarian events such as knitathon. The town's folk seem to be totally uninterested in material wealth, and none of them harbours any secret desire or ambition; certainly, they all have a hobby, ritual or obsession of sorts. The storyline created by Amy Sherman-Palladino introduces the characters who are not obsessed with spending money, shopping sprees, being popular or losing weight; on the contrary, Rory and Lorelai stuff themselves with junk food and enormous quantities of coffee, indulging in watching reruns of classic TV shows or old movies; in spite of regular intakes of popular, even trashy culture, Rory becomes a voracious reader, well educated and well informed. The show is filled with literary references and cultural points, the two protagonists are witty and ironic, quick thinking

and clever. There is also the motive of sisterhood developed and elaborated, as we are introduced to a variety of female friends and all kinds of self-assured professional women.

Although the Gilmores are certainly headstrong and active characters, *Gilmore Girls* never shies away from exposing the vulnerability of both its male and female characters. The show simultaneously advocates individuality and companionship, demonstrating that the heartbreak is a natural part of life, a problem which is overcome with the generous help of a huge "family of friends". Rory first experiences emotional loss when her relationship with Dean ends, but she is never taught to suppress her feelings: instead, Lorelai encourages her daughter to grieve, to indulge freely into junk food, binge watching of their favourite programs and many other intimate rituals they share. Far from being a banal metaphor, indulgence becomes a concept helping a person to accept frailty and defeat as a natural phase of life which does not make one weak. The show even establishes a parallel between mother's and daughter's emotional involvement, which brings to light a peculiar idea of emotional growth: since the age difference between the two is so small (a little more than 16 years), it is almost as if they are growing up and maturing together. Thus the mother is not necessarily wiser in her decisions, but they are consistently feminist, whereas Rory's choices contrast markedly with feminist values, as she lets her life decisions be shaped by patriarchal influences and her romantic relationships marked by inequity.

Gilmore Girls also encourages women's solidarity, and its subplot about the transition of Lorelai and Sookie's relationship from friends to business partners deserves a deeper analysis. Their friendship miraculously survives, although the construction of the Dragonfly Inn demands more energy and commitment from Lorelai, who sees the broader picture, than from Sookie who seems to be more concerned with serving meals, inventing new recipes and attending to her family than with running the business. Their bond proves to be stronger than any business plan could be, and there is simply no bumpy road for their relationship, although it is by no means smooth and harmonious. Sookie serves as Lorelai's more feminine and less revolutionary counterpart: she marries and builds a family of her own, managing to reconcile her family life and career.

The feminist perspectives can be spotted in various details: the mother and the daughter discuss stereotypes and the traditional images around them, as well as in the cultural products they consume. Their standpoint is always ironic in the postmodern sense. For instance, the episode from the season one called "That Damn Donna Reed" introduces a parody of the traditional 1950's housewife. The episode opens with Lorelai, her daughter Rory and the younger Gilmore's boyfriend Dean on the couch watching "The Donna Reed Show" while eating enormous quantities of food.

Here's a sample of their dialogue:

Dean: So, who's Donna Reed?

Rory: What?

Lorelai: You don't know who Donna Reed is? The quintessential '50s mom with the perfect '50s family?

Rory: Never without a smile and high heels? Hair that if you hit it with a hammer would crack?

Dean: So it's a show?

Rory: It's a lifestyle.

Lorelai: It's a religion.

Rory: My favourite episode —

Lorelai: Mm, mm...tell me, tell me.

Rory: — is when their son Jeff comes home from school and nothing happens.

Lorelai: Oh, that's a good one. One of my favourites is when Mary, the daughter, gets a part-time job and nothing happens.

Rory: Another classic.

The dialogue exemplifies the standpoint of Umberto Eco when claiming that "the postmodern reply to the modern" consists of recognizing that the past "must be revisited: but with irony, not innocently" (Eco, 1994: 67). The challenge of the past can be accepted with the game of irony. Explaining how a declaration of love must be different in the postmodern times, Eco writes:

"I think of the postmodern attitude as that of a man who loves a very cultivated woman and knows that he cannot say to her 'I love you madly', because he knows that she knows (and that she knows he knows) that these words have already been written by Barbara Cartland. Still, there is a solution. He can say 'As Barbara Cartland would put it, I love you madly'. At this point, having avoided false innocence, having said clearly that it is no longer possible to speak innocently, he will nevertheless have said what he wanted to say to the woman: that he loves her in an age of lost innocence" (Eco, 1994: 67–68).

Being ironic about Dona Reed, the two Gilmores thus revisit the issues of femininity, questioning the stereotypes as much as comparing their own lives to feminine role models. The greatest part of every episode is actually about how "nothing happens": Rory and Lorelai might spend the entire forty minutes on a shopping spree, a family dinner or on a regular coffee intake at Luke's, but this uneventfulness is the secret and the charm of the show. A seeming lack of plot involves a deep analysis of relationships and maturity, or navigation through work, school, emotional and family life.

Three generations of Gilmore women symbolically show how the definition of "being a feminist" has changed: Lorelai's mother Emily is open-minded, but still traditional, unable to forget about the customs and conventions of the American high society. Emily appears old-fashioned in her trying to live a calm and harmonious life of a well-educated but submissive partner to her husband, but she has made the most of her time and habits. Lorelai was hardly a scapegoat or black sheep of the family, except for the refusal to marry her child's father, but her feminist agenda is most stable and unshaken. Rory's liberation and independence are inherited from her mother, who is the only rebellious member of the family. The life choices of female protagonists exemplify how the notion of feminist has changed in terms of strategies and procedures: as the grandmother and the granddaughter readily compromise with the patriarchal code and environment, Lorelai's second generation is stubborn, decisive and rebellious in claiming their rights.

The catchy introductory song also adheres to narrative and ideological pattern of the show. "Where You Lead, I Will Follow", performed by Carole King and her daughter Louise Goffin, was originally about a woman's love for a man, but they added new lyrics ("You never know how it's all gonna turn out, but that's okay / Just as long as we're together, we can find a way") in order to turn it from a "stand by your man" ballad to a strong confirmation of women-centric relationships and a support of female endeavours.

Where you lead
I will follow
Anywhere that you tell me to
If you need, if you need me to be with you
I will follow
Where you lead

If you're out on the road
Feelin' lonely and so cold
All you have to do is call my name
And I'll be there
On the next train

Conclusion

Postfeminism is deeply rooted in neoliberal atomization, seeing a single experience of a woman as the only one relevant. It changes social relationships and gender stereotypes; it willfully abandons the "sisterhood is powerful" creed in favour of the new politics of singledom, which has elevated from a humiliating status to the new freedom of choice. Never confronted with feminism in terms of social or political agenda, postfeminism is nevertheless focused on individualism, since the collectivity allegedly seems to have managed to fulfill the political goals and demands. It discusses the liberation of individual women, never relating to females in general, but decidedly turning against patriarchy.

Becoming well-known for its romanticization of teen pregnancy and single white motherhood on the one hand, and unconventional treatment of conflicting gender and social roles on the other, *Gilmore Girls* actually did not make any revolutionary, let alone shocking, changes in the cultural approach to these issues.

Whether Rory and Lorelai really undermine their own pursuit of happiness is yet to be seen in the series' finale, since *A Year in the Life*, the 2016 sequel to *Gilmore Girls*, ending with a cliff-hanger about Rory's pregnancy, obviously promises a follow-up. The narrative of double intention is present in the show, since, on the surface, the female characters tell one story of objective present, but beneath it, they either struggle either to come to terms with their emotional past, or to project their emotional future.

The primary goal of the show might not be to introduce a feminist agenda, but there is a constant focus on the concepts of family, community, women's solidarity and other relations between an individual and collective, without any serious intention to promote political or cultural subversion of dominant gender or social hierarchies. *Gilmore Girls* is a cultural product that stops at mild irony and benevolent criticism of class privileges and social injustice, choosing to sneer at controversies rather than fight them.

The groundbreaking effect of *Gilmore Girls* has yet to be seen on more than one level. First of all, it breaks the silence on some important social issues: "This is a show that took away the stigma of single parenthood, while offering some of the earliest television commentary on teen preg-

nancy” (Ahsan). The show features smart and witty female characters, portraying a mother and daughter relationship as close and sincere, although not always idyllic. Most critics who consider the feminist premise of *Gilmore Girls* wrong or unrealistic cite the issue of class privileges as the crucial stumbling block of the show: “it was only revolutionary for a specific subset of women—one with privileges not afforded to all” (Kappel). The criticism also addresses the fact that “being Gilmore” mostly amounts to being white and heterosexual: “Sherman-Palladino only appears to afford true empathy to characters that resemble her most—white, cisgender, able-bodied, and heterosexual” (Kappel). Some critics were a tad too harsh when stating that “anyone not Gilmore enough(...) is ejected from the inner circle.” The predominance of white characters did not necessarily mean that not white or not English-speaking characters were neglected or treated with disrespect. “A cavalier ignorance of how deeply privileged Rory is” (Kappel) might function as an argument against the universality of the show, but not with the viewers who understand that their favourite TV series is, after all, a fairy tale about feminist struggle, replete with pop culture references and deep potentials of happy ending.

References

- Adorno, Theodor and Max Horkheimer (1973). *Dialectic of Enlightenment*. London: Allen Lane.
- Akass, Kim and Janet McCabe (2004). *Reading ‘Sex and the City’*. London & New York: I. B. Tauris.
- Ahsan, Sadaf (24 November 2016). “It’s a Lifestyle, It’s a Religion”: How *Gilmore Girls* has Transcended Generations, Gender and Genre. National Post.
- Booth, Paul (2010). *Digital Fandom: New Media Studies*. New York: Peter Lang.
- Calvin, Ritch (2008). *Gilmore Girls and the Politics of Identity: Essays on Family and Feminism in the Television Series*. Mc Farland.
- Cohen, Anthony P. (1995). *The Symbolic Construction of Community*. London: Routledge.
- Eco, Umberto (1994). *Reflections on The Name of the Rose*. Translated by William Weaver., London: Minerva, pp. 67–68
- Fiske, John (1989a). *Reading the Popular*. London: Routledge.
- Fiske, John (1989b). *Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske, John (1990). “Gendered Television Femininity,” *Television Culture: Popular Pleasure and Politics*, New York: Routledge.
- Fiske, John (1986). “Television: Polysemy and Popularity,” *Critical Studies in Mass Communication* 3: 391–408.
- Hall, Stuart (ed) (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.
- Kellner, Douglas (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London and New York: Rutledge.
- Van Zoonen, Liesbet (1994). *Feminist Media Studies*. London: Sage Publications.

INTERNET SOURCES

Anon. In what ways is "Gilmore Girls" a feminist show? <http://screenprism.com/insights/article/in-what-ways-is-gilmore-girls-a-feminist-show>. Retrieved February 15 2017.

Jade, Kaylee. Femivision: Gilmore Girls Through the Eyes of Feminism. <http://kaylee-jade.com/feminism/femivision-gilmore-girls-through-the-eyes-of-feminism/>. Retrieved February 15 2017.

Kappel, Aaron and Jessica Friday. 'Gilmore Girls: A Year In The Life' Has A White Feminism Problem. <https://theestablishment.co/gilmore-girls-a-year-in-the-life-has-a-white-feminism-problem-e10693185b96#.3ngl9i422>. Retrieved February 15 2017.

Csilla Horváth
Research Institute for Linguistics, HAS
Budapest, Hungary

UDC 811(470.5

THE MONA LISA OF KHANTY-MANSIYSK EXPANDED URBAN LINGUISTIC LANDSCAPE FROM SIBERIA: WRITTEN AND VISUAL, ONLINE AND OFFLINE

SUMMARY

The article introduces the place of Mansi and Khanty languages in the linguistic landscape of Khanty-Mansiysk city, Russia. The presence of Ob-Ugric languages in the case of linguistic landscape – just as in the context of language use – is rising, yet it is still rather narrow in. Mansi and Khanty are missing from the official and semi-official domains of the linguistic landscape, they are present in the domains of economy, education and private languages use. The article summarizes the findings of Ob-Ugric linguistic landscape in the public spaces, the online sphere, it covers both textual and visual elements.

Key words: linguistic landscape, indigenous minority languages, Ob-Ugric languages, urbanisation

Introduction

Present paper aims to place Mansi and Khanty, that is the Ob-Ugric languages in the linguistic landscape of Khanty-Mansiysk city, Western-Siberia, Russia. The analysis covers not only all the Mansi written elements displayed in the public spaces of the city, but also other visual signs connected to the Ob-Ugric peoples, such as graphic representation of relatively widely known elements of verbal folklore (folk tales, myths), decorative ornaments, architectural forms. The small number of signs forming the Mansi and Khanty linguistic landscape does not reach the sufficient amount to make any genre categorisation possible, nevertheless allow to outline the various strategies of identity constructions taking place in Khanty-Mansiysk.

The signs on the buildings of institution, communal places, stores, memorials and other sites related to Ob-Ugric people in Khanty-Mansiysk are dominantly in Russian only. There are only a few documented exceptions under the rule of Russian linguistic dominance, written in English, in official languages of some EU member states, and in the languages of the local indigenous minority peoples, and only a few in the Ob-Ugric languages. The complete investigation of presence of Mansi and Khanty peoples in Khanty-Mansiysk necessarily includes the research of materials containing no text but visual elements too, such as buildings, statues and graffiti.

The article briefly introduces the theoretical background and approaches of the studies on the field of linguistic landscape, as well as presents an overview of the few existing papers on the sociolinguistic situation of the Ob-Ugric languages. After giving a sketch of the demographic situa-

tion of the Ob-Ugric peoples, the importance of urbanisation on Khanty and Mansi language, and describing language status, the paper goes on introducing the linguistic landscape of Khanty-Mansiysk. Following the Summary

of linguistic landscape in major languages (Russian, English and other EU languages) a separate chapter deals with different aspects of Ob-Ugric linguistic landscape: written signs in public spaces, written signs in the online sphere and visual signs. The paper ends with a conclusion.

The data on the linguistic landscape of Khanty-Mansiysk were collected and documented during fieldworks, carried out six times between 2006 and 2015 in the Khanty-Mansi Autonomous Okrug – Yugra. The data on online use of the Mansi and Khanty languages have been collected via online participant observation, carried out especially on the two most popular social media sites since 2009. The information on the textual and visual Ob-Ugric elements placed around the city as results of bottom-up initiatives were collected via semi-structured interviews with active members and actors of the indigenous circles in Khanty-Mansiysk (especially with the co-workers of the “Lylyng Soyum” Centre and the editorial staff of the Mansi newspaper “Luima Seripos”).

Theoretical background, research history

In the past decades the investigation of the linguistic landscape has become a field of research on its own right. At an early stage studies focused on static public written signage, later the observations included textual elements on dynamic visual surfaces such as “flat screen displays, video walls and other dynamic visual stimuli” (Marten et al. 2012: 4) as well. The definition of linguistic landscape generally covers written elements only. The founding definition of the field by Landry and Bourhis for example identifies linguistic landscape as “visibility and salience of languages on public and commercial signs in a given territory or region” (Landry – Bourhis 1997: 25), while according to Backhaus’s permissively wide understanding (Backhaus 2006: 66) “any piece of written text within a spatially definable frame” qualifies for being regarded as part of the linguistic landscape.

Similarly, the approaches to interpret and analyse the collected material have been changed. In addition to the early studies focusing exclusively on the opposition of private and governmental language use, top-down and bottom-up language policies, sometimes complemented with quantitative research too, the qualitative research methods, such as background interviews with those placing the signs and those regularly facing them, or the comparison of the patterns characterizing oral and written language use contribute to a deeper understanding of different linguistic phenomena (Marten et al., 2012: 3–4). The extension of the field of research as well as the research methodology is natural and understandable, since, as Hornsby and Vigers also state, linguistic landscape is an important element of linguistic ecology, thus investigating the symbolic structure of the community spaces also helps the mapping the use of linguistic resources (Hornsby-Vigers 2012: 74).

While the importance of studying the patterns of indigenous minority language use has been increasing in the last decades together with language documentation, much less attention has been paid to observing the appearance of indigenous minority languages in linguistic landscapes. Although the attention could be easily explained with the diversity of available research methods,

as written language data from as many registers and genres as possible can be interlinked and interpreted together with results of investigation on oral linguistic use and linguistic vitality, and includes even the domain of language policy to the studies (Marten et al., 2012: 1).

The observation of minority languages of the Russian Federation appearing in the linguistic landscape would be extremely urgent and important in post-Soviet cities. The turning from the Soviet establishment to the consumer culture altered the linguistic landscape of cities, metropolises and changed the role of cities as well, turning the communal spaces into the domains of advertisement and thus also the fora of new identity constructions (Muth 2016: 19). Nevertheless papers on post-Soviet urban linguistic landscape almost exclusively deal with Russian only.

Since the academic papers describing the sociolinguistic situation of the indigenous people of Russia are seriously underrepresented in the literature of language vitality or sociolinguistics in general, the lack of comprehensive studies on the Ob-Ugric languages (that is: Mansi and Khanty) and their speakers is regrettably not surprising at all. Only a few articles (Skribnik-Koshkaryova 1996, Сподина 2011) touch upon the question of language vitality, besides their short expanse these papers are difficult to analyse since they either mention the data on Mansi and Khanty unseparated, either hardly differentiate between rural and urban speakers. Throwing a glance at possible subfields of sociolinguistics the situation is even less satisfactory. Similar situation can be observed in the case of articles on linguistic landscape, the research of the role of indigenous Siberian languages or the overview of the linguistic landscape in Siberian cities is missing.

Urbanisation and the Ob-Ugric people

According to the latest census data, the number of those declaring themselves as belonging to Mansi or Khanty ethnicity is increasing, from 11,432 and 28,678 in 2002 to 12,269 and 30,943 respectively in 2010, the majority of the Mansi and Khanty people live on the territory of the Khanty-Mansi Autonomous Okrug – Yugra (Sipőcz 2005, Census data 2010). As a result of the discovery and exploitation of oil deposits in the 1970s, major economic and social changes have taken place in the Okrug. While before the massive oil drilling started, the Khanty-Mansi Autonomous Okrug was one of the many sparsely populated Siberian areas, after the economic boom began, the Okrug has become a prosperous, multicultural region – in fact one of the richest areas of the Russian Federation. The Mansi and Khanty followed the general migration trends dominant in the Okrug, instead of living the lifestyle regarded to be traditional (such as hunting, fishing and reindeer herding), they moved to urban settlements. Now 57% of the Mansi and 38% of the Khanty population live in towns and cities, where they form only a tiny minority, for example in Khanty-Mansiysk they represent only 5% of the city's population (Census data 2010).

Language vitality and the status of the language

While the population of the Ob-Ugric people is rising, number of speakers is decreasing with every census (2,746 Mansi and 13,568 Khanty speakers in 2002, but only 938 Mansi and 9,584 Khanty speakers in 2010). Regarding the status of the language, Mansi and Khanty are indigenous minority languages spoken in Western Siberia. The consequences of rapid urbanisation, namely,

the altered lifestyle, the multi-ethnic environment, the Russian-dominated press and media, etc. intensify the influence of factors accelerating language shift and create new opportunities to support language revitalization attempts (c.f. Horváth 2012). Although the domains of Mansi and Khanty language use are becoming more numerous than before, they are still limited. Ob-Ugric languages are not official languages, neither at the regional nor at the municipal level, and they are practically absent from official or semi-official domains such as legislation, public transport or street signage. Ob-Ugric languages have basically no economic significance either, thus they play a marginal role in the business sphere or the labour market. The most stable domains for speaking Ob-Ugric languages are the family or microcommunal sphere, and the few professional domains specially related to language use (such as e.g. the newsroom of the Mansi and the Khanty journals). Also the Ob-Ugric languages have a small but growing importance in cultural and leisure activities.

The linguistic vitality of the Ob-Ugric languages is difficult to define due to changes in social and economic conditions of the speakers' community, their situation is affected by the loss of traditional way of life and rapid urbanisation. The process of language shift has already been taking place in the speakers' community for decades. The traditional model of language transmission and language use has been radically changed, the new lifestyle involving multi-ethnic families using Russian as common language affected the intergenerational transmission of Mansi negatively, and the minority position the Mansi occupy in cities reduced the activity of language use. On the other hand, urbanization has also had positive effects on language use: urbanisation has changed the attitudes towards Mansi language, activated some of the already existing linguistic domains (e.g. press and media), created new domains (internet, especially social media) and maintained language revitalization attempts.

Major languages in the linguistic landscape of Khanty-Mansiysk

The Russian language in the linguistic landscape of Khanty-Mansiysk

Russian is the mother tongue of the Russian population (68.1%, Census 2010) of the town, most likely also the first language of the vast majority of the various other ethnic groups forming the remaining proportion of the population. Russian is the one and only official language of Khanty-Mansiysk, as well as the mediating language of the interethnic families and urban domains (such as e.g. the marketplace). Consequently it is not surprising that the official, commercial, communal and private signs in the city are to be found exclusively in Russian, and the exceptions under this rule sum up to such a small number that they can be easily enumerated.

The English language in the linguistic landscape of Khanty-Mansiysk

The presence of English in the local linguistic landscape goes back to a rather short history. Khanty-Mansiysk attracts tourists to a minimal degree, visitors speaking English and no Russian arrive to the town on the occasion of specific international programs, such as e.g. scientific conferences, art festivals, sport championships. Signs containing English texts beside Russian are desultory situated at the location of such events, as e.g. in the biathlon centre. The first English-Russian bilingual street signs (forming the majority of the town's bilingual signs) were placed in the city centre in 2008 on the occasion of the EU-Russia summit.

Soon after the necessary, or least reasonable placement of these bilingual signs a similar tendency appeared in the cultural sphere, especially in the case of museum collections since the 2010s, although the English section of these descriptions is not a complete translation of the Russian text, but often consist only of the mere denomination of the displayed artefacts.

Words or phrases in English (written with Latin or Cyrillic alphabet) occur in advertisements targeted on Russian-speaking customers as well. The main deposits of English logos and other brand-building expressions written with Cyrillic are the international fast food restaurant chains, appearing in Khanty-Mansiysk one after another. Although the first language of commercials and advertisements, just as the customers, is Russian, a growing number of signs display the nature of the offered services in English as well, e.g. language schools, local fast food restaurants.

Other languages present and absent

Besides the signs containing texts in Russian, English or the Ob-Ugric languages, the remaining examples are to be found only written in three European languages. The three European languages in question are Czech, Slovakian and Hungarian. The bilingual signs in the mentioned languages and Russian are situated at the honorary consulate of the Czech Republic, Slovakia, and at the entrance of the so-called Hungarian classroom of the Yugra State University. On the one hand the presence of these languages is surprising since no native speaker of them is living in town (except for the visiting lecturer of Czech language at the Yugra State University). On the other hand it is also surprising to compare the presence of the three European language with the complete absence of signs in minority languages spoken in Russia or the former Soviet Union. Both the indigenous and local languages (e.g. Nenets or Komi) spoken in the Okrug and the neighbouring subjects, as well as the languages of immigrant ethnic groups are missing from the linguistic landscape of Khanty-Mansiysk.

Ob-Ugric languages in the linguistic landscape of Khanty-Mansiysk

Ob-Ugric languages in the physical sphere

The signs on the buildings of institutions, communal places, stores, memorials and other sites related to Ob-Ugric people in Khanty-Mansiysk are dominantly written in Russian only. There are only a few documented exceptions under the rule of Russian linguistic dominance, usually in the business sphere, for example the name of the cinema and the leisure centre *Langal* and hotel *Misne*. While the name of the hotel *Misne* is rarely commented in the common talk as a reference on the relatively well-known, fairy-like Mansi mythological figure, the name of the cinema centre *Langal* is often remembered to get its name after “the Khanty name” of the river Irtysh³⁴.

Just as in case of language use, while observing the linguistic landscape the less official domains seem to be more promising than the investigation of the official or business spheres. Since the two most dominant domains of Ob-Ugric language use – family and education – are not equally active and significant in the linguistic landscape, it is reasonable to pay more concentrated attention on the role of education. In Khanty-Mansiysk no public school offers language classes in Mansi or Khanty, the only educational institution keeping Mansi and Khanty lessons in the timetable is the alternative educational centre *Lylyng Soyum*. The name of the Centre contains Man-

³⁴ In fact, *JJayar* is the name of the river Irtysh in the Kazym Khanty dialect, which is the variety with the highest prestige and highest number of speakers in Khanty-Maniysk.

si words (*лылың союм* ‘living creek’), thus the sign bearing the name of the Centre at the main entrance of the building is the only sign of Khanty-Mansiysk that functions as a marker denoting the presence of Ob-Ugric language and culture instead of merely referring to the titular peoples of the Okrug as a cultural reference of identity construction. Subsequently the Lylyng Soyum Centre is the most stable domain of Khanty-Mansiysk where signs and texts in Ob-Ugric languages are present not only on the front of the building but also indoors. In the classrooms of the Centre both stable and temporary signs and texts are displayed, and it is important to note that while in the oral language use the overwhelming dominance of Russian may not be questioned, taking the signs into account, texts in Khanty and Mansi outnumber the Russian ones.

The absence of more conscious, diverse and prominent presence of the Ob-Ugric languages in public spaces is of course motivated by the non-official status of the Ob-Ugric languages as well as by the small number of Ob-Ugric native speakers in town. Still, it is difficult to explain, why do not for example the memorial plates of Yuvan Shestalov, the most well-known Mansi poet and local public figure feature any Mansi text, neither the memorial plate on the house he used to live in, nor his statue in the local open-air museum. Overall, the lack of signs containing Ob-Ugric elements as result of language planning, status planning or spontaneous emplacement is rather surprising.

Ob-Ugric languages in the virtual sphere

Access to the internet spread to a wider extent in the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug, especially in cities and larger settlements till the late 2000s, while internet users with Ob-Ugric background appeared in growing numbers since the 2010s. As using the internet became an integral part of everyday life, and online communication has been accepted as one of the domains of language use too, regarding the virtual sphere as part of the complex understanding of linguistic landscape cannot be set apart either.

The tendencies determining language use in the online sphere are rather similar to those directing the offline domains. Accordingly, the official institutions, and services providing static content in general are operating with Russian webpages as a rule, if translations are available in foreign languages, the alternatives are in English, sometimes in Chinese, but not in the local minority languages. Aside from the homepage of the Khanty and Mansi journals no official webpage is available in Khanty or Mansi in the Okrug.

The main difference between the language use of the online and offline domains can be found observing the activity of private internet users. Since web1.0 media sites offer neither content in Ob-Ugric languages, nor the possibility to fill this vacancy, the Ob-Ugric users and the content created by them either in Russian or in Ob-Ugric languages are to be found typically on different sites of social media (to a slighter extent on Facebook, more generally on its Russian equivalent VK.com). It may be more problematic to separate the elements of the linguistic landscape from private language use in the online sphere than in offline domains, still specific online and offline tendencies can be observed. The users of Ob-Ugric languages are surrounded by the dominance of Russian online just as much as in the physical world, still the presence of Ob-Ugric signs and other elements as well as their creators are more intensive and visible in the virtual linguistic landscape. While in the offline world even native speakers of Ob-Ugric languages are rarely witnessed to have impact on the linguistic landscape surrounding them, in the virtual sphere users with min-

imal command of Khanty or Mansi publish shorter texts in Ob-Ugric languages both in private and public domains as well.

Visual signs and the Ob-Ugric landscape

The definitions of linguistic landscape generally covers written elements only, still papers may found expanding their field of observation on “visual images, non-verbal communication, architecture and the built environment” (e.g. Hornsby-Vigers 2012: 57, Jaworski-Thurlow 2010:2) as well. To the more complete investigation of presence of Ob-Ugric people in Khanty-Mansiysk it is definitely necessary to include materials containing no text but visual elements – as e.g. buildings, statues and graffiti – to the research, besides the observation of written signs both in the on-line and offline domains.

The Khanty-Mansi Autonomous Okrug – Yugra, and its administrative and cultural centre Khanty-Mansiysk often prefer to feature the term *Yugra*, decorative elements or rituals related to the Ob-Ugric peoples on surfaces belonging to governmental institutions, and occasions of municipal, regional importance. Besides representing the indigenous minority peoples of the Okrug, this practice is rather aimed to use this presence for creating the Okrug’s and its capital’s unique identity within the Russian Federation (Nagy 2016: 10-11). Buildings resembling the shape of the *chum*, the traditional dwelling place of the indigenous peoples can be observed on many sites of Khanty-Mansiysk, especially on prominent spots of the city centre, as for example the mall on the main square of the city or the main building of one of the largest hotels in town *Yugorskaya dolina*. Khanty-Mansiysk is surprisingly rich in monuments and sculptures, there is a couple of interesting statues related to the Ob-Ugric religious beliefs and myths as well. The statue titled “Hunter and bear”, erected in 2005 next to the municipal anthropological museum, the Museum of Human and Nature depicts a realistic yet highly supernatural fight of the Ob-Ugric hunter and the bear, a beast deeply venerated and surrounded by many taboos in the Ob-Ugric traditions. In 2010 an installation of seven statues has been placed over the Dzerzhinsky prospect illustrating Ob-Ugric mythological figures and events, such as the Spirit of Water or the Creation of the World.

With the exception of a few tags no graffiti were observed in Khanty-Mansiysk, especially in the city centre until 2014. In 2014, on the initiative of a graphic and teacher of the local art school dozens of graffiti appeared on the streets of Khanty-Mansiysk, at the beginning in cooperation with the local government, later in an independent, partly illegal way. The graffiti contain almost no texts or written elements, but many of them are related to cultural elements of the Ob-Ugric peoples. Next to the Museum of Human and Nature a whole series of graffiti depict the Ob-Ugric world view since the creation of Earth to the visualisation of nomadic lifestyle which is still followed by a smaller group of the Ob-Ugric peoples. The most spectacular and impressive element of graffiti representing the Ob-Ugric peoples in public spaces is the graffiti of the café Mona Lisa depicting the Mona Lisa of Khanty-Mansiysk on the background of tundra landscape with an Ob-Ugric tent, while the graffiti is compiled of small squares illustrating aspects of urban life, thus merging traditions and urban lifestyle in the same illustration.

Conclusions

Although majority of the Ob-Ugric peoples has already moved to cities, they form small, fragmented minority groups there, and their presence is visible at the public spaces only to a small extent, even in the cultural and administrative capital bearing their name. The presence of Ob-Ugric languages in the case of linguistic landscape – just as in the context of language use – is rising, yet it is still rather narrow in Khanty-Mansiysk. Mansi and Khanty are missing from the official and semi-official domains of the linguistic landscape, almost all the available examples of Ob-Ugric elements in the linguistic landscape are to be found in the business sphere and in domains controlled by bottom-up initiatives, such as alternative minority institutions and private language use.

There are a few documented exceptions under the rule of Russian linguistic dominance, usually in the business sphere, mostly in the form of proper names and place names. These exceptions function rather to demonstrate the presence of indigenous minority peoples, and do not allude to actual presence of representatives of the Ob-Ugric peoples in the buildings in question or language use.

The most significant element of the Mansi linguistic landscape and the only representative of the non-business sphere is the alternative educational institution of Khanty-Mansiysk, the *Lylyng Soyum* Centre. Besides the sign at the entrance, Mansi and Khanty signs, texts, decorations are also regularly displayed in the classrooms of the Centre, both during the courses and performances.

The private language users seem to have little or no impact on their physical environment, their activity using Ob-Ugric languages in written forms can be observed rather on the online domains than offline. On the sites of social media the use of indigenous minority language involves users with minimal command of Khanty or Mansi publishing shorter texts in Ob-Ugric languages.

Visual arts, especially sculptures and graffiti gain preeminent significance in the Ob-Ugric linguistic landscape of Khanty-Mansiysk, it is also important to mention that while in the case of written elements of the linguistic landscape no outsiders were involved, the inventors, initiators and artists participating in the creation of Ob-Ugric visual arts without exception came from non-Ob-Ugric background.

Findings suggest that Ob-Ugric languages play an important role in the linguistic landscape, and thus in the self-identification of Khanty-Mansiysk, but the textual and visual presence of Mansi and Khanty elements in the offline and online publicity of the city is apparently merely symbolic, and although examples may be found of both bottom-up and top-down initiatives of placing signs with Ob-Ugric elements, the Ob-Ugric linguistic landscape lacks any sign of intentional or complex language planning or status planning.

References

- Bartels, D. A. & Bartels, A. L. (1995). *When the North was red. Aboriginal education in Soviet Siberia*. Montreal – Kingston: McGill-Queen's University Press.

- Hornsby, M. & Vigers, D. (2012). "Minority Semiotic Landscapes: An Ideological Minefield?", in *Minority Languages in the Linguistic Landscape*, eds. D. Gorter, H. F. Marten & L. Van Mensel (Palgrave Studies in Minority Languages and Communities, Palgrave Macmillan): 1–18.
- Horváth, Cs. (2012). "A nyelvi kontaktusok hatása a manysi revitalizációs törekvésekre", in VI. Alkalmazott Nyelvészeti Doktoranduszkonferencia (3 February, 2012.), ed. T. Váradi (Budapest): 62–68. Retrieved 18th February 2016, URL: <<http://www.nytud.hu/alknyelvdok12/proceedings12/horvath2012.pdf>>
- Jaworski, A. & Thurlow, C. (2010). *Semiotic landscapes*. Bloomsbury.
- Jääsalmi-Krüger, P. (1998). "Khanty Language and lower school education: native, second or foreign language?", in *Bicultural education in the North*, ed. E. Kasten (Münster: Waxmann): 101–112.
- Lavrillier, A. (2013). "A nomadic school in Siberia among Evenk reindeer herders" in *Keeping languages alive: Documentation, Pedagogy and Revitalisation*, eds. M. C. Jones & S. Ogilvie (Cambridge: Cambridge University Press): 140–154.
- Muth, S. (2016). "Street Art as Commercial Discourse: Commercialization and a New Typology of Signs in the Cityscapes of Chisinau and Minsk" in *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, eds. R. Blackwood, E. Lanza & W. Hirut (Bloomsbury): 19–36.
- Nagy, Z. (2015). "Szibéria néprajza és a város. Akik kimaradtak az összefoglalókból" in *Érdekes Nyelvészet* (Szeged: JATEPress). Retrieved 15th March 2016, URL: <<http://ling.bibl.u-szeged.hu/erdekes/05-NagyZ.pdf>>
- Sipőcz, K. (2005). www.perepis2002.ru. *Finnugor Világ*, 10/2. 23–27.
- Skribnik, E. & Koshkaryova, N. (2006). "Khanty and Mansi: the contemporary linguistic situation", in *Shamanism and northern ecology*, ed. J. Pentikäinen (The Hague: Mouton de Gruyter): 207–218.
- Ventsel, A. & Dudeck, S. (1998). "Do the Khanty need a Khanty curriculum?", in *Bicultural education in the North*, ed. E. Kasten (Münster: Waxmann): 89–100.
- Сподина, В. И. (2011). „Ханты-Мансийский автономный округ: этнические языки в вузах и школах регионах», in *Правовой статус финно-угорских языков и этнокультурные потребности российской школы*, ed. А. В. Тишков (Москва: Этноконсалтинг): 211–240. Census data 2010:
- Население Российской Федерации по владению языками. Retrieved 1st February 2012, URL: http://www.perepis-2010.ru/results_of_the_census/tab6.xls
- Национальный состав населения Российской Федерации. Retrieved 1st February 2012, URL:<http://www.perepis-2010.ru/results_of_the_census/tab5.xls>

Stefan Janjić
Filozofski fakultet
Univerzitet u Novom Sadu
Novi Sad, Srbija

UDC: 02-186:004.738.

SMRT NA INTERNETU – ODLIKE DIGITALNOG OPELA

APSTRAKT

Prema podacima Svetske zdravstvene organizacije, u svetu svake sekunde umru dve osobe. Međutim, tek neprocenjivo mali udeo tih smrti prelazi informativni prag i postaje vest. Cilj ovog istraživanja je analiza diskursnih obrazaca koji se javljaju pri izveštavanju onlajn medija o smrti. U tom svetlu, neka od istraživačkih pitanja biće: kako onlajn mediji izveštavaju o smrti?; kako multimedijalni sadržaji utiču na taj proces?; kakve se (zlo)upotrebe mogu javiti pri izveštavanju o smrti?; na koji način onlajn javnost postaje evaluator biografije pokojnika? Analiza obuhvata izveštavanje portala blic.rs (najpopularnijeg njuz portala u Srbiji) i rts.rs (portala javnog medijskog servisa) o smrti deset ljudi koji su umrli u 2016. godini: Duško Korać (sportski komentator), Jožef Kasa (političar), Dragan Nikolić (glumac), Lola Novaković (pevačica), Goran Hadžić (bivši predsednik Republike Srpske Krajine), Ekrem Jevrić (rijaliti zvezda i pevač), Hamdija Jusufspahić (počasni reis-ul-ulema Islamske zajednice Srbije), Velimir Bata Živojinović (glumac i političar), Jelena Marjanović (pevačica) i Marinko Madžgalj (glumac i pevač). Rezultati istraživanja pokazuju da onlajn izveštavanje o preminulima stimuliše fenomen koji je Džefri Gorer 1955. godine nazvao „pornografijom smrti“, kao i da sahrane i prateće komemoracije postaju multimedijalno iskustvo.

Ključne reči: smrt, onlajn mediji, Blic, Radio-televizija Srbije.

Uvod

*Gle, gle, govorili su, sad će ga secirati, biće to zabavno.
Na isti način, znate, gospođo, svaki spektakl zabavlja ljude;
oni na isti način idu u marionetsko pozorište, na karneval,
u Komičnu operu, na veliku misu, na sahranu.*
Volter, 1770.

Letimičnom analizom sadržaja u savremenim medijima mogla bi se bez velikog truda uočiti fasciniranost smrću: sveprisutne su vesti o ubistvima – masovnim, misterioznim, osvetničkim; o samoubistvima; o izgubljenim (herojskim) borbama sa teškom bolešću; o ratovima i terorističkim napadima; o glupavim smrtima; o smrtima slavnih i bogatih... Filip David u romanu „Kuća sećanja i zaborava“, za koji je dobio NIN-ovu nagradu kritike za 2014. godinu, čitavo jedno kratko po-

glavlje konstruiše navodeći naslove iz crne hronike: „Sin ubio oca na spavanju. Majka zadavila tek rođeno dete i ostavila ga na đubrištu. Napujdao krvožednog psa na komšiju, a onda leš bacio u bunar“, a krvavi niz se nastavlja sve dok se odeljak ne okonča rečenicom „Poljakinja više od sto pedeset puta izbola nožem sedmogodišnjeg sina i petogodišnju devojčicu jer je u njih ušlo zlo“ (David 2014: 56). Ovakav književni postupak nabrajanja, lišen bilo kakve piščeve intervencije (autor je tek sakupljač primera u okviru kratke anti-antologije, antologije užasa), stvara utisak da je komentar nemoguć, jer je predložak diskursno dominantniji od bilo kakve moguće reakcije.

Napredak nauke i tehnologije doprineo je tome da čovek bolje razume svet u kome se rađa, živi i umire. Pa ipak, uprkos mnogobrojnim otkrićima na polju medicine, smrt za čoveka ostaje nepoznanica, a samim tim i zagonetka i predmet fascinacije. Britanski antropolog Džefri Gorer (Geoffrey Gorer) u čuvenom eseju „Pornografija smrti“ (1955) tvrdi da postoje mnogobrojne paralele između fantazija koje „golicaju“ našu radoznalost u vezi sa tajnom seksa i onih fantazija koje su prouzrokovane tajnom smrti. Takav pornografski mehanizam razlikuje se u različitim oblastima u kojima je aktiviran, ali mu suština ostaje ista: odstranjivanje emocija i ljudskosti: „Postaje izlišno razmišljati i ‘devojci sa treće stranice’ ili o ‘mrtvom Švabi u ratnom stripu’ kao o osobama koje imaju emocije“ (Gorer 1965: 174).

Naslađivanje tuđom nevoljom nije ekskluzivna odlika modernog društva (takav bi se stav mogao pripisati romantičarskom mitu o zlatnom dobu), niti je rezervisano za ličnosti od kojih smo emocionalno distancirani. Taj fenomen zabeležio je još i Dostojevski u svom romanu „Zločin i kazna“ (1866), kada je opisao kako polumrtvog činovnika Marmeladova unose u skromni stan:

„Stanari se jedan za drugim proguraše natrag k vratima, sa onim čudnim unutrašnjim osećanjem zadovoljstva koje se uvek opaža (čak i kod najbližih) kad se njihovim bližnjima iznenada dogodi nesreća, i od tog osećanja nije pošteđen nijedan čovek, bez izuzetka, čak i pored najiskrenijeg osećanja sažaljenja i saučešća“.

Izveštavanje o smrti staro je koliko i izveštavanje samo po sebi, jer „smrt nikada nije bila тумачена samo kao promena na konkretnom subjektu ili njegovom telu, već kao forma, odnosno oblik društvenog odnosa“ (Baudrillard 1988: 124). Tekst je, čim su to tehničke mogućnosti dozvolile, postao nedovoljan da prikaže smrt, pa se u žurnalima 19. veka uveliko objavljuju i ilustracije na kojima su prikazane slavne ličnosti na smrtnoj postelji. Slike mrtvih veoma su često korištene i kako bi se naglasili konkretni politički ciljevi, kao što su u Francuskoj bili patriotizam i ideja Republike. Sredinom tog veka slične ilustracije počinju da objavljuju i britanski nedeljnici kao što su *Harper's Weekly* i *Illustrated London News*. Drugi ključni faktor koji je uticao na učestalost prikaza smrti u medijima bio je razvoj fotografije i fotožurnalizma kao profesije. Nakon Američkog građanskog rata (1861–1865) fotografije mrtvih počele su redovno da se pojavljuju u novinama i nedeljnicima (prema Sumiala & Hakola 2013: 3).

Ilustracije mrtvih bile su samo logičan nastavak tradicije u kojoj se likovna umetnost oslanjala – pa čak i održavala – zahvaljujući smrti: „Nemački renesansni slikar Albreht Direr smatrao je da je jedna od dve glavne uloge slika da ‘sačuvaju sećanje na lik preminulog’“ (Walter et al. 2013: 16), premda su, za razliku od sadašnjice koja neguje mečavu foto-dokumentaciju, u Direrovo vreme privilegiju „vizuelnog testamenta“ imale samo bogataške porodice.

Smrt je, pre ekspanzije filma i televizije, u medijima u većini slučajeva prikazivana veoma čedno. Aleksandra Pavićević je u istraživanju „Smrt u medijima“ (2010) analizirala štampu koja je u Jugoslaviji objavljivana šezdesetih i sedamdesetih godina 20. veka i došla do zaključka da su vesti o smrti bile kratke, isključivo informativne, najčešće bez ikakve fotografije. Nalazile su se na unutrašnjim stranicama, daleko od udarnih naslova i tema, a uslov da se izađe iz „anonnimnosti čitulja“ bila je „neprirodna“ smrt, odnosno smrt u saobraćajnoj nesreći, ubistvo, samoubistvo, nesreća na radu i slično. Sociolog Antoni Gidens (Anthony Giddens) došao je do sličnih zaključaka kada je početkom devedesetih godina 20. veka analizirao američku i britansku štampu. On podržava stav da je smrt „pokrivena u modernom društvu, iako mu je bliža reč zaplenjena. Fenomeni kao što su psihička oboljenja, kriminal, seksualnost, priroda, bolest i smrt, institucionalno su potisnute tako što su udaljene iz glavnih diskursnih tokova modernog života“ (Walter et al. 1995: 580). Budući da današnja medijska slika nimalo ne odgovara Gidensovoj proceni o pokrivenosti i potisnutosti smrti, možemo zaključiti da je izveštavanje o ovoj temi, počevši od kraja 20. veka, pretrpelo ogromne promene, kako na kvantitativnom – tako i na kvalitativnom planu.

Prirodno umiranje postaje suviše dosadno, a razvija se čitav niz žanrova u pop-kulturi koji za okosnicu imaju smrt: „Nasilna smrt postajala je sve značajniji element fantazija ponuđenih masovnoj publici: u detektivskim pričama, trilerima, vestern-romanima, ratnim i špijunskim pričama, naučnoj fantastici i horor stripovima³⁵“ (Gorer 1965: 173). Svi ti sadržaji počinju nedvosmisleno da smeštaju diskurs smrti u domen zabave, za koji Adorno i Horkhajmer tvrde da „pokazuje neprijateljstvo prema svakom sadržaju koji nadilazi zabavu, a zabava je sama po sebi povezana sa konstruisanim željama masovnog spektakla“ (prema Šćepanović 2009: 54). Eksplicitnost prizora umiranja s godinama se povećava, te A. Pavićević (2010), promatrajući savremene žive šou-programe gladijatorskog tipa, postavlja sledeće pitanje: Da li se može očekivati da se u jednom trenutku kao vrhunac senzacije i poželjnog emotivnog naboja posmatrača ispostavi upravo smrt takmičara? Dodajmo ovom pitanju i jedno koje zalazi u domen psihologije: budi li crna hronika u medijskoj publici osećanje straha ili osećanje nadmoći? Straha od opasnosti koje „vrebaju iza svakog ugla“ ili nadmoći nad mrtvima koje je medijski konzument nadživeo? Odgovor bi se mogao kriti u Frojdovom uverenju „da ne možemo da iskusimo strepnju izazvanu sopstvenom smrću jer je ona za nas prilično nezamisliva. U dubini, niko od nas ne veruje da će umreti – podsvesno je svako od nas ubeđen u svoju besmrtnost“ (prema Bryant 2007).

Područje medijske reprezentacije smrti predstavlja veliko skladište moći, jer se diskursom o ovoj temi „ne cilja samo na osećanja medijske publike, već efekti nastaju i na političkom planu. Putem medijskog izveštavanja o smrti i nesrećama ostvaruje se javni pritisak usmeren ka promeni politike prema navijačima, oružju ili policijskim metodama“ (Walter et al. 1995: 593). Uz to, ideološki kapacitet diskursa o smrti izuzetno je obiman: „sahrana je prilika za društvenu razmenu simboličkih i manje simboličkih gestova, dok ispraćaji uglednih predstavnika otvaraju prostor za potvrdu njihovih ideja i dela, ili za odricanje od njih“ (Pavićević 2009: 224). To nas dovodi do zaključka da su i publika i različiti centri moći zainteresovani za izveštavanje o smrti: publika zbog želje da bude informisana i zabavljena, a centri moći zbog činjenice da smrt kao događaj omogućava ideološka (re)pozicioniranja.

³⁵ Damjanović (2007) smatra da filmovi strave, smrti i nasilja predstavljaju zamenu za ritual: horor čini realnim ono što je potisnuto, što je neprihvatljivo za svesni um.

Cilj, predmet i metodologija istraživanja

Prema podacima Svetske zdravstvene organizacije, u svetu svake sekunde umru dve osobe. Međutim, tek neprocenjivo mali udeo tih smrti³⁶ prelazi informativni prag i postaje vest. To se dešava u dvema prilikama: „Prvo, reč je o smrtnima javnih ličnosti, gde je osnovni novinarski princip takav da oni koji žive javno ne mogu da očekuju privatnu smrt. Druga vrsta smrtnih slučajeva koja postaje vest jeste javna smrt anonimnih osoba. Ti događaji dobijaju pažnju medija zbog svoje dramatičnosti, potencijala za senzacionalističko izveštavanje i svoje suštinske negativnosti, kojom se izdvajaju od očekivanog toka posredovanih vesti“ (Walter et al. 1995: 582).

Cilj ovog rada jeste da istraži na koji način se izveštavanje o smrti oblikuje u onlajn medijima. U tom pogledu, neka od istraživačkih pitanja biće: na koji način onlajn mediji izveštavaju o smrti?; kako na taj proces utiču multimedijalne karakteristike interneta?; kakve se simboličke (zlo) upotrebe mogu javiti pri izveštavanju o smrti?; na koji način onlajn javnost postaje evaluator biografije pokojnika. Analiza obuhvata izveštavanje portala *blic.rs* (najpopularnijeg njuz portala u Srbiji)³⁷ i *rts.rs* (portala javnog medijskog servisa) o smrti deset ljudi koji su umrli u 2016. godini: Duško Korać (sportski komentator), Jožef Kasa (političar), Dragan Nikolić (glumac), Lola Novaković (pevačica), Goran Hadžić (bivši predsednik Republike Srpske Krajine), Ekrem Jevrić (rijaliti zvezda i pevač), Hamdija Jusufspahić (počasni reis-ul-ulema Islamske zajednice Srbije), Velimir Bata Živojinović (glumac i političar), Jelena Krsmanović (pevačica) i Marinko Madžgalj (glumac i pevač).

Pri analizi tekstova korišćene su dve metode. Prva je kvalitativno-kvantitativna analiza diskursa, kao „istraživanje upotrebe jezika u kontekstu“ (Savić 1993: 28), u ovom slučaju analiza diskursa onlajn medijima o preminulima. Za potrebe istraživanja kreiran je kodni protokol sa devet kategorija³⁸. Jedinica analize je u ovom slučaju objava na onlajn portalu, sa svim pratećim tekstualnim elementima (naslov, nadnaslov, podnaslov, antrfile), kao i vizuelnim (fotografije, ilustracije, arhivski snimci, aktuelni snimci – sa sahrana i komemoracija).

Druga metoda je analiza učestalosti reči, ostvarena pomoću softvera „WriteWords“. Nakon softverske analize odbačene su sve nepromenljive vrste reči, kao manje relevantne ili nerelevantne, a potom su zbrojene iste imenske reči različitog padeža i broja, odnosno isti glagoli različitog lica, roda i broja.

Analiza izveštavanja

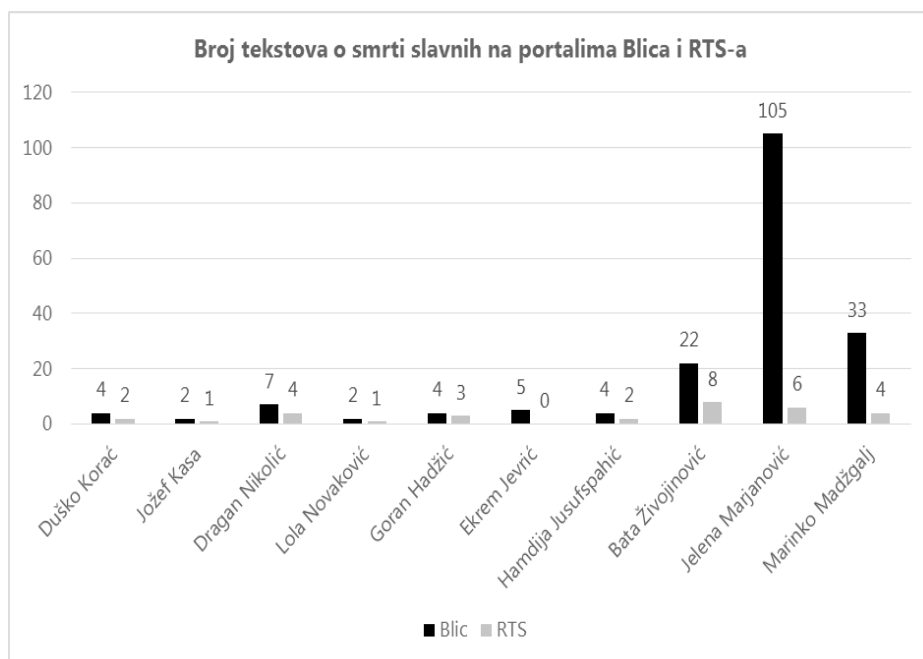
O smrti odabranih ličnosti je na portalima *Blica* i *RTS*-a objavljeno ukupno 219 tekstova, od čega 188 na prvom, a 31 na drugom. Dva su uzroka ovakvoj disproporciji: (1) dok se *RTS* pri iz-

³⁶ *Smrt* je u jednodimenzionalnom rečniku Matice srpske (2007) definisana kao „prestanak života, životnih funkcija organizma“, uz navedene epitete *prirodna*~, *nasilna*~, *junačka*~ i *laka*~. Antropološkinja A. Pavićević (2009) dodala bi „i mistična, i upotrebljiva, i simbolična, i bukvalna, i prezrena, i obožavana“, kao univerzalno i nepresušno izvoriste (protivrečnosti) celokupne kulture.

³⁷ Procena servisa za merenje posećenosti „Alexa“ (www.alexa.com), 25. septembar 2017.

³⁸ Datum, Sažetak teksta, Tip naslova, Grafički elementi, Žanr, Subjekat, Identifikacija subjekta, Objekat (preminuli), Identifikacija objekta.

veštavanju o smrti uglavnom zadržava na bazičnim informacijama, dakle na objavljivanju vesti o smrti, biografije i eventualnih izjava saučešća, *Blic* daleko više eksploatiše smrti slavnih, kroz raznovrsne multimedijalne i senzacionalističke modele o kojima će kasnije biti reč; (2) Bezmalopoložinu ukupnog korpusa čine vesti koje je *Blic* objavio o smrti pevačice Jelene Marjanović (105 tekstova), dok je javni servis o ovom nerešenom ubistvu izveštavao u samo šest navrata. Ubistvo Jelene Marjanović predstavlja slučaj u okviru kojeg su tabloidni mediji u Srbiji prekršili čitav niz profesionalnih i etičkih standarda (istinitost izveštavanja, odgovornost novinara, novinarska pažnja, poštovanje privatnosti, korišćenje časnih sredstava...), iznoseći čitav niz neosnovanih informacija i optužbi, kršeći pretpostavku nevinosti, dostojanstvo žrtve i pravo na privatnost njene porodice.



Grafik 1

Broj tekstova o smrti slavnih ličnosti na portalima *Blica* i *RTS*-a.

U svakom od posmatranih slučajeva *Blic* je objavljivao više tekstova od *RTS*-a³⁹, pri čemu je disproporcija najveća u slučaju Jelene Marjanović (17,5:1), a najniža u slučaju Dragana Nikolića (1,75:1). Posmatrano bez slučaja Jelene Marjanović, o ličnostima iz šou-biznisa objavljeno je prosečno 15,3 tekstova, a o ličnostima iz društveno-političke sfere (Jožef Kasa, Goran Hadžić, Hamdija Jusufspahić) trostruko manje: 5,3 tekstova.

³⁹ *RTS* nije preneo nijednu vest o smrti rijaliti zvezde i pevača Ekrema Jevrića.

Karakteristike naslova

Naslovi vesti kojima se čitaoci informišu o nečijoj smrti i dalje su strukturisani prema načelima tradicionalnog novinarstva, te neretko podsećaju na rezimirajući lid:

Primer 1: *Sahranjen počasni reis-ul-ulema IZS Hamdija Jusufspahić* (RTS, 1. 4. 2016.)

Primer 2: *Čepurin uputio saučešće povodom smrti Velimira Bate Živojinovića* (Blic, 24. 5. 2016.)

Iako su u onlajn novinarstvu, zbog želje za povećanim brojem klikova sve prisutniji takozvani „naslovi udice“, u korpusu nisu uočeni primeri poput „Nikada nećete pogoditi ko je umro!“ ili „Svet u šoku: evo ko se ubio“. Ovakvi trikovi se u vestima o smrti verovatno izbegavaju zbog osetljivosti teme, ali i zbog činjenice da su takvi tekstovi sami po sebi veoma čitani, te im nije potrebna dodatna promocija. Međutim, nakon objavljivanja osnovne informacije, naslovi-udice postaju veoma česta praksa portala *blic.rs*:

Primer 3: *ČINJENICE, ZABLUDE I TEORIJE Šest meseci od ubistva pevačice, evo šta se stvarno desilo* (Blic, 9. 10. 2016.)

Primer 4: *Pomen Marinku: Majka kroz suze na grobu doziva sina, evo ko je došao od njegovih kolega* (Blic, 26. 3. 2016.).

U naslovima tekstova uočeno je ukupno 1.278 reči, od čega se 280 javlja barem dva puta. Analizom učestalosti, iz koje su izostavljene nepromenljive vrste reči, ustanovljeno je da najveću frekvenciju (>20) imaju lekseme *pevačica* (55 puta), *ubijen* (36), *ubistvo* (33), *Bata* (29), *smrt* (27), *Madžgalj* (26), *Jelena* (23), *Živojinović* (21), *ubica* (21) i *Marinko* (21). Možemo primetiti da su na vrhu liste učestalosti, osim očekivanih vlastitih imenica, lekseme koje se vezuju za intrigu oko ubistva Jelene Marjanović. Leksema koja označava njeno zanimanje (*pevačica*) dvostruko je zastupljenija u naslovima od ličnog imena (*Jelena*)⁴⁰, čime se naglašava fama, tj. poruka da ova smrt nije *obična*, već da pripada svetu slavnih.

Multimedijalni doživljaj

Kada je reč o grafičkoj opremi, primetno je da onlajn mediji u velikoj meri koriste multimedijalne mogućnosti interneta. U tekstu „Pamtiće se za sva vremena: legendarni prenosi Duška Koraća VIDEO“ (Blic, 4. 1. 2016.) posetiocima je omogućeno da pogledaju upečatljive prenose preminulog sportskog komentatora. Sličan metod primenjuje se nakon smrti glumaca Dragana Nikolića, Marinka Madžgalja i Velimira Živojinovića: „Gledaj ga, lafčino: Uloge po kojima ćemo pamtit Batu“ (Blic, 23. 5. 2016). Posetioci se podstiču da „krstare“ po biografiji preminulog, sa posebnim akcentom na ono što bi moglo da bude dirljivo: slike iz detinjstva, porodične fotografije, svedočanstva o najbližavijim trenucima u karijeri, ali i prigodni citati. Posetilac ima utisak da je izložen obilju podataka, da mu je predložena sveukupna slika o nečijem životu, ali je suštinski

⁴⁰ Razmera iznosi 54 naprema 23. Leksema *pevačica* javlja se ukupno 55 puta u naslovima, od čega 54 pri izveštavanju o Jeleni Marjanović, a jednom u vesti o smrti Lole Novaković.

dobio pregršt istog, odnosno samo probrane podatke čiji je cilj iscertavanje digitalnog oreola oko glave preminulog.

Evaluacija biografije

Smrt nije samo povod za tugu, već i za evaluaciju pokojnikovog života. Na taj način se veštački aktuelizuju događaji iz prošlosti, koji potom podležu ocenjivanju, i to u skladu sa dominantnim ideološkim obrascima. Smrt izaziva potrebu da se čitav život sumira na kratkom prostoru i u kratkom vremenu, pa su stoga biografije preminulih često simplifikovane, jednostrane, patetične i nekritički postavljene, u skladu sa rasprostranjenim uverenjem „o pokojniku sve najlepše“. Oštri napadi na osobu koja ne može da uzvрати i odgovori mogu se smatrati nečasnim postupkom, ali težnja da se čitava biografija svede na svoju najprihvatljiviju dimenziju – dimenziju veštačku i pogrešnu u svojoj želji da se dopadne – predstavlja nesumnjiv otklon od analitičnosti. Takav postupak simplifikacije nosi u sebi manje štete kada je reč o smrtima ličnosti iz industrije zabave – eventualni gresi iz privatnog života i ne treba da podležu (pr)osudama, jer nemaju u sebi element javnog interesa. Međutim, biografije aktera koji su bili nosioci političke ili društvene moći – poput biografije Velimira Bate Živojinovića, istaknutog člana Socijalističke partije Srbije – svakako zahtevaju brižljivu analizu. Tekstovi o nekadašnjem predsedniku Saveza vojvođanskih Mađara Jožefu Kasi gotovo su identični na *Blicu* i *RTS-u*, iako su na oba portala predstavljeni kao autor-ski: u njima nema posebne analize, a kontroverze u vezi sa suđenjem zbog takozvane „afere Agro-banka“ su ovlaš pomenute.

Saučešća

U tradicionalnim medijima odavno se u izveštajima o smrti javnih ličnosti (ali i ostalih građana, ukoliko su stradali na tragičan način) praktikuje objavljivanje zvaničnih telegrama saučešća. Ovaj je običaj, u nešto drugačijoj formi, doživeo procvat u onlajn medijima: prikupljaju se izjave pokojnikovih kolega, prijatelja, rođaka i državnih funkcionera, sve u nameri stvaranja digitalne „knjige žalosti“:

Primer 5: *Oproštaj od glumca – Vučić: Srbija je ostala bez velikog Dragana Nikolića (Blic, 11. 3. 2016.)*

Primer 6: *Vučić i Nikolić uputili saučešće porodici Jusufspahić: Preminuo je veliki prijatelj (Blic, 31. 3. 2016.)*

Primer 7: *Nikolić izrazio saučešće povodom smrti Madžgalja (RTS, 26. 3. 2016.)*

Citati

Onlajn mediji ciljano „lansiraju“ određene citate preminulih ličnosti, uz nameru da te izjave predstave kao krunski dokaz pokojnikove mudrosti ili duhovitosti. Citati potom postaju veoma popularni na društvenim mrežama, naročito ako sadrže igre reči, neočekivane obrte ili zanimljivo izrečenu kritiku društva.

Primer 8: *Samo ću da vas gledam: Ovako je govorio Bata Živojinović*“ (Blic, 23. 5. 2016). U pratećem video-klipu, između ostalih“ navodi Živojinovićev citat „Samo ću da vas gledam šta radite. Jer, ja nikada neću umreti.

Primer 9: *Zbogom, Marinko: Po ovome ćemo pamtiti Madžgalja* (Blic, 26. 3. 2016). U tekstu se, između ostalih, navodi Madžgaljev citat *Glumac se uvek trudi da bude nov i da pomeri ličnu granicu. Da se istraži dalje i dublje.*

Fascinacija citatima preminulih ličnosti mogla bi se tumačiti i kao krajnji vid simplifikacije jedne biografije. Tradicionalni biografski podaci u onlajn zajednici postaju suvišni, jer su suvo-
parni. Sa druge strane, citati su podesni za šerovanje, bez obzira na to da li su ispravno jezički pre-
neseni, da li su istrgnuti iz konteksta i da li su, na kraju krajeva, autentični.

Reportaže sa sahrana

Iako se izveštavanje sa sahrana ne može smatrati tekovinom onlajn medija, internet je pret-
vorio takve reportaže u multimedijalno iskustvo, koje uključuje fotografije sanduka i natpisa na
vencima, portrete uplakanih prijatelja i rođaka, snimak pokopa i zabeleške o izjavama ožalošćenih,
kao i mogućnost prenosa sahrane uživo i komentaranja celokupnog postavljenog materijala.

Primer 10: *Lola Novaković ispraćena uz Kap veselja* (Blic, 6. 4. 2016)

Primer 11: *Objavljen video sa Ekremove sahrane, supruga Igbala nije prisustvovala pokopu*
(Blic, 7. 3. 2016).

Šta je to što posetioce privlači da gledaju slike i video-zapise sahrana, saobraćajnih nezgoda,
leševa i ljudske patnje? U traganju za tim odgovorom mogli bismo posegnuti za paradoksalnim
Rozenkrancovim estetskim načelom da je ružno zapravo lepo, ili da, zalazeći još dublje u istori-
ju, razmislimo o Aristotelovoj „Poetici“, u kojoj se navodi da „ima stvari koje nerado gledamo u
njihovoj prirodnoj stvarnosti, ali kada su naročito brižljivo naslikane, onda ih sa zadovoljstvom
posmatramo, na primer: oblike najodvratnijih životinja i mrtvaca“ (prema Kiš, 2012). Dakle, fo-
tografija stvara privid prisutnosti, ali u isto vreme obezbeđuje dovoljnu distancu od onoga što uli-
va strah. Baveći se etičkim aspektima ovog pitanja, Hanuš (Hanusch 2013) postavlja pitanje da li
slike mrtvih izazivaju saosećanje, sažaljenje ili zamor od saosećanja.

Zaključak

Smrt predstavlja granični trenutak nečije biografije i stoga stvara potrebu da se život pokojni-
ka oceni i postavi u određene interpretativne okvire. Taj se proces obavlja pod velikim uticajem
dominantne ideologije, pa se preminula osoba ne procenjuje samo na osnovu svojih dela, već i na
osnovu usklađenosti njenih ideja sa vladajućim vrednostima u društvu. Rezultat je simplifikova-
na, do krajnosti ulepšana ili naružena slika preminulog.

Kvantitativno-kvalitativna analiza izveštavanja portala *blic.rs* i *rts.rs* o smrtna desetoro
ličnosti pokazala je da sahrane postaju multimedijalno iskustvo i da se čitava biografija sažima u
citrate pogodne za šerovanje na društvenim mrežama. Mehanizam spirale tišine stvara veliki broj

pozitivnih, nekritičkih reakcija na smrt, uz pregršt klišeja i opštih mesta. Tragedije se, kršenjem etičkih i profesionalnih standarda, eksploatišu kao medijska zabava.

Kako se izveštavanje o nečijoj smrti udaljava od srži početne informacije (smrti), tako se snižavaju i profesionalni standardi onlajn medija: u reportažama sa sahrana, istraživačkom novinarstvu usmerenom ka „misterioznim“ uzrocima smrti ili prikupljanju izjava ožalošćenih retko ima elemenata javnog interesa, a senzacionalizam izvire iz svakog elementa teksta.

Smrt u digitalnom dobu sve više poprima odlike rijaliti šou programa, što vodi efemerizaciji ove osetljive teme, a vrlo često i kršenju prava na privatnost i dostojanstvo preminulih. Portal nas svojom multimedijalnom prirodom navode na krstarenje kroz pojedinosti nečije biografije: pregršt javno dostupnih podataka gotovo da nas približava Kišovoj ideji o sveopštoj „Enciklopediji mrtvih“. S tom razlikom što je Kiš tvrdio da je „svaki čovek zvezda za sebe“, da je „svako ljudsko stvorenje svetinja“, a digitalna „Enciklopedija mrtvih“ otvorena je pre svega za političke i estradne zvezde, u manjoj meri i za one koje su pre vremena ili silom zgasle. Ostale, svakidašnje zvezde, umiraće i dalje u intimnoj atmosferi; možda uz nadu da će u nekakvoj Švedskoj, u hladnoj kišovskoj biblioteci-kazamatu, ostati beleška i o njihovom postojanju.

Literatura

- Baudrillard, Jean (1988). *Selected Writings*. Stanford: Stanford University Press.
- Bryant, Clifton (2007). The Sociology of Death and Dying. In: *21st Century Sociology*, ed. C. Bryant & D. Peck (Thousand Oaks: SAGE publications), 156–167.
- David, Filip (2014). *Kuća sećanja i zaborava*. Beograd: Laguna.
- Dostojevski Mihajlovič, Fjodor. (1977). *Zločin i kazna*. Beograd: Rad.
- Gorer, G. (1955). The Pornography of Death. *Encounter*, 10/55, 44–52.
- Gorer, Geoffrey (1965). *Death, Grief, and Mourning in Contemporary Britain*. London: Cresset.
- Hanusch, F. (2013). Sensationalizing death? Graphic disaster images in the tabloid and broadsheet press. *European Journal of Communication*, 28(5), 497–513.
- Kiš, Danilo (2012). *Čas anatomije*. Beograd: Arhipelag.
- Kunczik, M. & Zipfel, A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
- Pavićević, A. (2009). Dani žalosti i vreme uspomena: smrt, sahrana i sećanje/pamćenje javnih ličnosti u Srbiji u vreme socijalizma i posle njega. *Glasnik Etnografskog instituta SANU*, LVI I (1), 223–238.
- Pavićević, A. (2010). Smrt u medijima. *Glasnik Etnografskog instituta SANU*, LVIII (1), 39–55.
- Savić, Svenka (1993). *Diskurs analiza*. Novi Sad: Filozofski fakultet.

Sumiala, J. & Hakola, O. (2013). Introduction: Media and Death. In: *Thanatos*, 22/2013, 3–7.

Šćepanović, V. (2009). Uloga fotografije u promovisanju društva spektakla. *CM*, 09, 43–55.

Walter, T; Littlewood, J. & Pickering, M. (1995). Death in the News: The Public Invigilation of Private Emotion. *Sociology*, vol. 29, no. 4, 579–596.

Walter, Tony (2013). *Communication, media and the dead: from the Stone Age to Facebook*. Bath: Centre for Death & Society.

DEATH ON THE INTERNET – CHARACTERISTICS OF DIGITAL REQUIEM

Summary

According to the World Health Organization, two people die each second in the world. However, only an insignificant proportion of these deaths becomes news. The aim of this paper is to shed light on the reporting on death in online media. In this regard, some of the research questions will be: How online media reports on death?; how online multimedia features influence that process?; what kind of symbolic (ab)use may occur in the coverage of death?; how online audience becomes evaluator of biography of the deceased? The analysis includes reporting of portals blic.rs (the most popular news portal in Serbia) and rts.rs (portal of the public service broadcasting) on deaths of ten people who died in 2016: Duško Korać (sports commentator), Jožef Kasa (politician), Dragan Nikolić (actor), Lola Novaković (singer), Goran Hadžić (former President of the Republic of Serbian Krajina), Ekrem Jevrić (reality show contestant and singer), Hamdija Jusufspahić (honorary Reis-ul-ulema of the Islamic community in Serbia), Velimir Bata Živojinović (actor and politician), Jelena Marjanović (singer) and Marinko Madžgalj (actor and singer). The research results indicate that online reports on deceased stimulate a phenomenon that Geoffrey Gorer in 1955 described as “the pornography of death”.

Keywords: death, online media, Blic, Radio-Television of Serbia.

Jelena Kleut
Stefani Šovanec
Filozofski fakultet
Univerzitet u Novom Sadu
Novi Sad, Srbija

UDC: 316.774.4:004.738.

DISKURSI O PUBLIKAMA U KULTURI KONVERGENCIJE

APSTRAKT

Termin kultura konvergenције skreće pažnju na izmenjene uloge proizvođača i konzumenata sadržaja, pošto je publika sve umreženija, produktivnija i kreativnija u širenju, reneratizovanju i menjanju svrhe sadržaja profesionalnih medija. Cilj rada je da se identifikuju diskursi o publici među starim i novim akterima onlajn ekologije. U osam dubinskih intervjuva, sagovornici razmatraju različite vidove aktivnosti publike, transformaciju publike i odnose između tradicionalnih i novih aktera. Ključne razlike u diskursima o publici pronalazimo u razumevanju kreativnosti, motiva i statusa. Analiza takođe pokazuje da se profitno orijentisani poslovni modeli šire među amaterskom proizvodnjom sadržaja.

Ključne reči: digitalni mediji, novi mediji, kultura konvergenције, publika, kreativnost, ekonomija

Uvod

Svoju knjigu posvećenu publici Denis Mekvejl će započeti odeljkom „problem publike“ (McQuail 1997: 1–2), a u zaključku će se zapitati treba li nam uopšte ovaj termin, posebno imajući u vidu nove grupe učesnika u komuniciranju. Odgovoriće pozitivno, uz napomenu da će nastati i novi termini u kontekstu novih medija i novih načina njihove upotrebe (McQuail 1997: 149–150). Dvadeset godina kasnije, Mekvejlov komentar zvuči gotovo proročki jer je termin publika dobio niz takmaca koji upućuju na izmenjene uloge pošiljalaca i primalaca u digitalnoj ekologiji. Namera ovog rada je da doprinese teorijskim diskusijama, tako što će pokušati da ocrta konture diskursa o publici među različitim akterima – onima koji su tradicionalno na emitterskom polu i onima koji su započeli kao publika, a potom se svojim praksama približili profesionalnim komunikatorima.

Publika u kulturi konvergenције

Digitalno doba dovelo je do transformacije odnosa između medija i medijskih korisnika, a ovu promenu Dženkins smešta u šire okvire kulture konvergenције i kulture participacije, koje još karakteriše i protok sadržaja kroz raznovrsne medijske platforme, kooperacija između medijskih industrija i migracija publike u potrazi za sadržajima (Jenkins 2006). Kako piše, nova participativ-

na kultura se odvija na preseku između 1) mogućnosti novih tehnologija da osiguraju konzumentima arhiviranje, beleženje, prisvajanje i širenje medijskog sadržaja, 2) promovisanja medijske produkcije po principu „uradi sam” i 3) ekonomskih trendova koji favorizuju horizontalno integrisane medijske konglomerate, koji podstiču protok ideja, slika i narativa kroz višestruke medijske kanale i zahtevaju aktivnije korisnike (Jenkins 2013: 135–136).

Konvergenција je dvosmerni proces, koji se od korporacija spušta ka potrošačima i od potrošača ide ka korporacijama: medijske kompanije šire sadržaje kako bi povećali prihode, raširili tržišta i pojačali posvećenost gledalaca (Jenkins 2004: 37), a konzumenti uče da koriste nove medijske tehnologije kako bi imali kontrolu nad protokom informacija, kako bi intenzivnije učestvovali u kulturi i davali svoj odgovor na sadržaje masovnog tržišta (Napoli 2012: 79).

U sličnom duhu Bruns piše o *prorišćenju* ili proizvodnom korišćenju (engl. *produsage*), kao o praksi koja je otvorena za učestvovanje, u kojoj ne postoji hijerarhija, već se status u zajednici određuje kvalitetom priloga, a proces se nikada ne završava, jer se proizvodi uvek iznova menjaju (Bruns 2009: 126–127). Autor ukazuje na neminovnost prelaska od proizvodnje do prorišćenja, jer je ono u različitim komunikacionim okruženjima – kao što su blogovi, Vikipedija i slično, već doseglo kritičnu masu učesnika koja je neophodna za samoodrživost, pa taj uspeh podstiče usvajanje prorišćenja i na drugim poljima (Bruns 2006: 10).

Dženkinsov koncept kulture konvergenције i Brunsovo *prorišćenje* deo su teorijskog diskursa o publici koji naglašava nove oblike učešća, njihov povećan obim i intenzitet, u kojem se govori o „ljudima koje smo nekada zvali publika“, a sada su „postali mediji“ (Gilmore 2004). Ovaj diskurs u kojem se publika posmatra kao opunomoćena i participativna, danas se osporava iz različitih pozicija (Kleut 2016) od kojih ćemo se zadržati na dve – kritici ekonomske logike kulture konvergenције i potrazi za nijansiranjem aktivnosti publika.

Kritički diskurs o eksploataciji „besplatnog rada“ (Teranova 2004) naglašava da stvarajući sadržaje korisnici doprinose uvećanju bogatstva medijskih giganata, iako oni bez takvog rada i ne bi mogli da posluju (Andrejevic 2011; Van Dijck & Nieborg 2009). Metjuz piše o „ekonomizaciji kulture“ koja dovodi do polarizacije između profesionalne ponude (engl. *premium offer*) i takozvanih polu-profesionalnih ili profesionalno-amaterskih (engl. *pro-am*) dobara. Sa ovim fenomenom je povezan rastući značaj digitalnih platformi koje doprinose cirkulaciji profesionalnog sadržaja, ali njihova kapitalizacija proizilazi iz direktne ili indirektnе eksploatacije korisnika (Matthews 2017: 34).

Sa druge strane, Bolin smatra da korisnici medija sada imaju priliku da učestvuju u dva proizvodno-potrošačka kruga u kojima imaju različite funkcije (Bolin 2012: 797). Tražeći odgovor na pitanje zašto korisnici pristaju da rade besplatno, autor razlikuje digitalnu ličnost koja dela na mreži i njen subjektivni doživljaj sebe. Naime, tokom „eksploatacije“ meta je samo digitalna ličnost, reprezentovana fajlovima, takozvanim „kolačićima“ (engl. *cookies*), pa ovaj metod korisnici ne smatraju intruzivnim (Bolin 2012: 808).

Disciplinarnim ukrštanjem studija kulture sa biznis studijama Hartli menja pogled na kreativnost u okviru nove potrošačke ekonomije. Na osnovu ideje o lancu vrednosti dobara i usluga (engl. *value chains of goods*) on kreira koncept o lancu vrednosti značenja (engl. *value chains of meaning*), gde na mesto potrošača dolazi publika, na mesto distribuirane robe – tekst, a na mesto proiz-

vodnje – autor (Hartly 2004: 140). Hartli navodi da su u postmodernom društvu konzumenti tretirani kao „izvor značenja“, iako to ne znači da su oni nužno glavni ili posebno aktivni (Hartly 2004: 140). Barijere između proizvođača i konzumenata, trenutno organizovane oko podela rada kao što su profesionalni i amaterski, skup i jeftin, obeležavaju nove relacije potrošnje (Hartly 2004: 140).

Potraga za nijansiranjem aktivnosti publike počiva na tezi da nisu svi korisnici ujedno i proizvođači (Van Dijck & Nieborg 2009; Bird 2011; Pavličkova & Kleut 2016). U ovom diskursu publika je aktivna na interpretativnom planu, a njeni doprinosi novoj medijskoj ekologiji češće se ostvaruju kroz oblike minimalnog učestvovanja kao što su lajkovanje, šerovanje, komentarisanje i sl. Ove prakse će Picon (Picone 2011) nazvati „sporadično *prorišćenje*“ (engl. *casual produsage*), a povremeno objavljivanje fotografija ili snimaka od značaja za širu javnost Lasika (Lasica 2003) će opisati kao „nasumični čin novinarstva“ (engl. *random act of journalism*). Nedavno je grupa autora okupljena oko inicijative CEDAR (Kleut et al. 2017), čijim radom je inspirisano i ovo istraživanje, ponudila termin „mali činovi angažovanja“ kako bi objasnila aktivnosti koje zahtevaju mali napor, koje nisu nužno namenjene javnom komuniciranju i koje počivaju na selekciji i vrednovanju već ponuđenog sadržaja.

Ovaj pregled diskursa pokazuje da se novim publikama prilazi na mnogobrojne načine iz kojih, u zavisnosti od pozicija i fokusa istraživača, proizilaze različiti termini. Iako neretko zasnovani na empirijskim istraživanjima, ovi diskursi predstavljaju diskurse nauke koji podatke interpretiraju, apstrahuju i imenuju. Retki su pokušaju da se ovi teorijski diskursi „vrate nazad“ u svet iskustva učesnika digitalnog komuniciranja i da se ispita njihova relevantnost za različite kreatore digitalnih sadržaja. U radu ćemo stoga pokušati da, prateći model koji je stvoren u okviru inicijative CEDAR (Das & Ytre-Arne 2017) otvorimo put ovakvom načinu ispitivanja diskursa o publikama.

Metode

U istraživanju smo pošle od namere da, imajući na umu teorijske diskurse, istražimo kako publiku vide i kako o njoj govore tradicionalni i novi akteri digitalne ekologije. Primenjen je metod polu-strukturiranog dubinskog intervjua, kojim se tipično prikuplja empirijska građa o iskustvima i značenjima koja im se pripisuju (Brinkmann 2013). Za razliku od grupnog intervjua u kome se može pojaviti efekat spirale tišine (Schröder et al. 2003: 154), individualni intervjue omogućava da se pojedincima pripišu određene diskurzivne pozicije. S obzirom na to da je intervjue koncipiran tako da istraživači unose određena gledišta u intervjue, razgovori koji su vođeni nisu namenjeni prikupljanju podataka već „konstruisanju podataka“ (Schröder et al. 2003: 30).

Za potrebe istraživanja kreiran je vodič u kojem su teorijski diskursi o publici „prevedeni“ u opšte kategorije o ponašanju publike, odnosno na pitanja 1) o prošlosti, sadašnjosti i budućnosti publike u kontekstu promena koje se odvijaju, o 2) različitim vidovima učešća publike, i 3) o tome kako tradicionalni kreatori sadržaja vide nove aktere i kako novi stvaraoci sadržaja vide tradicionalne aktere.

Ovo poslednje pitanje ujedno je poslužilo kao osnova za formiranje dve grupe ispitanika. Unutar svake od njih težile smo raznovrsnosti u pogledu platformi, tipa sadržaja i delatnosti jer smo želele da ustanovimo da li se diskursi o publici menjaju u odnosu na ove elemente. Među ispitan-

icima su stoga Marko, urednik i novinar informativnih portala, Marija, bivša veb-urednica magazina o zdravlju i lepoti, Jovana iz marketing i PR agencije koja se specijalizovala za digitalni marketing i Nikola, kreativni direktor u marketing i PR agenciji. Kao novi učesnici u stvaranju sadržaja intervjuisani su Sanja, popularna blogerka i jutjuberka, Tamara, popularna tviterašica, Nenad, popularni jutjuber i Igor, gejmer. Imena svih sagovornika su promenjena kao bi se očuvala anonimnost intervjua. Pošto se anonimizacijom gubi kontekst firmi, medija i aktivnosti u kojima ispitanici učestvuju, treba dodati i da se radi o javnosti poznatim ljudima, relevantnim za svoje oblasti, odnosno popularnim na društvenim mrežama.

Osam intervjua je urađeno u Novom Sadu i Beogradu, u periodu od januara do septembra 2017. godine. Jedan intervju je urađen Skajpom, jedan pisanim putem, dok je ostalih šest urađeno „licem u lice“, a u proseku su trajali 45 minuta. S obzirom na ciljeve istraživanja potrebne su i dodatne metodološke napomene. Prvo, istraživačicama je bilo teže da organizuju intervjue novim akterima, što se može razumeti ne samo kao zauzetost ispitanika, već i kao (samo)prisipisani značaj. Drugo, među novim kreatorima sadržaja nalaze se mladi ljudi koji nisu želeli razgovor licem u lice: Skajp intervju urađen je sa gejmerom Igorom, a pisani sa jutjuberkom Sanjom. Intervju Skajpom ne zaostaje za kvalitetom u odnosu na ostale, a to se može objasniti činjenicom da se ispitanik nalazio u svom prirodnom, digitalnom okruženju. Pisani intervju po kvalitetu nije u celosti zadovoljavajući jer je onemogućio interakciju između intervjuisane osobe i intervjua, ali je obuhvaćen u daljoj analizi zbog toga što se radi o relevantnoj sagovornici, jednoj od domaćih zvezda Jutjuba.

Rezultati istraživanja

Diskursi o publici digitalnih medija

Bez obzira na to da li pripadaju novim ili starim stvaraocima sadržaja, bez obzira na internetske platforme na kojima su aktivni i oblasti kojima se bave, sagovornici smatraju da je publika postala participativnija. Međutim, slika se menja kada se ova aktivnost gradi u odnosu na velike tehnološke mogućnosti tehnologijom, sa jedne strane, i ono sa čime se sagovornici susreću u svojim svetovima, sa druge strane. Tako će Marko, urednik i novinar informativnih portala, reći da korisnici često (i neprimereno) komentarišu medijske tekstove, ali da izostaju supstantivniji doprinosi. I Nikola iz ugla marketinške upotrebe korisničkih sadržaja kaže:

Počelo je sa „user-generated-content“, ali to je sada sahranjeno jer je retko bilo uspešno. Posebno u našoj kulturi. Postojali su neki pokušaji da se zasadi sadržaj ali to nije radilo.

Publika se odlučuje da ode korak dalje onda kada se to podstiče, pa Marija, koja je radila kao urednica onlajn izdanja magazina o lepoti i zdravlju, kaže da su čitateljke aktivne ako se nešto poklanja, *ako nemaju nešto zauzvrat onda nisu aktivne*. Kao mogući razlog ovome, Marija navodi strah od izlaska u javni prostor, čak i kada se radi o „mekšim“ temama:

Ljudi generalno imaju problem da iznose svoje mišljenje zato što se boje osude drugih. Možda je to do našeg mentaliteta. Ali ako bi postavili neki svoj stav i onda se većina sa time ne slaže, nikada više ne bi pokušali da nešto napišu.

Za razliku od tradicionalnih aktera, novi govore o publici koja je neprestano uključena i koja svojim aktivnostima gradi tkivo zajednica okupljenih oko blogera, vlogera, tviteraša. Popularna blogerka Sanja navodi da postoje brojni fan profili koji prave različite kolaže od njenih slika, da ljudi postavljaju kolaže na svoje profile, i dodaje: *Moglo bi se reći da funkcionišemo kao jedna mala zajednica*. Dok Sanja u ovome uživa, deo proizvodno orijentisanih korisnika oseća pritisak da ispuni očekivanja svojih fanova:

Ja povremeno imam osećaj da korisnici interneta generišu isuviše sadržaja, čak sam i sama bila jedna od onih koji dnevno izbace po nekoliko desetina tvitova, ali sada, doduše, nakon pauze od korišćenja društvenih mreža u trajanju od skoro godinu dana, mi se dešava da danima ne postujem ništa od sadržaja (Tamara, tviterašica).

Pokušavam da naučim svoju publiku zašto ne mogu da pravim video svakog dana. I da im pokazem da cene količinu posla koji je potreban za svaki video (Nenad, jutjuber).

U odnosu na motive za veći angažman aktivnosti korisnika, ispitanici govore o publici kao o sebičnoj, samodovoljnoj i usmerenoj ka privatnim interesima i interesovanjima. Marija navodi da je njena redakcija, prateći želje čitateljki, počela da piše tekstove iz ličnog ugla sa kojim se one mogu poistovetiti. Jovana iz marketinške struke kaže da je opšte poznato *da publiku od koje nam posao zavisi čine ljudi koji, kao i svi drugi ljudi, najviše vole da pričaju o sebi*, i dodaje: *Kada se preselimo u onlajn prostor, ovaj procenat skače čak na 80%*. Sličnog mišljenja je i tviterašica Tamara:

Ono što ljude najviše podstiče na komentarisanje i šerovanje su događaji i situacije koji bar u nekoj meri dodiruju njihov lični svet: apeli za humanitarnu pomoć, tekstovi o nepravilnostima u radu institucija, teškoće s kojima se roditelji susreću.

I produktivnije prakse se smatraju negativnim, pokrenutim iz pogrešnih pobuda. Marija i Marko iz medijske branše kao motiv navode samopromociju i profit.

To je sve neka lična samopromocija. Sam sadržaj nije cilj i neko informisanje drugih već je to samopromocija. Da li zbog neke zarade u budućnosti ili prosto neka taština da je u pitanju, to ne znam (Marija, urednica magazina).

Postoji Vorholovski sindrom 15 minuta slave(...) Ovo je posebno vidljivo među mladima. Mladi počinu da vloguju ne da bi zaradili novac, već da bi stekli popularnost. A onda ubrzo shvate da je to nešto od čega mogu da profitiraju (Marko, urednik i novinar).

Interesantno je što su ovog diskursa svesni mladi koji aktivno stvaraju sadržaje. Oni nastoje da se ograde od onih koji su tu zbog zarade, naglašavaju kreativnost, strast, i upornost, kao put do uspeha:

Sve više i više ljudi želi da stvori nešto svoje. Ali ne rade to iz pravih razloga. Ne žele nešto da ostave iza sebe, već misle: Hej, zašto bih radio za stolom i imao šefa, kada mogu da budem kreator. Dakle rade to ne zato što su kreativni, već zato što žele takav život. I često ne uspeju jer nisu zadovoljni prvim rezultatima (Nenad, jutjuber).

Ako želite da zarađujete od e-sporta a nemate pojma o nekoj igri i želite sebe da motivišete da naučite da igrate, da odvojite osam sati dnevno, onda sigurno nećete uspeti. Kad gledate sve te ljude videćete da ima nešto više od novca što ih motiviše. Takva je priča i sa mnom. Pokreće ih

strast za igrom(...) Ništa nije garantovano u e-sportu, ulažete puno, recimo u Kini provode više od 10 sati dnevno u vežbanju. Ali ne možete odmah da očekujete novac i ne možete da vežbate, a da ne osećate ništa prema igri (Igor, gejmer).

Učešće publike u distribuiranju sadržaja posredstvom internetskih društvenih mreža posmatra se u kontekstu posledica, a to su radikalno skraćivanje i pojednostavljivanje sadržaja, ubrzavanje protoka informacija i smanjenje pažnje. Marko, novinar i urednik, govori o *novom populizmu koji je indukovao simplifikacijom*:

Možemo očekivati nano platforme sa pojednostavljenim informacijama na mobilnim telefonima. Informacije će biti sve banalnije. Za ljude koji su rođeni sa mobilnim telefonima u rukama ovo je prirodno stanje i oni jednostavno ne razumeju našu potrebu da dublje analiziramo stvari.

Nikola iz marketing agencije navodi kako je pripremao dramu za mlade i da mu je rečeno da *epizoda ne treba da traje više od 8 minuta, jer je mobilni telefon medij mlade generacije i osam minuta je njihov raspon pažnje*. I drugi sagovornici imaju slična iskustva ili na ovaj način razumeju budućnost publike:

Vrtoglavi rast Instagrama u poslednjih pet godina govori o tome da se fokus publike pomera sa virtuelnog druženja, okupljanja i razmene mišljenja na brzu foto formu za koju nam je potreban kapacitet pažnje od 1-2 sekunde (Jovana, marketing agencija).

Taj sadržaj će morati da bude što efektniji i šokantniji da bi zadržao pažnju duže od milisekunde. Ljudi, a naročito mladi, su zatrpani sadržajem i nemaju ni naviku ni volje da se nečemu posvećuju duže. Naročito ukoliko to nešto nije instant zabavno (Tamara, tviterašica).

Tradicionalni akteri takođe smatraju da je publika medijski nepismena i da ne može da razlikuje lažne od stvarnih vesti na društvenim mrežama. Iako naglašavaju značaj angažovanja publike oko tema od javnog interesa, smatraju da je publika okrenuta zabavi, a da ozbiljne teme brzo zaboravi.

Tradicionalni diskurs o publikama kao potrošačima i dalje postoji. Nikola iz marketing agencije, kaže da se *industrija još navikava da korisnike naziva publikom*. Oba sagovornika iz ove branše govore o digitalnim medijima kao sredstvima da se lakše dođe do publike, da se sadržaji lakše prilagode ciljnim grupama, pa čak i da potpuno individualizuju u budućnosti. Međutim, ovaj diskurs nije ograničen samo na tradicionalne aktere, usvajaju ga i novi, doduše ne bez poteškoća:

Nemoguće je doći do ljudi. Morate da plaćate reklame, recimo na Fejsbuku. Morate da ih privučete vizuelnim sadržajem. Morate privući ljude da gledaju. Ali to je teško poslednjih godina (Igor, gejmer).

Ne mogu da budem i analitičar (publike) i kreator. Prošle godine sam bio analitičar i pratio sam šta se dešava jer to je moj život (Nenad, jutjuber).

Profesionalno i amaterski – odnosi i usložnjavanje uloga

Povećana aktivnost publike u novom digitalnom okruženju manifestuje se mnoštvom podataka i sadržaja na društvenim mrežama i drugim internet platformama. U ovom okruženju opstaju

tradicionalni medijski proizvodi, ali nastaju i nove forme. Aktivni članovi publike sada dobijaju sopstvenu publiku, pa menjaju pristup stvaranju sadržaja, te postaje teže definisati razlike između tradicionalnih proizvođača i amatera. Ipak jasne granice postoje u diskursu nekih od sagovornika. Marko, urednik i novinar, navodi da *publika ima veoma mali uticaj i da je moć još uvek u rukama tradicionalnih medija*. Nadalje, smatra da publika nikada ne može da odmeni novinare:

Možda smo mi, novinari, konzervativni, pa nalazimo različite izgovore za stav da participacija nije najbolja. Zbog blogova i društvenih mreža svako misli da može da bude novinar. Možda je to pregrubo, misle da mogu da informišu javnost.

Postojanje granica, međutim, ne sprečava tradicionalne aktore da se oslanjaju na rad publike. Uzeće dojavu ako je dobra ili će, kako objašnjava Nikola iz marketing agencije, koristiti modne blogerke za reklamiranje proizvoda. Sa druge strane, Tamara, popularna tviterašica smatra da su društvene mreže pojednostavile posao novinarima:

Danas se većina vesti na novinskim portalima, pa čak i u štampanim izdanjima, svodi na tvit, fotku, objavu s neke od društvenih mreža koju koriste poznate ličnosti, uz svega par redova propratnog teksta. I to često besmislenog.

Saradnja se ne odvija bez trzavica, a one se mogu objasniti nepoverenjem i konkurencijom između tradicionalnih i novih proizvođača sadržaja. O ovome intervjuisani govore u različitim kontekstima. Na primer, Marko, urednik i novinar, smatra da je političko izražavanje kroz blogove odraz nepoverenja u medije:

Ljudi ne mogu da trpe teror medija u smislu da mediji imaju monopol nad javnošću i pravo na distribuciju sadržaja. Ovo je rastući trend. Upotreba društvenih mreža je prisutna čak i kod političkih partija.

Tamara, popularna tviterašica, govori o tome kako se korisnici Tvitera medijima ne dopadaju kao grupa:

Mediji vide tviteraše kao neku homogenu grupu zaludnih ljudi koji po ceo dan sede za kompjuterima i mrze sve živo, doduše ta mržnja ume da bude i duhovita. Uz ogradu da verovatno postoje takvi slučajevi, pomalo je banalno svoditi sve korisnike jedne društvene mreže na tako simplifikovanu definiciju.

Objašnjavajući proces izbora blogerki sa kojima će njen magazin sarađivati, Marija kaže:

Različite blogerke imaju različitu reputaciju i različit tip sadržaja koji baš ne bi mogao da se objavi. Više su da tako kažem „trash” i ne bi se mogle uklopiti u sam sadržaj i koncept našeg magazina.

Jutjuber Nenad navodi primere loše komunikacije i loše saradnje vlogera i profesionalnih komunikatora, i smatra da mediji ponekad ne poštuju ono čime se bavi. Takođe, mišljenja je da se tradicionalni mediji plaše da će biti zamenjeni internetom:

Oni misle da će influenseri preuzeti njihov posao. Moj odgovor je: Hej, ljudi, nismo zato ovde. To nije ono što mi želimo, a čak i da želimo, ne bismo mogli(...) Novi mediji samo guraju stare, čine da oni više rade na svom sadržaju.

Iako postoje negativna iskustva i percepcije, pojedini profesionalni proizvođači i amateri rado sarađuju koristeći jedni druge za međusobnu promociju. Nikola iz marketing agencije kao primer navodi slučaj kad se jedan brend iz njegovog portfolija pojavio u snimcima na jednom Jutjub kanalu. Iako nije bio siguran da li je to bilo slučajno ili se radilo o indirektnom pozivu na saradnju, aranžman je na kraju dogovoren i agencija je počela da plaća ovaj vid promocije. Slično iskustvo ima i Marija, koja kaže da je uključivanje blogerki u rad magazina počelo kada se uredništvo orijentisalo ka mlađoj publici:

Postepeno smo ih uključivali da kreiraju sadržaj. Nekada smo puštali da one same kreiraju sadržaj, a nekada smo u saradnji s njima smišljali teme. (...) Nijedna nas nikada nije odbila. Čak su spremne da pišu besplatno jer to je obostrana promocija. I ta popularnost sigurno njima donese više novca.

Tamara, popularna tviterašica, navodi da su je mediji i marketinške agencije kontaktirale kako bi joj nudile poslovnu saradnju. Gejmer Igor je sličnu priliku iskoristio pošto ga je remiksovanje sadržaja video igre preporučilo za jedan posao.

Ovo uključivanje „ljudi koji su nekada bili publika“ otvara dilemu o njihovom statusu profesionalaca, amatera ili profesionalnih amatera. Novi akteri svoje proizvode i svoj rad smatraju sličnim profesionalnim:

Jutjuberi i njihovi kanali su kao mala televizija. Cela produkcija je obično smeštena u jednoj sobici gde boravimo i odatle potiče magija. Sve što radimo, radimo sami. Od ideja do produkcije i saradnje sa kompanijama. Vremenom, kako raste nečiji kanal, tako Jutjuberi otvore svoje kompanije i zaposle ljude koji će raditi ono što su oni nekada na samom početku (Sanja, popularna blogerka).

Mislim da nas mediji vide kao poznate ličnosti, jer samo sam tako i video da nas predstavljaju u tradicionalnim medijima. Mi imamo veliki broj ljudi koji nas prati, ali to ne znači da pripadamo poznatim ličnostima. Jutjuberi su nešto sasvim novo i po meni zasebna kategorija, jer do sada nismo imali ništa slično (Nenad, jutjuber).

Sa druge strane, Marija iz magazina o zdravlju i lepoti bori se sa definisanjem blogerki:

Svaka koja je već malo popularnija ima neki selebriti status(...) Zapravo pitanje je da li ih mi kao redakcija vidimo u tom selebriti statusu ili publika. Publika ih mnogo više posmatra kao selebritije.

O složenosti odnosa između novih i starih aktera govore i drugi primeri. Popularna tviterašica Tamara već je radila u medijima, pisala je za novine i televiziju i vodila jutarnji program. Ovim medijima se ne bi vratila, kako kaže: *Jedini medij koji bi mi u smislu aktivnog rada na njemu možda u budućnosti bio zanimljiv je radio.* Nenad, jutjuber, ceni tradicionalne medije i počastvovan je kada ga intervjuišu. Na kraju razgovora dodaje da bi želeo da jednog dana bude autor emisije na televiziji. Slično i Igor, gejmer, legitimizaciju traži u „starij“ medijima i smatra da bi gejming svet bio bolji kada bi postojao ceo kanal na kome bi se *od 9 do 12 prikazivala Dota, od 12 do 15 LOL i tako dalje.*

Zaključne napomene

U novom medijskom okruženju kategorije proizvođača i potrošača se prožimaju i delimično spajaju, zamagljujući prethodne relativno jasne granice. Aktivnost korisnika koji proizvode sadržaje i pridobijaju sve veću publiku donosi terminološke probleme pri imenovanju novih aktivnih korisnika-proizvođača. Nastaju novi akteri koji se ne mogu poistovetiti sa profesionalnim, ali se ne mogu nazvati ni amaterima. Novi kreatori prenose ekonomsku logiku u svet amatera profesionalno pristupajući proizvodnji sadržaja – prilagođavaju ga prema potrebama publike, imaju definisane ciljne grupe i marketinške strategije, a roba koju proizvode često im donosi profit.

Tradicionalni proizvođači i novi akteri imaju različita stanovišta o publici. Iako je vide kao participativniju, aktivniju i zahtevniju, tradicionalni akteri smatraju da je ona većinski okrenuta infotejmentu i da njen angažman često nije adekvatan. Novi proizvođači publiku vide kao konstantno uključenu zajednicu. Obe grupe zabrinute su zbog motiva za angažman i proizvodnu publiku vide kao sebičnu, usmerenu ka uskim interesima i interesovanjima, podstaknutu samopromocijom i profitom. Pomenute tendencije uslovljavaju promene karakteristika sadržaja, koji je sve kraći i jednostavniji, jer takav odgovara publici sa smanjenim rasponom pažnje.

Diskursi o publikama koje artikulišu oni koji se sa njome svakodnevno sreću su podjednako šaroliki, bezmalo neuredni, kao i teorijska stanovišta. Ako se iz skromnog empirijskog materijala može izvući zaključak to je da produktivni korisnici postaju sve bliži profesionalcima i sve udaljeniji od publike iz koje su potekli. I njima, kao i tradicionalnim akterima, besplatan rad koji se ostvaruje u „malim činovima angažovanja“ donosi popularnost ili profit, mada ih češće vide kao zajednicu nego kao potrošače.

Da bi se bolje razumeli novi odnosi, uloge i diskursi koji ih prate, istraživanje je potrebno proširiti jer će se tako jasnije oslikati ne samo nijanse između pozicija već i sektorske razlike. Među njima bi bilo značajno istražiti one koje se javljaju između političkog i drugog produktivnog rada, posebno imajući na umu lokalne specifičnosti medijske scene u Srbiji.

Literatura

- Andrejevic, M. (2011). The work that affective economics does. *Cultural Studies*, 25(4–5): 604–620.
- Bird, S. E. (2011). Are We All Producers Now?: Convergence and Media Audience Practices. *Cultural Studies*, 25(4–5): 502–516.
- Bolin, G. (2012). The labour of media use. *Information, Communication & Society*, 15(6): 796–814.
- Brinkmann, S. (2013). *Qualitative interviewing*. Oxford: Oxford University Press.
- Bruns, A. (2006). Towards Producers: Futures for User-Led Content Production. *Proceedings Cultural Attitudes towards Communication and Technology*, eds. Sudweeks, F., Hrachovec, H. and Ess, Ch., (Estonia, Tartu): 275–284.

- Bruns A. (2009). From Reader to Writer: Citizen Journalism as News Produsage. *International Handbook of Internet Research*, eds. Hunsinger J., Klasturp L., Allen M., (Springer, Dordrecht): 119–133.
- Das, R. & Ytre-Arne, B. (2017). *Audiences, towards 2030: Priorities for audience analysis*. Surrey: CEDAR.
- Gillmor, D. (2004). *We the media. Grassroots journalism by the people, for the people*. Cambridge: O'Reilly.
- Hartley, J. (2004). The 'Value Chain of Meaning' and the New Economy. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1): 129–141.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 33(7): 33–43.
- Hartly, J. (2004). The 'value chain of meaning' and the new economy. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1): 129–141.
- Kleut, J. (2016). Kultura konvergencije: pojam i kritike. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, 41(1): 165–182.
- Kleut J., Møller Hartley, J., Pavličková, T., Picone, I., Romić, B., & de Ridder, S. (2017). Small acts of audience engagement interrupting content flows. In R. Das & B. Ytre-Arne, *Audiences, towards 2030: Priorities for audience analysis*. Surrey: CEDAR.
- Lasica, J. (2003). Blogs and Journalism Need Each Other. Retrived from: <http://niemanreports.org/articles/blogs-and-journalism-need-each-other/> (12. 11. 2017)
- McQuail, D. (1997). *Audience analysis*. London: Sage.
- Matthews, J. T. (2017). Beyond 'Collaborative Economy' Discourse: Present, Past and Potential of Digital Intermediation Platforms. *Collaborative Production in the Creative Industries*, eds. Graham, J. and Gandini, A. (UK, London): 33–49.
- Napoli, P. M. (2012). Audience Evolution and the Future of Audience Research. *International Journal on Media Management*, (14): 79–97.
- Pavličková, T. & Kleut, J. (2016). Produsage as experience and interpretation. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, 13(1): 349–359.
- Picone, I. (2011). Produsage as a Form of Self-publication. A Qualitative Study of Casual News Produsage. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 17(1): 99–120.
- Schröder, K., Drotner, K., Kline, S., & Murrey, C. (2003). *Researching Audiences*. London: Arnold.
- Terranova, T. (2004). *Network culture: Politics for the information age*. London: Pluto Press.
- Van Dijck, J., & Nieborg, D. (2009). Wikinomics and it's discontents: a critical analysis of Web 2.0 business manifestos. *New Media & Society*, 11(5): 855–874.

DISCOURSES ABOUT AUDIENCES IN CONVERGENCE CULTURE

Summary

The notion of convergence culture directs our attention to the changing roles between producers and consumers of content, as audiences are becoming networked, productive and creative in redistributing, re-narrating and re-purposing the content of the professional media. The aim of this paper is to identify discourses about audiences among old and new actors in online ecology. In eight in-depth interviews, the respondents reflect on different types of audience engagement, transformation of audiences and relationships between legacy media and new actors. The key differences in audiences discourse across the two groups are found in understanding of audience creativity, motives and status. The analysis also points to proliferation of profit oriented business models among the audience driven content production.

Keywords: digital media, new media, convergence culture, audience, creativity, economy

Maja Kostadinovic
Faculty of Philosophy
University of Nis
Nis, Serbia
Aleksandra Jovanovic
Economic School
Nis, Serbia

UDC 004.738.5-053.81

SAFETY OF ADOLESCENTS IN THE DIGITAL AGE

SUMMARY

Techniques and civilization are two mutually conditioned terms, historically intertwined and completely inseparable. Alongside the development of techniques and technologies the civilization develops, previously developed life norms change as well as forms of sociability and even a man's culture itself. A man of the 21st century is entirely dependent not only on the use of the digital technology but on the media as well. Technology and media can help us lead a life of a better quality, but in order to know how to use them properly we need to be digitally literate. This means that we need to know what the digital media real purpose is, what kind of messages they send and how we have to behave in this virtual world. This is important throughout one's whole life, but there are so many obligations not only for students in the adolescent age but also for their teachers and parents, because the adolescence itself is a period of development in which we want to try everything new and interesting and not to think about consequences of our actions. Therefore, a development of students' digital competences throughout their education is needed because it will enable them to actively use digital technologies in a rather safe way. Safety in the digital world means awareness of all possible risks whose irreparable consequences we might have to face. The purpose of our research is to investigate both attitudes of adolescents as well as their safety while using the Internet, as a particularly interesting product of modern technologies. Also, we evaluate the knowledge of adolescents about digital violence, which is not less dangerous than the real world violence. Furthermore, we point out schools', parents' and the media's duty to work on children's safety on the Internet. For the purpose of this research we constructed a Likert-type scale of assessments. The questionnaire sample students are high school students.

Key words: cyber security, adolescence, digital violence, digital literacy, prevention

Introduction

Plunging into the world of virtual, without the awareness of the depths they are in front of and what is lurking in the dark, is what characterizes a young rebel who is only beginning to tempt himself and his limits. The escape from reality and boredom into the virtual world happens every day. That is the world in which obverse can have a thousand reverses, where nobody knows who a true friend is and who is an enemy, where impersonation of others for the sake of popularity and

fear of rejection becomes a rule. It all carries certain risks for those who are prowling through that world day and night, and very often they put their environment into risky situations, since traditional rules of behaviour that other people should not be presented without their consent are not respected, as much as it seems that they will agree with such an action. On the other hand, the way that a man represents himself on the network defines his future to some extent.

Mass media and new technologies create everyday life of a man. They influence his knowledge, reasoning, behaviour, attitudes, values. Children constitute a particularly sensitive category, as well as adolescents who are the most vulnerable and susceptible to this influence. In the era of digital technology, the abuse of adolescents on the network is a contemporary issue that the world is facing ever more often. Hence the need for research on the safety of adolescents, who are experimenting in the virtual world at this developmental stage.

The task of parents and educational facilities is to help young people to develop cognitive abilities with a view to understanding and recognizing a complex structure of the mass media, so that they would not have a negative effect on young people's behaviour, as well as their relationship towards values in society. On the other hand, scientific researchers, aware of the perils that these two categories of population are exposed to, insist on media education as an integral part of a regular school programme. Those programmes most often have precisely defined specific goals, among which are: "introducing and adopting mass communication as an integral part of general culture of a contemporary man; getting acquainted with informative, educational and distracting function of the media of mass communication; acquiring basic knowledge on phenomenon, development, languages of research and the aesthetics of media; the training for selective and critical receiving, evaluation and adopting media messages through analytical approach and creative expression in the media; acquiring knowledge and capabilities for placing media contents into own value system – the framework of a worldview." (Vuksanović, 2008: 176). In order to survive in the world of contemporary technologies, in which the boundaries between reality and fiction are being obliterated with the help of the media of mass communication, it is necessary to understand technologies and media and know how this symbiosis functions.

With the research presented in this paper we do not want to criticise the use of digital technologies or the media, since it is not possible to live without either of them. This research allows us to see how adolescents act on the network, whether they are digitally competent, if they can avoid and recognize digital violence, as well as whether there is an adequate prevention on parents' side and school that will prevent certain risks which evidently exist.

The risks of adolescents in the virtual world

The use of digital technology reflects the world of a contemporary man. We cannot imagine a day without the use of the Internet, since contemporary trends, in business as well as in teenagers' lives, inevitably require online communication. Even though the Internet dates back a couple of decades, we cannot say that population is digitally literate, in particular when it comes to the older population. On the other hand, the public in general, researchers, and creators of politics treat children as a separate kind of media users. There are valid reasons for that, primarily belief that children are exposed to a greater risk of negative outcomes of the influence of media mes-

sages since they are at a lower level of development – in cognitive, emotional and moral sense – and they do not have enough experience in real life for an adequate interpretation of media messages.” (Poter, 2011:100).

Given that parents are the first educators of a child, and that even at the earliest age a child begins to use the tools of mass communication, it is parents’ obligation to act preventively and prevent the abuse of their children on the internet. In the period of adolescence the use of the internet is perhaps the most represented, so that this period must not be neglected, with assumption and under the pretext that adolescents are mature enough and they know how to behave in the virtual world.

In order to assure the safety on the internet, protect privacy and avoid digital violence, it is necessary to act in accordance with a certain code of behaviour on the internet, but also to know how to use digital media, that is, to be digitally literate. Adolescents in the period of their rebellion, in need of acceptance and search of an identity, often leave their data on the internet, which can have farreaching consequences. They are not unfamiliar with blind dating, giving passwords to other people, talks with unknown people, especially about the problems they have, and do not have anyone to share them with.

By recklessly leaving their data on the internet, young people become victims of various marketing companies and interest groups who can abuse those data in multiple ways. Technical and technological innovations with their broad application have eased and further popularized social networks, massively used among young people. So, for example, Facebook has 1.28 billion active daily users; On average, on a daily level, almost 100 million web pages are shared and liked; Three hundred million photographs are added on the network a day; Every sixty seconds over 510.000 comments are posted on Facebook, and over 293.000 posts are updated.⁴¹

Without any prior thought, adolescents post various kinds of information from their real life on social networks. Potential risk and abuse may be hidden in plenty of false ads and insufficiently protected privacy on various accounts which are created on the internet.

While on one hand communication over screen can be useful, on the other hand there are authors who clearly state that digital technology is useless and it exists only for the power and capital. A human function of the internet is almost non existent. The purpose of the internet is the least humanistic (Gordić-Petković & Radić-Bojanić, 2012; in: Bošković, 2000). Participation in the virtual world leads to creating virtual communities, that is, virtual culture. Lev Manovič talks about computerization of culture which leads to the occurrence of virtual communities, since our work and living environment are now moving into the online world (Ibid., in: Manovič, 2001). Online life thus leads to creation of a single global culture which aspires to connect all online actors, and the patterns of that culture are reflected in the crypted meanings shared by means of the internet in terms of photos, videos, stickers, on social networks, as well as by means of blogs and sites. The necessity of computers in order for the children to be connected to the internet is not an imperative nowadays. Only mobile phones are necessary, which thus means that children are more exposed to risks, since they can connect to the internet always and everywhere. The purpose of the internet when it comes to adolescents is primarily brought down to entertainment, but the usage of

⁴¹ <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>

the internet for education and selfeducation is also not foreign. Frequent use of the internet for entertainment or leisure can be a trigger for potential digital violence. Digital violence often strikes children who are not yet aware of the consequences that their behaviour can cause on the internet. This kind of violence is more frequent and no less dangerous than violence in the real world. Adolescents are often not familiar with the term digital violence, they are not able to recognize it and very often they commit it themselves, consciously or unconsciously.

When digital violence occurs, public institutions are obliged to assist in solving the situation. According to the rule of the Protocol of behaviour in an institution as an answer to violence, abuse and neglect (2010) digital violence is categorized in three levels, and these are: level one (disturbing calls, texts and photos), level two (recording and sending videos, abuse of blogs, chats, forums, recording and distributing of violent or disrespecting videos and photos) and level three (recording and distributing violent and sexist scenes). School should work on developing the spirit of tolerance and nonviolence, and there should be an atmosphere in which secondary school students could ask for help when needed.

Parents do not pay enough attention to what their children are doing on the internet and what they are primarily using it for. They are required to keep up with the times and be flexible enough to live in the era of digital technology. As Zuković & Slijepčević state, (2015) parents nowadays have a new role, and that is to follow and enable safe usage of the internet for their children. Parents have a role of mediators and based on their use of the internet, the usage of the internet of their children will partly depend on. However, it is not seldom that it is the children who teach their parents how to use digital media. Given that children at an older age do not allow their parents to pry into their private life, it is necessary to point at positive and negative sides of the usage of the internet on time. Authors Kuzmanović, Lajović, Grujić & Medenica (2016) name today's children „digital natives“ (in: Prensky, 2001). Contemporary children explore the virtual world much more and thus consider themselves more skillful than their parents. Even though children are more informed of online functioning, it does not mean that they do not have anything to learn from their parents. Online and real world are connected by communication as a way of functioning, and when it comes to communication, parents do have what to teach their children. Clearly set rules of behaviour which include how to behave in relation to others, whether it is virtual or face to face, as well as how much time is sufficient for online life, are the tasks that parents should do. We will certainly agree with the statement of above mentioned authors that „children may know more about the internet, but adults know more about life“ (Ibid., 2016:35). Parents maybe do not want to or cannot know digital technology as their children do, but sometimes it is enough to show interest for what interests their children on the internet. Educational institutions have a task to endow students and their parents with the adequate knowledge on the usage of digital technology, that is, to develop their digital competence. Children should become familiar with the awareness of what the internet is and what its purpose is by means of various programmes of prevention, but that it is up to them to choose how to use it. Thus, it is necessary to start with prevention from the earliest age of a child. It is possible to react preventively with free activities, workshops in which children, parents, teachers, expert associates and local selfgovernment are involved.

There are a series of useful handbooks with already prepared workshops on the subject of safety on the internet which can be used in educational institutions. Some of them are „Digital violence – prevention and reaction“ and „Tagged“. Golden rules in online communication are

presented in the handbook „Tagged“. For upper elementary and secondary school age, following rules stand out: do not tell personal data to persons we do not personally know; when we get in touch with a violent person or someone who is fraudulently misrepresenting, we must inform someone or block him; it is desirable to make a crypted language with our friends in order to make sure that it is the person we want to talk to online; you should not misrepresent on the network; you should not transfer something on the network that disrespects us or others, or discloses privacy; you should pay attention to false ads, links, mails; everything that we once put on the internet can be permanent. Aside from the handbook, a short film of the same name is available, which visually portrays what bad behaviour is in the online world and what consequences it bears (<https://www.esafety.gov.au/education-resources/classroom-resources/tagged/watch-the-film>

). The participants of this film are secondary school students who were 'marked' for the entire life due to their inadequate behaviour, and their message is clear and it says that what you do in the digital world "can change your life if you do not think about the consequences that your actions can lead to".

According to the results of a comprehensive research in which 2.272 elementary students and 514 secondary school students participated, the greatest number of students have an access to the internet on their computers, mobile phones, as well as from school. Older students access the internet more from phones. The internet is mostly used for entertainment and exchanging messages. Half of the students do not have advisory talks with their parents about the usage of the internet and parents do not pry into their online life. Even elementary students showed that they know more about the internet's functioning than their parents. 84% of secondary school students exposed themselves to some kind of risk on the internet. With the risks, digital violence is more frequent, and very often those same children commit violence themselves. The most common forms of risky behaviour are exchanging information with unknown persons and giving personal data. Girls are more careful than boys, and one third of students are not at all interested in the possibilities of the abuse of the internet. Parents are aware of risks that the internet brings, but even with that they believe that their children are capable enough to avoid the traps of online communication. Students would rather acknowledge that they were exposed to digital violence than that they themselves committed it, and they seldom ask school and parents for help (Popadić & Kuzmanović, 2013).

Methodology of research and structure of sample

Subject of research. With this research we want to examine if adolescents are safe in the era of digital technology.

The aim of research. We want to establish if adolescents adequately behave on the internet, if they are digitally literate, if they can recognize digital violence and if they are potential participants, as well as if there is an adequate prevention of digital violence.

Hypotheses of research. General hypothesis that we started from is the assumption that adolescents are not safe on the internet. Specific hypotheses are:

1. It is assumed that adolescents do not behave adequately on the internet, they cannot recognize digital violence, they are not digitally competent, but that they have positive attitudes towards prevention of digital violence.

2. It is assumed that adolescents express different attitudes towards safety on the internet based on gender, school achievement, time spent on the internet and the purpose of the internet usage.

Sample and variables of research. The sample of research constitute 234 students of Economics School in Nis, school year of 2016/2017. As variables of research we used the gender of respondents, school achievement, time spent on the internet and the purpose of the internet usage. The structure of the sample of research is portrayed in Table 1 and 2.

Table 1. Structure of the sample according to the gender and academic achievement

Gender	F	%	School achievement	f	%
M	92	37.86%	Excellent	88	36.21%
			Very good	102	41.98%
F	151	62.14%	Good	47	19.34%
			Good enough	6	2.47%
Total	243	100%		243	100%

Among respondents there were more female students, 62.14%. The greatest number of respondents, 41.98%, had a very good achievement in school. (Table 1).

The greatest number of respondents spend more than 3 hours on the internet, 55.56% of them, and for 62.55% respondents the purpose of the internet usage was entertainment only (Table 2).

Table 2. Structure of the sample according to the time spent on the Internet and purpose of its usage

Time spent on the Internet	f	%	Use of the Internet	f	%
Up to 1h	40	16.46%	Fun	152	62.55%
Up to 3h	68	27.98%	Information for school	63	25.93%
More than 3h	135	55.56%	Other	28	11.52%
Total	243	100%		243	100%

Table 3. Cronbach's Alpha reliability test

Scale	Cronbach's Alpha	N of items
BITDW	.47	11
DV	.56	14
DL	.49	9
PODV	.81	7

Legend: BITDW (Behavior in the digital world), DV (Digital violence), DL (Digital literacy), PODV (Prevention of digital violence).

Instruments of research. For the purpose of this research instruments were constructed, five-point Likert scales, which measure: behaviour in the digital world (scale BITDW), digital violence (scale DV), digital literacy (scale DL) and the prevention of digital violence (scale PODV). We used Cronbach-Alpha's coefficient to test reliability of measure scales, where the most reliable was scale PODV, with which we measured the attitudes of prevention of digital violence (Table 3).

Organization of research. Research was realized in May 2017, in the area of the City of Nis.

Statistical processing of data. The results of the research were processed in the programme SPSS. Out of statistical processing, we used minimum, maximum, arithmetic mean and standard deviation, as well as test and Anova to compare arithmetic means.

Analysis and discussion of the results of research

Starting from the issues of our research that inevitable and frequent use of the internet among adolescents can jeopardize their safety, we divided factors that can lead to the abuse to: adequate behaviour in the online world, knowing the ways of committing digital violence, digital literacy and representation of the prevention of risks on the networks in school as well as in family environment. By giving answers to certain claims with I do not agree at all, I do not agree, I am not sure, I agree, and I absolutely agree, students expressed the degree of agreeing and disagreeing, that is, their attitudes and their knowledge on the safe use of the internet.

In theory, students could achieve certain maximum results, and with adequate measuring, we came to empirical results (Table 4). On the basis of realized arithmetic means, we can conclude that the behaviour of adolescents in the digital world is at a satisfactory level ($M=45.66$), as well as that the degree of digital violence is significantly lower than the expected. Adolescents can recognize digital violence and they do not commit it ($M=50.42$). There is an adequate degree of digital literacy sufficient for safe usage of the internet ($M=31.33$). Prevention of digital violence is represented by parents and school ($M=23.98$). Empirical minimum results are considerably above theoretical which points that there are not distinctively negative answers of respondents. In examining prevention of digital violence there are respondents who achieved minimum result ($Min=7$), which indicates that school and family are not engaged enough in educating about a safe usage of the internet. What turned to be the most critical is understanding digital violence, since achieved result is 66, and it is possible to achieve 70. With these indicators we refuted the general hypothe-

sis that adolescents are not safe in today's era of digital technology. The results show that adolescents do not have distinctively negative answers, which thus indicates that their awareness of the abuse of internet exists.

Table 4. Theoretical and empirical minimum and maximum score, gained mean and standard deviation

Scale	Possible			Gained			
	Min	Max	M	Min	Max	M	SD
BITDW	11	55	33	27	55	45.66	5.10
DV	14	70	42	26	66	50.42	7.33
DL	9	45	27	17	44	31.33	4.97
PODV	7	35	21	7	35	23.98	6.54

Legend: BITDW (Behavior in the digital world), DV (Digital violence), DL (Digital literacy), PODV (Prevention of digital violence).

We started from the assumption that gender can influence safety of adolescents, that is, that girls are likely to share personal contents on the internet with others, or that boys are more likely to be interested in digital technology, that is, to be at a higher level of digital literacy. One of the possibilities is that girls are more victims of digital violence, whereas boys are more often perpetrators. With contrastive analysis of arithmetic means (Table 5) we came to conclusion that the gender of respondents influences the behaviour of adolescents while using the internet ($t=-4.33$) as well as the attitudes on prevention of digital violence ($t=-4.85$). The gender of respondents affects if we are going to have blind dates, share our personal information with others on the internet, if we talk about personal problems with unknown people, if we can imagine a day without the internet, if we accept unknown persons for friends on social networks, if we have the same passwords on all our accounts, if we open suspicious links, as well as if our profiles on social networks are visible to everyone. It was shown that girls have more adequate behaviour on the internet ($M=46.73$) and that they have more positive attitudes on prevention of digital violence ($M=25.50$), that is, they think that school and family preventively warn young people of the possibility of abuse. Moreover, gender of respondents affects the attitudes of adolescents on representation of prevention in family and school environment. It was shown that, according to their children's opinion, parents are less involved in the activities of male children on the internet, and they are more involved with female children. Male students know less about who to ask for help if digital violence occurs, as well as whether school undertakes adequate measures of prevention ($M=21.49$). Gender of respondents does not affect digital competence, that is literacy, ($t=-.15$, $p>.05$), as well as representation of digital violence ($t=-1.11$, $p>.05$). It is not relevant if you are a boy or a girl to know digital technology, or to understand digital violence more or less and not to commit digital violence in terms of jeopardizing other people's privacy or insulting and disrespecting.

Table 5. Impact of gender on the safety of adolescents on the Internet

Scale		Subsamples	M	SD	t	p
BITDW	Gender	M	43.91	5.04	-4.33	.00
		F	46.73	4.85		
PODV	Gender	M	21.49	6.51	-4.85	.00
		F	25.50	6.11		

Legend: BITDW (Behavior in the digital world), PODV (Prevention of digital violence).

School achievement of students can be one of the factors which influence how young people will behave on the internet. Students with better school achievement can be more careful and digitally more competent. By measuring results based on students' school achievement (Table 6) we came to data by which adolescents who have better school achievement behave more adequately in the digital world ($F=5.33$), that they can recognize digital violence and not to commit it ($F=2.94$), as well as that their digital literacy is at a satisfactory level ($F=4$). Students with better achievement rarely leave menacing messages and insulting comments on the internet, they do not publish other people's data, do not misrepresent, they know how to protect themselves on the internet, they critically consider credibility of information and have a pronounced awareness of the perils of the internet. Students who have worse school achievement exhibit lower level of digital literacy. Their behaviour in the digital world and representation of digital violence is also at a lower level. Only students who mostly get Ds at school showed to have greater level of knowledge on digital violence ($M=50.33$) than students who get Cs ($M=47.94$). School achievement is not a relevant indicator of students' attitudes on the frequency of prevention of digital violence in school and family ($F=2.12$, $p>.05$).

Table 6. Impact of school achievement on the safety of adolescents on the Internet

Scale		Subsamples	M	SD	F	p
BITDW	Achievement	Excellent	46.80	4.77	5.33	.00
		Very good	45.87	4.62		
		Good	43.36	5.99		
		Good enough	43.50	4.64		
DV	Achievement	Excellent	51.82	7.34	2.94	.03
		Very good	50.35	7.12		
		Good	47.94	7.48		
		Good enough	50.33	5.50		
DL	Achievement	Excellent	32.58	4.26	4	.01
		Very good	30.84	4.50		
		Good	30.55	5.30		
		Good enough	27.33	7.74		

Legend: BITDW (Behavior in the digital world), DV (Digital violence), DL (Digital literacy)

Despite starting assumptions that time spent on the internet considerably affects the safety of adolescents, it was shown to be quite the opposite (Table 7). We started from the assumption that the longer they spend their free time on the internet, the greater the risk that they will fall into its traps. Time period of the usage of the internet does not reflect on the behaviour of respondents ($F=2.02$, $p>.05$), on the possibility of the occurrence of digital violence ($F=1.98$) and the development of digital competence ($F=.25$, $p>.05$). As opposed to this, time spent on the internet affects the attitudes of adolescents on prevention. With the increase in hours spent in the virtual world the awareness of adolescents of the significance of preventive reaction of school and family is reduced ($F=3.97$). By spending their free time on the internet, adolescents lose contact with the real world, not taking care of the consequences. They swap their real friends with virtual ones, which can negatively affect the development of character.

Table 7. Impact of the time spent on the Internet on opinions about the prevention of digital violence

Subsamples		M	SD	F	p
Time spent on the Internet	Up to 1h	25.95	5.10	3.97	.02
	Up to 3h	24.79	6.26		
	More than 3h	22.99	6.69		

Majority of adolescent use the internet for entertainment (62.55%), but there is a great number of those who use the internet for educational purposes (25.93%, Table 2.) The purpose of the internet usage did not show as a relevant factor of using internet accounts, privacy and other activities of users. The purpose of the internet does not affect behaviour in the digital world ($F=.75$, $p>.05$), digital literacy ($F=.15$, $p>.05$) and attitudes on the prevention of digital violence ($F=1.72$, $p>.05$). On the other hand, we proved its influence on digital violence. The number of participants in digital violence is smaller than among those who use the internet for educational purposes (Table 8), whereas it is bigger among those who spend time on social networks, playing games, browsing internet contents ($F=3.43$).

Table 8. Impact of Internet usage on digital violence

Subsamples		M	SD	F	p
Use of the Internet	Fun	49.69	7.23	3.43	.03
	School	52.48	7.23		
	Other	49.71	7.50		

Summarizing the results, we can conclude that the general hypothesis we started from in our research was rejected and that adolescents are safe on the internet. Hypotheses that adolescents do not behave adequately on the internet, cannot recognize digital violence, are not enough digitally competent are refuted, and the hypothesis that adolescents have positive attitudes towards the prevention of digital violence is confirmed. We confirmed some specific hypotheses and we refuted

ed some of them. Gender affects behaviour in the digital world and the prevention of digital violence. School achievement affects behaviour in the digital world, digital violence and digital literacy. Time spent on the internet affects the attitudes on prevention of digital violence, and the purpose of the internet's usage affects digital violence. Gender does not affect digital violence and digital literacy. School achievement does not affect attitudes on the prevention of digital violence. Time spent on the internet does not affect behaviour in the digital world, digital violence and digital literacy. The purpose of the internet's usage does not affect behaviour in the digital world, digital literacy attitudes on the prevention of digital violence.

Final considerations

The basic starting point of this paper was that adolescents are not safe with the usage of digital technology. However, these results showed quite the opposite. The instruments were absolutely anonymous, which enabled giving honest answers of respondents. If we assume that respondents were honest in giving their answers, it can be stated that adolescents are safe, since their knowledge on desirable behaviour, phenomenal forms of digital violence, their digital literacy and attitudes on necessity of the prevention of digital violence is at a satisfactory level. It is a future researchers' assignment to re-examine this hypothesis, by using the same or similar measuring instruments. Moreover, coefficient of the reliability of scales was low, so the assignment of future researchers is to achieve better reliability on a larger sample or by modifying the scales. Thus, the results of measuring will not be considered absolute truth.

It can be stated that adolescents consider themselves safe. This, of course, does not set free the rest of population, in particular schools, teachers, but parents as well to deal with this problem more seriously. Because, in spite of this result, there are more and more examples of digital violence in Serbia. The recommendation is obligingness and insisting on systematic education and developing awareness of young people about numerous perils, such as stealing identity, exploitation of children, recruiting young people to do crime activities. It is necessary to face young people with real consequences of reckless communication in cyber space, as well as with the fact that free communication on the internet is only an illusion, that it is a highly controlled activity and that consequences of irresponsibility can be fatal.

By testing the influence of gender, school achievement, time spent on the internet as well as the purpose of the usage of the internet, we established the existence of causal connection. The variables that showed as an important factor on the network are school achievement and the gender of respondents. Adolescents who have better school achievement are safer on the internet as opposed to those who have worse school achievement. Time spent on the internet as well as the purpose of the internet do not influence a great deal safety on the network, which showed as surprising since it is those factors that can lead adolescent into risky situations. It was shown that the purpose of the usage of the internet can only influence understanding digital violence. Time spent on the internet influences awareness of the existence of risks that we are facing by being constantly exposed to digital contents, and due to which it is necessary for school and family to react preventively by educating and advising children and their parents on the safe usage of the internet.

The achieved results can make us feel at ease since we underestimated the knowledge of adolescents about the world on the other side of screen. In the near future, by crossing some other variables of research and with some new, more contemporary adolescents, it is necessary to re-examine the general hypothesis if we are truly safe in the dark and unexplored depths of the internet.

REFERENCES

- Bogavac, Lj. & Popadić, D. (Ed.) (2013). „Tagged priručnik za zaštitu dece i mladih od sajber nasilja i primenu u redovnom nastavnom programu osnovnih i srednjih škola.“ Retrived 26th July 2017, URL: <http://kliknibezbedno.rs/files/materijali/ITC%20-%20Tagged%20Manual%202013.pdf>
- Gordić-Petković, V. & Radić-Bojanić, B. (2012). Ideologija i manipulacija u virtuelnim zajednicama: blogovi i vlogovi. *CM – časopis za upravljanje komuniciranjem*, 22, 85–94.
- Kuzmanović, D., Lajović, B., Grujić, S. & Medenica, G. (2016). *Digitalno nasilje – prevencija i reagovanje*. Beograd: Ministarstvo prosvete Republike Srbije i Pedagoško društvo Srbije.
- Popadić, D. & Kuzmanović, D. (2013). Korišćenje digitalne tehnologije, rizici i zastupljenost digitalnog nasilja među učenicima u Srbiji. Retrived 26th July 2017, URL: <http://sbn.mpn.gov.rs/clientpub/uploads/Digitalno%20nasilje-Izvestaj%202013.pdf>
- Poter, DŽ. (2011). *Medijska pismenost*. Beograd: CLIO
- Pravilnik o protokolu postupanja u ustanovi u odgovoru na nasilje, zlostavljanje i zanemarivanje*. Službeni glasnik Republike Srbije, br. 30/2010.
- Vuksanović, D. (2008). KNJIGA ZA MEDIJE-MEDIJI ZA KNJIGU. Beograd: CLIO.
- Zuković, S. & Slijepčević, S. (2015). Roditeljska kontrola ponašanja dece na internetu i socijalnim mrežama. *Nastava i vaspitanje*, 64(2), 239–254.
- <https://www.esafety.gov.au/education-resources/classroom-resources/tagged/watch-the-film>
- <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>

BEZBEDNOST ADOLESCENATA U DIGITALNOM DOBU

Apstrakt

Tehnika i civilizacija, dva su pojma međusobno uslovljena, istorijski isprepletana i potpuno nerazdvojiva. Razvojem tehnike i tehnologije razvija se civilizacija, menjaju se do tada razvijene životne norme, oblici društvenosti pa i sama čovekova kultura. Čovek 21. veka potpuno je zavistan kako od upotrebe digitalnih tehnologija, tako i od medija. Tehnologija i mediji mogu naš život učiniti kvalitetnijim, ali da bismo znali kako da ih koristimo na pravilan način moramo biti digitalno pismeni. To podrazumeva da znamo čemu digitalni mediji služe, kakve poruke šalju i

kako se mi moramo ponašati u virtuelnom svetu. Ovo je važno tokom celog života, ali su obaveze u adolescentnom dobu izuzetno velike, i to kako za učenike tako i za nastavnike i roditelje, jer je sama adolescencija period razvoja u kome želimo da probamo sve što je novo i zanimljivo, a da ne razmišljamo o posledicama naših postupaka. Zato je u toku školovanja potrebno kod učenika razviti digitalne kompetencije koje će im omogućiti da se aktivno služe digitalnim tehnologijama i to na bezbedan način. Bezbednost u digitalnom svetu podrazumeva svesnost o postojanju rizika koji nam mogu naneti nenadoknadle posledice. Svrha našeg istraživanja je ispitivanje stavova adolescenata i njihove bezbednosti pri upotrebi interneta, kao posebno zanimljivom proizvodu modernih tehnologija. Takođe, istražujemo i saznanja adolescenata o digitalnom nasilju, koje ništa manje nije opasno od nasilja u realnom svetu i ukazujemo na obavezu škole, roditelja i medija da rade na prevenciji bezbednosti dece na internetu. Za potrebe ovog istraživanja konstruisali smo skalu procene Likertovog tipa. Uzorak istraživanja čine učenici srednjih škola.

Ključne reči: sajber bezbednost, adolescencija, digitalno nasilje, digitalna pismenost, prevencija

Sladana Marić
Faculty of Philosophy
University of Novi Sad
Novi Sad, Serbia

UDC 004.738.5:371.12
UDC 371.12:78-051

EMPOWERING TEACHERS THROUGH CONTINUOUS PROFESSIONAL DEVELOPMENT WITHIN DIGITAL ENVIRONMENTS

SUMMARY

The paper⁴² examines the lifelong learning and continuous professional development opportunities for teachers using digital media technologies. The aim of this paper is to, by applying the qualitative method of analysis, review the possible ways of empowering teachers through continuous professional development within digital environments. Special attention is given to the ways of using digital tools for reflection on professional development events, and storage and evaluation of personal learning and teaching experiences, in the fields of Music and English language teaching. The examined digital environments include social network specific groups and events, and online or virtual places, worlds, and events (webinars, workshops, conferences, MOOCs). In this work, we are recommending potential effective ways in creating strategies in personal professional development within digital environments that teachers can use to improve their teaching and manage career development opportunities but also benefit their teaching profession.

Key words: Continuous professional development (CPD), Digital environments, English teaching, Lifelong learning, Music teaching profession.

Introduction

Both public and private educational institutions today usually lack the time, money, and/or expertise in providing educators with professional development and support. Teachers are expected to show willingness to seek further opportunities for additional learning and engage in a progressive society by using new digital media technologies.

The full integration of ICT into professional practice requires teachers to engage in CPD activities, for both professional and personal reasons, in both real and virtual spaces forming *Communities of Practice* by using social networking. Online social networking is a new way for teachers to access PD, and using online forums, blogs, video, and other social media embedded in the oTPD delivery can provide an opportunity for authentic teacher online learning experiences (Ostaszewski et al. 2010: 722). Although the number of organised events and resources for CPD of

⁴² This research was conducted within the research project No. III 47020, titled “Digital Media Technologies And Socio-Educational Changes”, funded by the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia.

teachers is rapidly growing with the advancement of technology, research base on technologically-mediated PD is currently rather limited.

In this paper we are interested in exploring particular ways in which technology can benefit teachers in their CPD as a lifelong experiences and conscious and planned activities of learning, extending from initial training to throughout the whole teacher's career, and which are intended to be of benefit to students, teachers (as individuals) and schools.

Continuing professional learning and development in the 21st century

The term *Professional Learning (PL)* refers to “the formal or informal learning experiences undertaken by teachers and school leaders that improve their individual professional practice, and a school's collective effectiveness, as measured by improved student learning, engagement with learning and well-being”(AITSL, 2014: 5). Effective professional learning models include: professional learning teams (Action Learning – Examination of Student Work – Study Groups – Lesson Study – Case Discussions), peer observation, mentoring, coaching, in-house programs, external consultant/critical friend, external workshops, accredited courses, structured professional reading, personal professional reading, practicums/school visits, online learning, and professional conversations (The Department of Education and Training Melbourne, 2005: 19).

Continuing professional development (CPD) defined by David Hayes (2014) is “a multi-faceted, lifelong experience, which can take place inside or outside the workplace and which often moves beyond the professional and into the realm of a teacher's personal life too... It is critical in providing teachers with the means to cope with the increasing demands placed upon them by external forces while maintaining their individual capacity to take control of their own learning and to transform their educational practice“ (Hayes, 2014:5-6).

Types of interests (individual, social, and related to the content and theme) and diversities of interests shape the culture of every individual adult and, indirectly, the culture of the entire society (Oljača & Kostović, 2013: 77). In the report by AITSL (2014), after analysis of a broad range of professional learning a complex structure of internal workings named the “Learning Design Anatomy” was developed to provide a framework for understanding the elements of effective professional learning design (Figure 1).

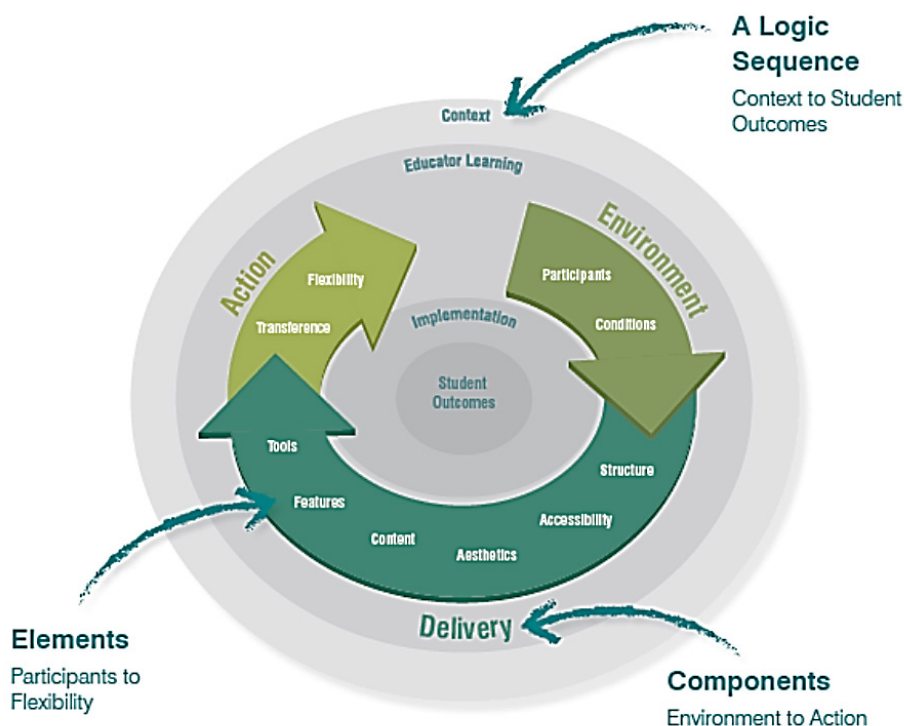


Figure 1. "Learning Design Anatomy" (AITSL, 2014: 6).

Making decisions about what to focus on in professional development can be overwhelming as there is a large number of areas in which teachers can choose to develop. British Council in *Continuing Professional Development framework*

⁴³ outlined the **twelve** professional practices for teachers in all subject areas (Planning lessons and courses, Understanding learners, Managing the lesson, Knowing the subject, Managing resources, Assessing learning, Integrating ICT, Taking responsibility for professional development, Using inclusive practices, Using multilingual approaches, Promoting 21st century skills, and Understanding educational policies and practice).

Many teachers do not appear to share the belief in the capacity of the new digital technologies to transform learning in positive ways, nor do they necessarily believe that they need to provide students with the opportunity to develop digital skills. However, teachers need to feel comfortable with the technological skills needed to be able to fully participate in online teacher professional development - oTPD, building collegial relationships and reducing isolation. It is important to note that *flexibility*, *repeatability*, *convenience* and *accessibility* are the key features of oTPD. According to Collins & Liang (2013:441), "online professional development should focus on design-

⁴³ British Council https://www.britishcouncil.in/sites/default/files/cpd_framework_for_teachers.pdf

ing web-based learning opportunities that help practicing educators solve the tough problems of practice when working in their schools.” The advantages of utilising an *online social networking framework* as a delivery platform for oTPD are threefold. First, the online delivery platform *supports and encourages teachers to learn together*, while allowing them to retain control over their time, space, presence, activity level, identity, and relationships. Second, it *allows teachers to control their access and participation in relevant activities*. Third, it *promotes the development of a network of relationships*, which teachers can access to support their classroom teaching practices beyond their more formal oTPD activities (Ostaszewski et al., 2010: 722).

Methodology

The aim of this paper is to, review the possible ways of empowering teachers through continuous professional development within digital environments in the fields of Music and English language teaching. The article employs a qualitative method of research literature analysis to examine the possible benefits of using digital tools for reflection on professional development events, and storage and evaluation of personal learning and teaching experiences. The possible effects on professional development through the use of digital environments, such as social networks specific groups and events, and online or virtual places, worlds, and events (webinars, workshops, conferences, MOOCs), are examined.

Teacher professional development through social networking within specific groups

By analysing many case studies on using social media, particularly Facebook and Twitter, McCulloch et al. (2011: 11) noticed that social media often use teachers’ personal time, blurring the lines between work and lifetime and boundaries, and although “teachers will happily access them to catch up with friends, continuing conversations about school in these spaces may not always be so desirable”. On the other hand, one of the key practical benefits for having an online network is the convenience and speed with which teachers can locate and share potential learning resources and “a window into their professional lives”, but also reflect on events happening face-to-face or online.

According to McCulloch et al. (2011: 9), social media include social networking sites (Facebook, Twitter and LinkedIn), blogs, video and photo sharing sites (YouTube, Flickr, Vimeo), chat rooms and message boards where people meet and discuss topics of interest, and wikis (websites that anybody can edit and update). Maya Menon (2013: 80) findings through action research on CPD through social networking in *The Teacher Foundation* Facebook open community page, show that social media was a great tool for teachers (from 20 different countries) to become reflective practitioners. And all through peer networking and sharing of classroom practices, images, video clips, web links, notes, discussion threads, ideas and learning opportunities on Facebook, as a platform not yet popular when it comes to personal social networking in India, let alone self-initiated professional development among classroom teachers in India. The criteria for evaluating interaction with the content posted within a group of teachers on social media identified in this action research (Menon, 2013: 83), were the following: *reflection, peer networking, sharing of classroom practice and user-generated content*, and they may be applied to other contexts of evaluating quality of pages and groups aimed for teachers CPD.

At present, there are very active and productive communities of educators online on different social networking platforms like Ning, Twitter, Tumblr and Facebook (Menon, 2013: 81). The communities and groups of English teachers are usually large in number of members, having up to 213,268 members, such as in group titled “Innovative Teachers of English”, and 46,038 in “Teachers Teaching Online”, 31,672 in International Association of English Language Teachers (IAELT), 15,651 in “IATEFL – International Association of Teachers of English as a Foreign Language”, and 14,588 in “Teachers of English to Speakers of Other Languages (TESOL) Greece”, etc.

Menon (2013: 84) identified two critical factors that initiate and sustain meaningful peer networking on a social network group: 1) *safety* and 2) sense of belonging to a *smaller community within the larger community* of teachers. Considering the previously mentioned, music teachers are usually interested in participating in many smaller and different in topic, closed groups, of approximately hundred members, although there are larger groups such as “Music Teachers” (22,431), “The Art of Piano Pedagogy” (16,006), “Google Classroom for Music Teachers” (2,528), etc.

The case studies analysed by McCulloch et al. (2011: 18) revealed a large, and growing body of education professionals who were using social media in a variety of ways to improve their teaching and learning. Some of the key benefits these authors have found include, firstly, “keeping up-to-date with current debates in a way and at a time that suits them”. Secondly, “drawing on ideas from around the world, challenging their own perspectives and inspiring new ways of thinking”. Thirdly, “connecting with others in similar positions in order to share plans and approaches, and for support and reassurance”. Encouraging teachers to *reflect* on their own practice, and to shape ideas through a discussion of this practice, and finally, “enabling stakeholders such as school and local authority leaders, parents and children to better understand what is happening in school”.

CPD opportunities in online or virtual places, worlds and events

Today there are more than 100 *Multi-User Virtual Environments* (MUVE) in which people are self-represented through an avatar. Virtual worlds have the potential of delivering professional development by providing educators with innovative ways to approaching time, travel and communication. Professional development is taking place through interacting simultaneously in three-dimensional virtual environments in many forms, such as, “making friends and joining groups, chatting, walking – flying – or swimming together, developing and editing 3D objects with the use of built-in authoring tools, scripting, etc.” (Vasileiou & Paraskeva, 2011: 27), and/or activities that more or less replicate the real world, such as workshops, social events, guest speakers, book discussions in specific locations, towns, centres and facilities in the virtual world.

The findings or research by Darbey (2011: 25) indicate that virtual world such as “Second Life” can have an important role in providing immersive learning experiences in TPD. Results from a study by Vasileiou & Paraskeva (2011: 32) show that the engagement level of the teacher educators, who have been taught role-playing instruction in the virtual world of *Second Life*, was significantly higher than teachers’ taught in traditional face-to-face class, even though the two research groups were taught the same subject matter, in the same way, and by the same teacher. The major benefits of such learning environments for CPD were that teachers were able to establish

and maintain a collaborative climate and to expose themselves in front of a group of unfamiliar people by performing a role-play. Also, they felt more autonomous, as they mainly sought help from their peers than from the facilitator. In addition, individual questions could be answered readily through the use of instant messaging functionality of the system, without disturbing the others and disrupting the course.

The British Council's Teaching English website has been, and still is, one of the major leaders in providing training for teachers of English through *simulcasts* (2010-2014), *webinars* (from 2011 up to present), encouraging sharing among teachers across the globe through Facebook and Twitter communities. One of the youngest providers of free webinars in ELT is the CELT Athens International Teacher Development Centre which from the beginning of 2017 started offering a series of monthly teacher development webinars free for all practising and aspiring English language teachers, providing, up to now, seven webinar sessions until the end of August 2017.

The most highly-acclaimed professional social and learning network in the world is, probably, the *edWeb.net* as "a vibrant online community for educators, teachers, faculty, administrators, institution decision-makers, who are on the leading edge of innovation in education".⁴⁴ This learning network of 73 communities broadcasted 1,248 webinars in 56 topic areas from the 8th of January 2013 up to August 29, 2017. Eleven areas of topics are dedicated to educational technology or digital media technologies in teaching and learning. Twenty webinars (2014–2017) were held on the topic of CPD, 19 (2014–2017) on music in education, 29 in language learning (2013 – 2016), and 40 in *English, Language Arts, Writing* category (2013–2017).

Webinars for English language teachers (with no participation cost; registration required; certificate of attendance) were organised by Macmillan English (2010–2016), British Council, Oxford University Press, Cambridge English Language Assessment and Cambridge University Press, IATEFL, IATEFL SIGs, TESOL International, Pearson, American English, and CELT Athens (2017).

Webinars for music teachers exist in smaller extent as free CPD opportunities. Usually, all providers require registration, but not all of them provide a certificate of attendance. National Association for Music Educators – NafME (USA) and International Society of Music Educators ISME (Europe) have organised few free webinars in the past. The first organisation developed a series of webinars for introducing changes in project funding and policies on the regional and national level. The second society mentioned, provided a small number of webinars on specific topics. The most frequent webinars that can be of interest to all music teachers, apart from those teaching piano, are the Tim Topham (Australia) webinars for piano teachers. These free online training webinars are very interactive events in English, that together with free blog posts, audio podcasts (with also video podcasts on YouTube channel "TimTopham TV (TTTV)", and live streams on Facebook, represent only a part of activities that take place in the "inner-circle" that is based on monthly or annual membership. Similar models of oTPD international communities online are the *Midnight Music Community* (Australia) aimed at exploring digital media in music classroom offering a blog, free materials, lesson plans, and 29 podcasts (January – August 2017), and *The Curious Piano Teachers* (UK) community. All these communities are usually providing a closed platform

⁴⁴ <http://home.edweb.net/why-edweb/>

for sharing and interacting of members, and on the other hand, offering some free opportunities for CPD, either in the form of webinars, blog posts, videos, podcasts, and pages on social media.

In terms of *online workshops*, they are very similar to webinars, in terms of broadcasting through a video conferencing platform (Adobe connect, Zoom meetings, etc.). In terms of content, they usually require greater interaction with participants and a number of practical activities throughout the session. *International House World Organisation* provides teacher development live online workshops for staff of IH schools at every level of the teaching spectrum, as synchronous and asynchronous workshops, or as freely available recordings to watch at their YouTube channel (27 recordings).

There were several *online conferences* held in the previous years in both music education and ELT field. International House World Organisation held its very first *Teachers' Online Conference* on 25th November 2011, with plenaries, workshops and discussions in a virtual conference environment, bringing together teachers from across the network, through 17 sessions in English, and many workshops in Russian and Spanish. Macmillan English organised five years in a row the "Macmillan Education Online Conference (MEOC)", from 2011 to 2015. The number of sessions increased through years, starting from 6 and ending with 19 sessions in 2015. Sessions were on professional development, teaching critical thinking skills, life skills and digital literacy, digital technologies, multimedia, m-learning, IWB, exams, speaking skills, teens, adults, business English, young learners, etc. British Council organised the first *Teaching for Success Online Conference* (October 5–9, 2016) for teachers and teacher educators, with over 60 scheduled talks by speakers from around the world and panel discussions.

Massive Open Online Courses (MOOCs) are one of the most current trends in e-learning and education. Generally, three types of MOOCs can be differentiated in literature: c- ("connectivistic"), x- ("extensive") and meso- MOOCs (Schoenack, 2013:100). They support the idea of life-long learning, open learning, open educational resources and represent a new generation of online education (Perifanou, 2015). These courses can be seen as *educational* or *learning "events"*. Also, they can be defined as complex systems of multimedia teaching materials with a characteristic structure and the possibility to facilitate large-scale learning and education in different and interdisciplinary scientific fields. MOOCs are usually divided into lessons, or weeks of learning with different assignments from listening, reading, writing, automatically graded quizzes, peer review assignment, discussions, and live online events or gatherings on social media like Facebook or Google Hangouts (where participants post questions in the comments section and receive answers during the broadcast).

MOOCs represent increasing opportunities for self-directed and open-ended learning, which is important if teachers as learners are using MOOCs as a stepping-stone to CPD. Apart from many titles that are specifically aimed at developing academic or artistic expertise in language and music, in the following part, example titles of free FutureLearn MOOCs in the field of *teaching* and *teacher professional development*: *Becoming a Better Teacher*, *English as a Medium of Instruction for Academics*, *Exploring the World of English Language Teaching*, and *Introduction to Educational Design in Higher Education*. In the following part, we present few comment examples (from 289) in form of a screenshot of a discussion in the comments section after a video on how "professional development means different things to different people" (Figure 2

CN

CHEE

Follow 28 AUG

Continuing professional development means lifelong learning to me in term of knowledge, skills and abilities of teaching and social life.

Like 2 Reply Bookmark

BO

Boti

Follow 4 hours

For me professional development means continuing your study during all your life and use this knowledge to make progress in your students' lives.

Like Reply Bookmark

DK

David

Follow 6 hours

My approach to CPD is very much like most of these descriptions – especially with regards to the fact that CPD is a continual / life-long process and important to enhance what we do for our students. However, I would say, at least for me – that CPD is only planned to a degree. Some can (and should) be spontaneous. I understand that some teachers have to have achieved a certain number of hours of CPD per year and therefore obviously arrange to attend classes, workshops and / or courses to fulfil these requirements. But I do also try to encourage my colleagues to realise that CPD can also be demonstrated by simply reading a relevant article within a journal (or even a newspaper), or even by watching a documentary or relevant film. I always say, CPD is only as difficult as you make it for yourself. For example, I teach performance arts and therefore I often demonstrate my CPD with visits to local theatres to watch certain performances. I always have my handy little reflective journal with me – and this allows me to take notes on perhaps how a certain performance was produced. I can then reflect upon this and then take my reflections into the lesson plans and into the classroom.

Like 5 Reply Bookmark



Adi

EDUCATOR

Follow 6 hours

Good point David. In fact, when I read your comment, I reflected on my development this year and some of the keenest insights come from spontaneous activities - a tweet that led to a research paper, a conversation with a colleague, or something I observed in the class.

Like Bookmark

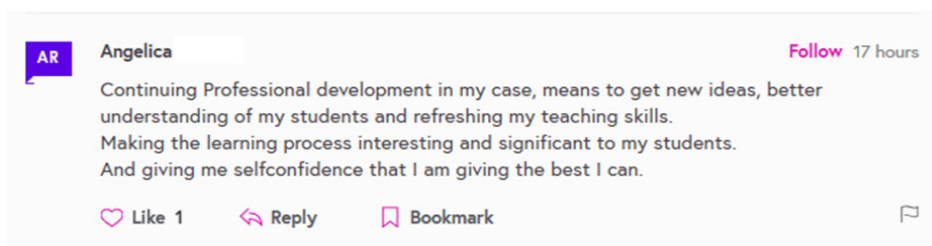


Figure 2. Discussions in a MOOC

Teachers are encouraged to actively reflect on their learning in MOOCs and keep a record of their professional development (make notes in a journal on a regular basis). The reflection can include important information or knowledge resource, list of questions that teachers have and want to discuss, something that they want to research further, an idea gained from the course materials or other participants that can be used in a lesson, a link or video of interest for using in the classroom, etc. Digital tools for reflection on professional development events, and storage and evaluation of personal learning and teaching experiences, for *keeping an online reflective journal*, recommended (in a MOOC course *Becoming a Better Teacher*) are the following: Padlet, Microsoft OneNote, Evernote, Penzu, SpaaZe, Stormboard, and Padlet.

The identified challenges of using social media groups for CPD of teachers are issues connected to motivating teachers to actively participate, then, tracking how teachers interact with other members (response to the comment or content posted by a member) and how they interact with the content shared, particularly, if the content shared can have direct connection to their classroom context (Menon, 2013). Other, challenges in pursuing oTPD for teachers may be the following, lack of:

- technology and internet connection,
- motivation for participation in oTPD events in English,
- basic digital skills to access and participate in social media, online events and virtual worlds,
- trust on issues of privacy and copyright for materials shared on social media,
- documentation of evidence and research evidence on oTPD knowledge and skills transfer to classroom practice, and institutional support and recognition on invested time and effort in oTPD.

Regarding the notion that the key stages of teacher development are *awareness*, *understanding*, *engagement* and *integration*, we identify the major benefits of teacher connectivity through oTPD activities as the following:

- bridging the gap between the institutional, in-school and informal CPD activities,
- providing opportunities for networking and social learning,
- building teachers' motivation for participating in academic online community involvement,
- reducing isolation among new teachers and teachers of diverse expertise,

- providing opportunities for developing digital media skills,
- providing access to resources and exposure to the real world of teaching,
- having the opportunity to plan, prepare, reflect and teach with another teacher,
- building teachers' reflecting skills on their own practice, with the aim of using reflection to shape their teaching,
- helping new teachers bridge the gap between experience and knowledge gained at the university and their work in teaching,
- building teachers' motivation for action research,
- establishing collaborations to conduct research,
- building skills for locating classroom resources and developing lesson ideas,
- learning from experts and colleagues.

Final remarks

While technology has the potential to enhance professional learning, it does not automatically lead to effective professional learning and cannot ensure educator learning. There is no systematic large-scale academic research focused on the use of digital technologies for teacher CPD – perhaps inevitable given the novelty of the practice.

In this paper, we explored the ways in which teachers are empowered to participate in online professional development through acting in digital communities and environments, such as, social networks specific groups and events, and online or virtual places, worlds, and events (webinars, workshops, conferences, MOOCs).

Potential effective ways in creating strategies in personal professional development within digital environments were given that teachers can use to improve their teaching and manage career development opportunities, but also benefit their teaching profession. Online TPD is seen as an ongoing process rather than a periodic event, relevant to teachers' needs and those of their students. *Flexibility, repeatability, convenience* and *accessibility* represent the main features of oTPD, that can achieve positive and sustained impacts on teachers, learners and organisations when collaboration and the sharing of expertise among teachers are fostered.

References

- AITSL – The Australian Institute for Teaching and School Leadership (2014). *Designing Professional Learning*, Australia.
- Collins, Linda J. & Liang,
- Xin (2013). Task relevance in the design of online professional development for teachers of ELLs: a Q Methodology study, *Journal Professional Development in Education*, Volume 39, 2013 – Issue 3, 441–443.
- Darbey, Linda (2011). *An Exploration of the potential of a virtual world to support teachers' preparation for teacher professional development using an action research approach*. Ireland: The National Centre for Guidance in Education (NCGE).
- Department of Education and Training Melbourne (2005). *Professional Learning in Effective Schools: The Seven Principles of Highly Effective Professional Learning*. Melbourne: Leadership and Teacher Development Branchm, Office of School Education, Department of Education.
- Hayes, David (Ed.) (2014). *Innovations in the continuing professional development of English language teachers*. British Council, London, UK.
- McCulloch, Julie; McIntosh, Ewan & Barrett, Tom (2011). *Tweeting for teachers: how can social media support teacher professional development?* Pearson Centre for Policy and Learning. Retrieved 25th August 2017,
- <http://www.itslifejimbutnotasweknowit.org.uk/files/libraryfrom2012/Tweeting-for-teachers.pdf>
- Menon, Maya (2013). "CPD through Social Networking amongst Indian School Teachers: An Action Research", In: *Continuing Professional Development: Lessons from India*, p: 80–87, Rod Bolitho and Amol Padwad (Eds.). British Council, New Delhi.
- Oljača, Milka & Kostović, Svetlana (2013). Proces učenja zasnovan na interesovanjima. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, knjiga XXXVIII (2013). Novi Sad: Filozofski fakultet. 69–78.
- Ostaszewski, N., Moisey, S., Reid, D. (2010). Constructionist Principles in Online Teacher Professional Development: Robotics and hands-on activities in the Classroom. In: *Curriculum, technology & transformation for an unknown future*. Proceedings. p. 721–729. C.H. Steel, M.J. Keppell, P. Gerbic & S. Housego (Eds.), Sydney.
- Perifanou, Maria (2015). Personalized MOOCs for Language Learning: A challenging proposal. *eLearning Papers* 45, November 2015. 1–13.
- Schoenack, Lindsie (2013). A New Framework for Massive Open Online Courses (MOOCs). *Journal of Adult Education*, 42 n.2, 98–103.
- Vasileiou, V. N. & Paraskeva, F. (2011). A MUVE in service of Teacher Professional Development: How engaging is teaching role-playing instruction in Second Life? In: *Education in a*

technological world: communicating current and emerging research and technological efforts. p.26–33. Méndez-Vilas, A. (Ed.) Formatex Research Center.

OSNAŽIVANJE NASTAVNIKA/NASTAVNICA KROZ KONTINUIRANI PROFESIONALNI RAZVOJ U DIGITALNIM OKRUŽENJIMA

Apstrakt

U ovom radu istražuju se mogućnosti celoživotnog učenja i kontinuiranog profesionalnog razvoja nastavnika uz primenu digitalnih medijskih tehnologija. Cilj rada je da, primenom kvalitativne metode analize, istražimo moguće načine osnaživanja nastavnika/nastavnica kroz kontinuirani profesionalni razvoj u digitalnim okruženjima. Posebna pažnja je posvećena načinima primene digitalnih alata za refleksiju na događaje u oblasti profesionalnog razvoja, kao i za čuvanje i evaluaciju ličnih iskustava učenja i nastave, u oblasti muzičke nastave i/ili Engleskog jezika. Istraživana digitalna okruženja uključuju: događaje i specifične grupe na društvenim mrežama, zatim onlajn ili virtuelna mesta, svetove i događaje (vebinare, radionice, konferencije, masivne otvorene onlajn kurseve – MOOCs). U ovom radu, preporučujemo moguće korisne načine u kreiranju strategija za kontinuirani profesionalni razvoj u digitalnim okruženjima koji nastavnici/nastavnice mogu koristiti za unapređenje ličnog rada i upravljanje mogućnostima razvoja karijere, ali i doprineti razvoju nastavne profesije.

Ključne reči: celoživotno učenje, digitalna okruženja, kontinuirani profesionalni razvoj (KPR), muzička nastavna profesija, nastava Engleskog jezika.

Anka Mihajlov Prokopović
Zoran Jevtović
Faculty of Philosophy
University of Nis
Nis, Serbia

UDC 316.774:004.738.5(497.11)

TRANSFORMATION OF TRADITIONAL MEDIA IN SERBIATO THE NETWORKED SOCIETY

SUMMARY

Participants of communication process and ways of distribution of media content are changing in the world of screen images and symbols where civic self-communication is becoming a strong alternative to increasing corporate and political propaganda. Hence the mental space becomes more and more fragmented, moving digital audience even more pronounced, while the traditional media are forced to adapt and seek their place in the new media ecology. Traditional newspapers run video shows in their online editions (case of the weekly *Vreme*), radio and television stations published photos and transcripts of their programs and columns (*B92* and *RTS*), and some media in their web editions (*Blic* and *RTS*) developed live blog as hybrid multimedia form. Although the topics in the public space is still dictated by the mainstream media ordinary people who use digital technologies progressively influence the creation of the media agenda. The paper proves that in Serbia traditional media changes take place and that, although at a disadvantage compared with global trends when it comes to speed, the forms and functions of the digital transformation are the similar to those in other developed countries. Traditional media in Serbia develop their online editions according to estimates of the migration of audiences to the Internet as well as the effects on the market.

Keywords: traditional media, information, hypertext, self-communication

Introduction

Digital technologies brought radical changes into all spheres of modern society, which led to the conceptualization of a new form of society - a networked society (Castells 2000, 2010⁴⁵) and to the emergence of a new form of communication - mass self-communication which the creative audiences are an important part of. "We have migrated from mass communication aimed at the audiences, to active audiences that define their meaning by comparing their own experience to the one-dimensional flow of information they receive" (Kastels 2014: 169). Changes in the media

⁴⁵ It is a society in which networks are the key for the structure of all the fields. *The networked society* represents a new, emerging social structure comprised of the networks in all key domains of social organizations and practice, as defined by Castells in the preface to the second edition of the book *The Rise of the Network Society* (Castells, 2010: xviii).

arise in all areas - the role of communicator changes as well as the mass audiences which become active and fragmented, thus forcing traditional media to go online to survive, while new journalistic genres, new forms of journalistic work and new journalistic practices tend to emerge (Deuze 2008, Boczkowski 2004, Jenkins, Ford & Green 2013, Milojević 2015).

Changes in media do not only imply that the audiences can create news, but also that its members participate in the distribution of media content using the opportunities provided to them by digital technology which allows them to share information via the Internet. Moreover, those who receive the media content may belong to various social groups - family, friends and professionals. People have transferred their confidence from the media to personal networks and their own friends who have now become “the editors” and “gatekeepers” as shown by the research conducted by *The Pew Research Center* (Rainie 2015). What influences the users to distribute certain content is what Jenkins, Ford & Green investigated in their book “*Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*”, stating that the choice of information distributed by users implies their responsibility and reputation. They emphasize that this new form of content distribution is becoming more and more important and that it is a competition to the traditional ways of media content distribution, that is, radio and television. This new form differs significantly from the traditional program broadcast that delivered the once created media content to the mass audiences without adding any meaning to it. However, nowadays, active audiences have the ability to recontextualize, remix and comment on the information they distribute (Jenkins, Ford & Green 2013: 304). Large audiences can be reached in this way as well. As the authors point out, the success of the singer Susan Boyle, the star of the British program *Britain's Got Talent*, in which she appeared in 2009, amplified due to her fans, not the mainstream media. The number of views of her video on YouTube reached 2.5 million in the first 72 hours, while in the first nine days the video was viewed 103 million times on 9 different sites (Jenkins, Ford & Green 2013: 10).

People use the benefits provided by the digital technology as an alternative to increasingly prominent corporate and political propaganda (Jenkins, Ford & Green 2013: 23–27). Thus, for example, Margreth Vestager, European Commissioner for Competition, launched an investigation against two large companies (*Bayer* and *Monsanto*) due to their merger which brought on one hand, the risk of creating a monopoly on the European pesticide market and, on the other hand, the danger of the development of new seeds due to reduced competition. As Margrethe Vestager said at the press conference, and the media reported, she did this because of the compliance with European regulations on market competition, as well as due to over 50 thousand e-mails she received from activists, experts and citizens.⁴⁶

In this new media ecology, the real giant of media distribution arises – YouTube. Soon after its launch in 2005, YouTube had become a channel that was not only used by young people, members of a generation of *digital natives*, to share and spread their videos, which was one of the reasons why YouTube was often accused of distributing the content that jeopardizes basic moral norms⁴⁷, but it was also used by many social institutions, organizations and especially by traditional me-

⁴⁶ <http://www.blic.rs/vesti/svet/kaznila-je-gugl-i-epl-a-sada-se-okomila-na-nove-korporativne-gigante/x25mjb8>, visited on 26th August 2017.

⁴⁷ Although it is undoubtedly supported by many examples, this can be seen as the spreading of moral panic (Burgess & Green 2009: 17-21).

dia interested in the distribution of their program. Mainstream media content is usually among the most popular content on YouTube (Burgess & Green 2009: 24). However, the relationship between this online video channel and traditional media is fraught with what could be called a conflict of discourse. The values behind the “personal, internal system of popularity” that are imminent to YouTube are not the same as values that shape the reputation, rating or circulation of traditional media, according to Burgess & Green (2009: 24).

Many assumptions, as observed by Deuze, which traditional journalism is based on, are shaken by phenomena such as individualization, globalization and the growing influence of digital technology (Deuze 2008: 170). Professional journalistic culture finds it hard to adapt to the changes brought about by the digital world (Deuze 2008, Boczkowski 2004). This particularly refers to the introduction of integrated multimedia editorial offices where the journalists work on multiple platforms (press, radio, television and online). There was significant resistance by journalists of print media who showed distrust of the electronic media work methods and the quality of the sections published there (Deuze 2008: 148-150). The daily newsletter *Blic* faced similar resistance and skepticism after they introduced an integrated editorial office in 2010 (Veselin Simonović, *Blic* director, personal communication, April 29, 2015). This paper will examine whether the transformation of traditional media in Serbia into a networked society takes place in the way it is happening in the developed countries.

Digital technologies and traditional media in Serbia

Throughout the entire transition period, traditional media in Serbia have been in an unfavorable economic situation and most of them are barely surviving.⁴⁸ Between 2010 and 2012, a few

⁴⁸ After the migration from the autocratic to the democratic system in Serbia in 2000, the new democratic government emphasized the accession to the European Union as its priority. For the media, this implied the adoption of European media standards, which, according to Rade Veljanovski, include: editorial independence, a dual ownership model of the media, the establishment of media market, the launch of print media without permits, the establishment of an independent regulatory broadcasting body, the development of a permitting procedure for radio and television frequencies, the transformation of state-owned radio and television stations into a public service, and the privatization of the state-owned media (Veljanovski 2012: 45). Media policy followed this strategy and soon enough new media laws were passed (Broadcasting Law in 2002, and Law on Public Information in 2003). Among other things, these laws prescribed the privatization of the formerly state-owned media, the transformation of RTS into a public service, the introduction of licenses for electronic media, the establishment of the first regulatory body and these laws legalized the establishment of civil society media. Although these changes were radical, they were slow and obstructed by the authorities themselves (Veljanovski 2014: 1299). The slow paces of the changes and obstruction by the authorities led some authors to be pessimistic and talk about Serbia as a country of “incomplete transition” (Radojković 2011: 30) or as a country similar to other countries in the region where “the transition is ongoing and will never end” (Hrvatini and Petković 2014: 28). The problem of media concentration and the protection of media pluralism awaited the legal solution, but there were also obstructions (Vulić, 2013). This period of a “slow transition of the media system” was characterized by the following: “ - Inconsistent changes to media laws and regulatory confusion; prolonged media chaos until 2006; the ownership transformation of the media was not fully completed; slow media market establishment; slow transformation of state radio and television into a public service; the uncertain future of many media, especially minority communities stations; slow technological development (digitalization);

daily newsletters such as *Borba*, *Glas javnosti*, *Press*, *Pravda*, *Nacionalni*, *Građanski* i *San*, and one national TV station (*TV Avala*) went bankrupt (Matić and Valić Nedeljković 2014: 95). Some newspaper publishers had major losses at the end of 2012 – *Politika* NM around 35 million euros, and *Novosti* around 5 million euros. Even *Pink TV* had a tax debt of almost 7 million euros (Matić and Valić Nedeljković 2014: 95). Only four daily newspaper publishers were successful at the end of 2012, and only the owner of *Blic*, Ringier Axel Springer Company has been consistently financially profitable in recent years, which makes them “the financial leader in the press market” (Matić and Valić Nedeljković 2014: 95, 79). B92 suddenly lost advertisers and was forced to change the owner due to the broadcasting of the “*Insajder*” series, hosted and authored by Branica Stanković (Veljanovski 2011: 411).

While it is doubtless that online media have influenced the decrease of press circulation, and the global crisis influenced the general media market framework, analysts claim that these are not the main causes of the poor economic situation of the media. After all, information and communication technologies are developing more slowly here than in the developed world. The main causes are linked to the fact that media reform has not found adequate solutions to the problems of the media market. “The business challenges that caused the emergence of new communication technologies have only added new problems to the existing ones that have not been resolved by media reforms” (Matić and Valić Nedeljković 2014: 95).

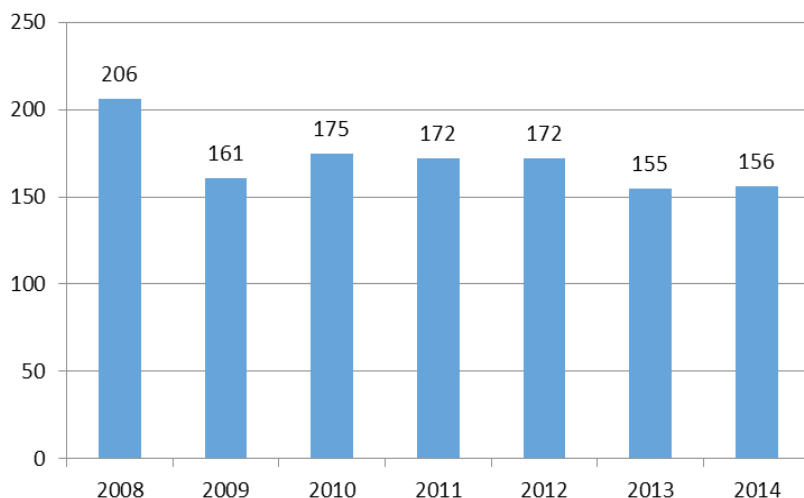
However, this does not mean that global media trends do not affect the media in Serbia, the rise of the Internet being a very important factor for it. The transition of traditional media into the digital sphere is a process that is facing many problems in the world. For example, a large print press crisis that began in 2008 in the United States, which also hit the electronic media, has forced the traditional media to search for new economic models for their online editions. Digital sphere has emerged as an opportunity to make up for what had been lost in the offline world and as a hope for many journalists who had lost their jobs in traditional media and created digital information platforms (Downie & Schudson 2009: 1-13).

Great migration to the digital sphere is at work in Europe as well. Thus, for example, the digital revolution influences the choice of communication channels made by public relations professionals. The print press “dramatically” loses importance in this sphere, while accelerated growth in the area of online communication is anticipated (Zerfass et al. 2014: 83). This primarily relates to the expected growth of the role of mobile communications and social networks. These are the results of a European survey of the status and the future development of communications in the field of public relations. Based on the responses of experts, they mostly use online media (79 percent), then print media (76 percent), television and radio (73 percent), social media (63 percent) and mobile communications (51 percent) (Zerfass et al. 2014: 88).

According to *Nielsen Audience Measurement*, the value of the advertising market in Serbia in 2014 amounted to 156 million euros, which is 1 million more than in 2013 when the market had

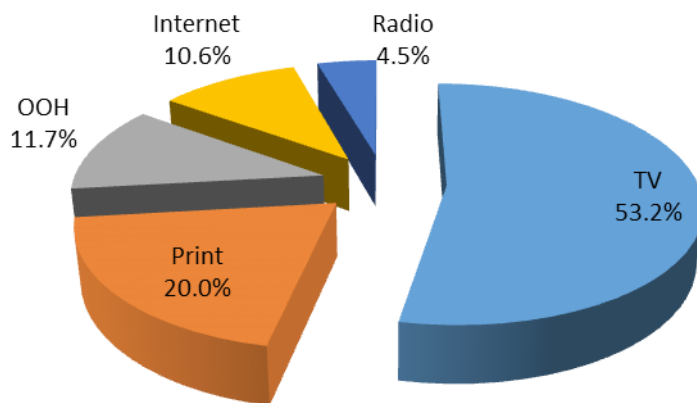
the still present influence of politics on the media; corruption in the media; the adopted media strategy still kept a number of issues open” (Veljanovski 2012: 51). Similarly to the above findings, Snježana Milivojević believes the basic characteristics of the media landscape in Serbia are these: dysfunctional media market, insufficiently developed media industry and significant influence of the State (Milivojević 2012: 42-43).

the lowest value since the outbreak of the global crisis (Ipsos Strategic Marketing 2015: 12). The trend of the media market from 2008 to 2014 is shown in Graph 4.



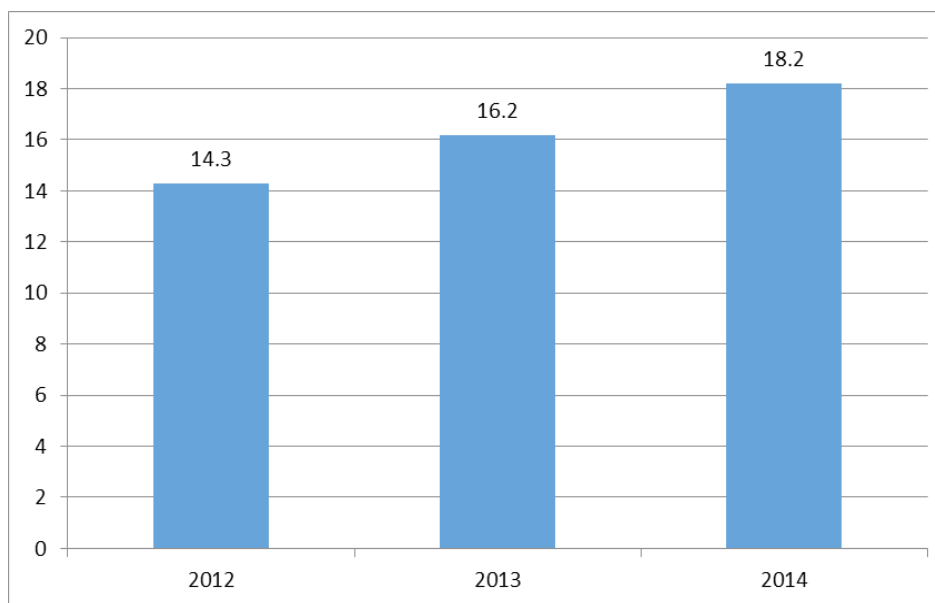
Graph 4. Estimate of the total net value of the advertising market in Serbia in millions of euros (according to Ipsos Strategic Marketing 2015: 12). Source: Nielsen Audience Measurement

Based on the type of media, in 2014, the most money went to advertising on television (83 million euros), print press follows with 31.2 million euros, then the Internet (18.2 million euros) and radio (7 million euros) (Ipsos Strategic Marketing 2015: 7, 12) (Graph 5).



Graph 5. The share of various media in overall advertising in % (according to Ipsos Strategic Marketing 2015: 7, 12). Source: Nielsen Audience Measurement

In 2013 and 2014, there was a significant increase in the Internet advertising (Graph 6), which reached 10 percent of the total media market, but this increase is not big enough to offset the decline in the value of the overall media market that began in 2008 (Ipsos Strategic Marketing 2015: 17, 12). The Internet advertising market has recorded noticeable growth when comparing data from 2008 when online advertising accounted for around one percent of the overall media market, as well as the data from 2009 when it accounted for 1.6% of the entire media market (Surčulija, Pavlović and Jovanović Padejski 2011: 66).



Graph 6. Overall growth of the Internet advertising market in millions of euros (according to Ipsos Strategic Marketing 2015: 17). Source: IAB Srbija: AdEx, 2013 and 2014.

According to the data that can be found, the number of news websites in Serbia is increasing along with the growth of Internet penetration. Since 2012, the number of Internet news portals has been increasing - in 2012, 107 web editions were registered (IREX 2013: 116), the following year there were 133 of them (IREX 2014: 108) while in 2014, that number reached 227 news websites (IREX 2015: 116) and in 2015 it increased to 334 Internet news portals (IREX 2016: 126). Among these online media there are those who are dedicated to investigative journalism such as

Južne vesti (transl.: *Southern news*)⁴⁹, CINS⁵⁰, BIRN⁵¹, Pištaljka (transl.: *Whistle*)⁵² and KRIK⁵³. Their influence has become more and more visible when their research is broadcast by traditional media. However, the leading media do not do that often, and they sometimes publish such news only when the politicians the article is about are no longer in power or when it suits the political elite in power. In the summit called "Investigative Journalism in Serbia" in April 2004, this topic was presented by Anđela Milivojević, CINS journalist who said that some of their articles were not copied from the CINS website immediately after they were published, nor broadcast by the main media straight away; these articles were rather broadcast only when there existed an appropriate political climate for it (Mihajlov Prokopović 2015: 456). There were also some cases of irreversible migration of research radio and television programs from electronic media to the Internet. This happened to the radio show "*Peščanik*" on Radio B92 and with the television series "*Insajder*" authored by Brankica Stanković, which after 11 years of broadcasting on Television B92⁵⁴ got moved to the Internet in March 2016⁵⁵.

Official data on the number of employees in online media in Serbia is difficult to find, and there is almost no data. The Independent Journalists' Association of Serbia (*Serbian acronym: NUNS*) has launched a database of media workers in Serbia according to which there were 3,987 media workers in Serbia in 2011 - 1,400 of whom were television workers, 1,200 radio workers, 400 worked for the daily newspapers, 800 for periodical print press, and 60 for web portals. This database has not been updated since 2012 due to the lack of money (Matić and Valić Nedeljković 2014: 116). This data must be taken with great caution, since it differs significantly depending on the data source. Former president of the Association of Journalists of Serbia, Nino Brajović, confirmed that there is no data on the number of employees in the media industry in Serbia, but that it is widely believed that this number, together with employees in both public services (republic and

⁴⁹ Južne vesti (transl. *Southern News*) is the information portal from Southern Serbia, <http://www.juznevesti.com/Impresum.sr.html>, visited on 5th March 2016.

⁵⁰ CINS (The Center for Investigative Journalism of Serbia) is the organization engaged in investigative journalism. It was originally established as a section of the Independent Journalists' Association of Serbia (in 2007), but since 2012 it has been registered as separate institution. They have received multiple awards for the results in the field of investigative journalism. <http://www.cins.rs/srpski/sta-je-cins>, visited on 5th March 2016.

⁵¹ BIRN Serbia (Balkan Investigative Reporting Network Serbia) was founded in 2004 and as said by themselves, they are particularly concerned with the role of the media and the strengthening of public administration in Serbia. <http://birnsrbija.rs/o-birnu/>, visited on 5th March 2016.

⁵² *Pištaljka.rs* is a website that fights against corruption and protects citizens who alert and warn about corruption. <https://pistaljka.rs/webpage/1>, visited on 5th March 2016.

⁵³ KRIK (Crime and Corruption Reporting Network) was established, according to their Website *Krik.rs*, "in order to improve investigative journalism in Serbia. The organization was founded by a team of journalists who have been dealing with crimes and corruption for years and who have been awarded several times for their work". <https://www.krik.rs/o-nama/>, visited on 5th March 2016.

⁵⁴ "Brankica Stanković odlazi sa B92" (transl. *Brankica Stankovic leaving B92*), (14/10/2015), <http://www.novimagazin.rs/vesti/brankica-stankovic-odlazi-sa-b92>, visited on 5th March 2016.

⁵⁵ "Portal Insajder.net od ponedeljka, 7. marta" (transl. *Portal Insajder.net from Monday, 7th March*), (04/03/2016) <http://www.novimagazin.rs/vesti/portal-insajdernet-od-ponedeljka-7-marta>, visited on 5th March 2016.

provincial), is around 10 thousand.⁵⁶ In a study “Journalists in Serbia” (Seizova and Rupar 2016: 6), it was estimated that there are 8,000 journalists in Serbia.

According to the research conducted by the Strategic Marketing Agency called “Journalists and Journalism in the Eyes of Citizens and Journalists in Serbia”, there are 6,148 journalists and publicists in Serbia, according to the 2002 census data (Strategic Marketing 2007: 8). The structure of journalists based on the type of media which they are engaged in shows that the most journalists work on television and radio (34%), in newspapers (26%) and agencies (6%) (Strategic Marketing 2007: 12). The journalists who work for online media were not specifically identified during this research. It can be assumed that the reason for this comes from the fact that at that time the digital sphere was at the very beginning when it comes to media in Serbia. The first websites were only established only then by many traditional media, and most of these websites represented a digital reprint of the printed edition. Since the number of news online portals has increased since then, it was logical to expect that the number of journalists employed in this sector would also grow.

Between 2010 and 2015, the number of people whose main source of information was the Internet, increased from 12.5 percent in 2010 to 30 percent in 2015 (Ipsos Strategic Marketing 2015: 37). As many as 66 percent of young people, between 15 and 29 years old, see the Internet as the most important tool they use to be informed, while this percentage decreases with age (Ipsos Strategic Marketing 2015: 38). Although the Internet is endangering the print media circulation in Serbia, the number of visitors to print media sites was increasing between 2006 and 2011 (Surčulija, Pavlović and Jovanović Padejski 2011: 17–18). Since traditional media also use Internet social networks to promote their content, it is important to say that their pages on social networks have become more and more popular (Surčulija, Pavlović and Jovanović Padejski 2011: 37). The study done by the authors of this paper found that leading traditional media in Serbia (*RTS, B92, Blic, Politika, Danas* and *Vreme*) are developing their pages on social networks. Jovana Gligorijević, assistant editor of the news magazine *Vreme*, uses her Twitter account and Facebook account in order to promote the media content, and says that this is a way to attract new, younger audiences (Jovana Gligorijević, personal communication, 19th June 2015).

For the past twenty years, the award for the best news website has been given by PC-Press, the first private computer magazine in former Yugoslavia established in 1995.⁵⁷ Online media have joined the media family also thanks to the awards presented to them by the traditional media and their associations. Thus, the journalist Prvoslav Karanović was awarded the NUNS Prize for Investigative Journalism for the text “The Dark Secret of Crna Reka: Killing the God with a Shovel” (*the original title: „Mračna tajna Crne Reke: ubijanje boga lopatom”*), which was published on the website of the weekly *Vreme* in 2009, together with the video footage. In 2010, for the first time, the award for investigative journalism was awarded to an online media – *CINS* and *Južne vesti* (transl.: *Southern news*) (Surčulija, Pavlović and Jovanović Padejski 2011: 42, 44). From

⁵⁶ The statement by Nino Brajović, former president of the UNS for the web portal rs.n1info.com, “UNS: Around 1000 journalists lost their jobs”, published on 5th November 2015. <http://rs.n1info.com/a106599/Vesti/UNS-Bez-posla-ostalo-1.000-novinara.html>, visited on 23rd January 2016.

⁵⁷ Gašić, V. (6th Feb. 2017). Svečano dodeljene nagrade PC Press Top 50 2016. Retrieved 30th August 2017, <https://pcpress.rs/svecano-dodeljene-nagrade-pc-press-top-50-2016/>.

then on, every year (until 2016), CINS would win the NUNS award for investigative journalism.⁵⁸ This NUNS award for investigative journalism is given for three categories: for electronic media (radio and television), for print press and online media.⁵⁹

In June 2015, online media in Serbia established the Association of Online Media, the first such association in the region, which gathered 18 internet portals.⁶⁰ Among these, only one website is still linked with its traditional media house (021.rs, Novi Sad Radio 021 Website), which can be explained by the fact that traditional media (and therefore their online editions) are already parts of various media associations. The defense of media freedom and citizens' rights to having objective information will be the main tasks of this association, said Predrag Blagojević, chairman of the Board of Directors of the Association of Online Media and Editor-in-Chief of Južne vesti (transl.: *Southern news*). Another important topic that this association deals with is ethical standards in an online environment.⁶¹ In 2016, the Press Council delivered the *Guidelines for the Application of the Serbian Journalists' Code of Ethics in the Online Environment*. The aim of this document is to clarify a number of concerns about new sources of information, the ways in which media content is transmitted, respect for privacy, and respect for authorship in the online sphere.

Conclusion

Therefore, if we summarize the results so far, we find that⁶²:

- Firstly, online media presence is growing.
- Secondly, the number of news portals is increasing, and online media who are dedicated to investigative journalism are emerging.
- Thirdly, with the increase in the number of news portals, the number of journalists in this sector is growing.
- Fourthly, there is an increase in visits to news sites and to their social network pages.
- Fifthly, there are awards for these efforts: the award for the quality of news sites that has been awarded by the PC Press computer magazine for 20 years now, and the research journalism award for the article published in the online media, awarded by the Independent Journalists' Association of Serbia.

⁵⁸ „Šta je CINS?” (transl. *What is CINS?*), <http://www.cins.rs/srpski/sta-je-cins>, visited on 5th March, 2016.

⁵⁹ „NUNS objavljuje konkurs za godišnju Nagradu za istraživačko novinarstvo 2016” (transl. “*NUNS announces a competition for the annual 2016 Investigative Journalism Award*”) <http://www.nuns.rs/info/activities/26890/nuns-objavljuje-konkurs-za-godisnju-nagradu-za-istrazivacko-novinarstvo-2016.html>, visited on 5th March, 2016.

⁶⁰ „Osnovana prva Asocijacija onlajn medija” (19. 6. 2015), (transl. *The first Association of Online Media Founded*) http://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2015&mm=06&dd=19&nav_category=12&nav_id=1006279, visited on 5th March, 2016.

⁶¹ Asocijacija onlajn medija. Ko smo mi? <http://www.aom.rs/ko-smo-mi/>, visited on 30th August 2017.

⁶² In this analysis, the authors partially use the indicators established by Boczkowski, (2004: 52–55), adapting them to the specifics of the media in Serbia.

Sixthly, the Association of Online Media was established with well-defined goals regarding professional standards of online journalism.

Based on the abovementioned, the conclusion is that Serbia has an established digital media sphere that is a growing media sector, which is very important when it comes to providing information to the public.

Traditional media in Serbia are developing their online editions in accordance with estimates of the audience's migration to the Internet, which, as we have seen, exists, especially among young people, as well as on market effects, where they mostly expect online advertising to grow. In their online editions, traditional newspapers run video shows (the weekly newspaper *Vreme*), radio and television stations publish photos and transcripts of their programs and columns (*B92* and *RTS*), and some media in their web editions (*Blic* and *RTS*) develop a live blog, new hybrid multimedia form. Although topics in the public space are still dictated by mainstream media, the voice of ordinary people is increasingly heard, which by using digital technologies gradually influence the creation of a media agenda. The most widespread form of user-generated content is user comments on media sites, and *B92* has a very developed and popular forum. *B92* in its online edition was among the first traditional media to launch a blog section written by public figures (in the section called "VIP bloggers") as well as citizens. Leading traditional media in their electronic versions use video materials - from initial efforts when they used agency services (*Politika* and *Danas*) to their own production (*Blic online* and websites *RTS* and *B92* televisions that use the capabilities of their home media). Similar to the world where journalists are doing more and more (Jevtović and Petrović 2010: 110), new demands are also posed to journalists in the Serbian media - in some newsrooms, they work for more than one platform (*B92* and *Blic*), which, no doubt, requires new skills, knowledge and more work. Responsible online journalism meets almost instantaneous actuality on the border with live streaming, at the same time trying to make the information accurate and objective. From all this, it can be concluded that the changes in traditional media in Serbia are taking place, although at a disadvantage compared with global trends when it comes to speed, the forms and functions of the digital transformation are the similar to those in other developed countries.

References

- Boczkowski, Pablo (2004). Digitizing the news: innovation in online newspapers. Massachusetts: The MIT Press.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). YouTube: Online Video and Participatory Culture. Cambridge: Polity.
- Castells, Manuel (2000). Informacijsko doba: ekonomija, društvo i kultura, svezak I: Uspon umreženog društva. Zagreb: Golden marketing.
- Castells, Manuel (2010). The Rise of the Network Society (second edition). Chichester: Wiley – Blackwell.
- Deuze, Mark (2008). Media Work. Cambridge: Polity Press.
- Downie, L. Jr. & Schudson, M. (2009). „The Reconstruction of American Journalism”, Columbia Journalism Review. Retrieved 20th February 2016, URL: http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php.

- Hrvatini, S., & Petković, B. (2014). „Regionalni pregled”, in Značaj medijskog integriteta: vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti, ed. J. Matić (Novi Sad: Novosadska novinarska škola): 9–57.
- Ipsos Strategic Marketing (2015). „Jačanje medijske slobode: analiza medijskog tržišta u Srbiji”. Retrieved 20th February 2016, URL: <http://www.raa.org.rs/uploads/useruploads/PDF/6529-Analiza%20medijskog%20trzišta%20u%20Srbiji%20-%20final.pdf>.
- IREX (2013). Europe and Eurasia Media Sustainability Index 2013. Washington DC: USAID-IREX.
- IREX (2014). Europe and Eurasia Media Sustainability Index 2014. Washington DC: USAID-IREX.
- IREX (2015). Europe and Eurasia Media Sustainability Index 2015. Washington DC: USAID-IREX.
- IREX (2016). „Media Sustainability Index 2016: The Development of Sustainable Independent Media in Europe and Eurasia.” Retrieved 30th August 2017, URL: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2016-serbia.pdf>.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. New York: NYU press.
- Jevtović, Z., & Petrović, R. (2010). Javno mnjenje i demokratski deficit u dobu multimedija. Srpska politička misao, 4/2010, vol. 30, 105–126.
- Kastels, Manuel (2014). Moć komunikacija. Beograd: Clio – RTS.
- Matić, J., & Valić Nedeljković, D. (2014). „Srbija”, in Značaj medijskog integriteta: vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti, ed. J. Matić (Novi Sad: Novosadska novinarska škola): 57–137.
- Mihajlov Prokopović, Anka (2015). „Onlajn novinarstvo: izazovi slobode”, in Nauka i sloboda. Filozofske nauke: zbornik radova sa naučnog skupa, Pale, 6-8. juni 2014., ed. V. Vujević (Pale: Filozofski fakultet): 449–461.
- Milivojević, S. (2012). Novinarstvo i medijska industrija u Srbiji: izazovi i odgovori. CM: časopis za upravljanje komuniciranjem, 24, 35–58.
- Milojević, Ana (2015). „Promena uloge profesionalnih komunikatora u informacionom društvu”. Doctoral thesis presented at the Faculty of Political Sciences, University of Belgrade.
- Radojković, Mirosljub (2011). „Politička komunikacija u Srbiji”, in Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti, ed. A. Zerfas & M. Radojković (Beograd: Fondacija Konrad Adenauer): 27–43.
- Rainie, Lee (2015). „The Changing Digital Landscape: State of the news media 2015”. Pew Research Center. Retrieved 20th February 2016, URL: <https://www.slideshare.net/PewInternet/the-changing-digital-landscape-where-things-are-heading>.
- Seizova, S., & Rugar, V. (2016). „Journalists in Serbia.” The Worlds of Journalism Study (project). Retrieved 30th August 2017, URL: https://epub.uni-muenchen.de/31033/1/Country_report_Serbia.pdf.
- Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju (2016). Retrieved 30th August 2017, URL: <http://www.savetzastampu.rs/doc/smernice-za-primenu-kodeksa-novinara-srbije-u-onlajn-okruzenju.pdf>.

- Strategic Marketing Research (2007). „Novinari i novinarstvo u očima građana i novinara Srbije.” Retrieved 20th February 2016, URL: http://www.b92.net/info/dokumenti/index.php?nav_id=256605.
- Surčulija, J., Pavlović, B. & Jovanović Padejski, Đ. (2011). „Mapping Digital Media: Serbia, Country report”. London, Open Society Foundations. Retrieved 20th February 2016, URL: <http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-serbia-20111215.pdf>.
- Veljanovski, R. (2011). Mediji između biznisa, politike i odgovornosti prema javnosti. Godišnjak 2011, FPN, 6, 405–421.
- Veljanovski, Rade (2012). Medijski sistem Srbije. Beograd, Fakultet političkih nauka – Čigoja štampa.
- Veljanovski, R. (2014). Kontroverze medijske politike Srbije. Teme, XXXVIII(3), 1297–1312.
- Vulić, T. (2013). Problemi medijske koncentracije u Srbiji. Medijska kultura, 2013/4, 51–63.
- Zerfass, A., Tench, R., Verčič, D., Verhoeven, P., & Moreno, A. (2014). European Communication Monitor 2014. Excellence in Strategic Communication – Key Issues, Leadership, Gender and Mobile Media. Results of a Survey in 42 Countries. Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.

TRANSFORMACIJA TRADICIONALNIH MEDIJA U SRBIJI KA UMREŽENOM DRUŠTVU

Apstrakt

U svetu ekranskih slika i simbola menjaju se učesnici komunikacionih procesa, ali i načini distribucije medijskih sadržaja, pri čemu građanska samokomunikacija postaje snažna alternativa sve izraženijoj korporativno-političkoj propagandi. Otuda je mentalni prostor sve parcelisaniji, selidba digitalne publike još izraženija, dok su tradicionalni mediji prinuđeni da se prilagođavaju i svoje mesto traže u novoj medijskoj ekologiji. U svojim onlajn izdanjima tradicionalne novine pokreću video emisije (slučaj nedeljnika *Vreme*), radio i televizijske stanice objavljuju fotografije i transkripte svojih emisija i rubrika (*B92* i *RTS*), a neki mediji u svojim veb izdanjima (*Blic* i *RTS*) razvijaju blog uživo, kao hibridnu multimedijalnu formu. Iako teme u javnom prostoru još uvek diktiraju mejnstrim mediji sve više se čuje glas običnih ljudi, koji korišćenjem digitalnih tehnologija postepeno utiču na kreiranje medijske agende. U radu istraživanjem dokazujemo da se u Srbiji ove promene tradicionalnih medija odigravaju i da, iako u zaostatku u poređenju sa svetskim trendovima kada je brzina u pitanju, oblici i funkcije digitalne transformacije su isti. Tradicionalni mediji u Srbiji svoja onlajn izdanja razvijaju u skladu sa procenama o migraciji publike na internet kao i o tržišnim efektima.

Ključne reči: tradicionalni mediji, informacija, hipertekstualnost, samokomunikacija

Dr. Nikos Panagiotou⁶³
School of Journalism and Mass Media Communication
Aristotle University of Thessaloniki
Thessaloniki, Greece

UDC 316.775.4

CONNECTED AUDIENCE: CHALLENGES AND PROSPECTS AHEAD

SUMMARY

The aim of this paper is to discuss the role and the importance of audience in a new media environment that is characterized from interconnection and 24/7 cycle. The convergence of mass media is profoundly changing the communication landscape. Taking audience perspective into account I argue that in today's media landscape it is more than important to change our understanding of audience and the approaches used. Continuous connectivity and use of different platforms and devices represent important characteristics that should be taken into account in order to understand media audience and its dynamics.

Keywords: Connected audience, audience consumption, media use

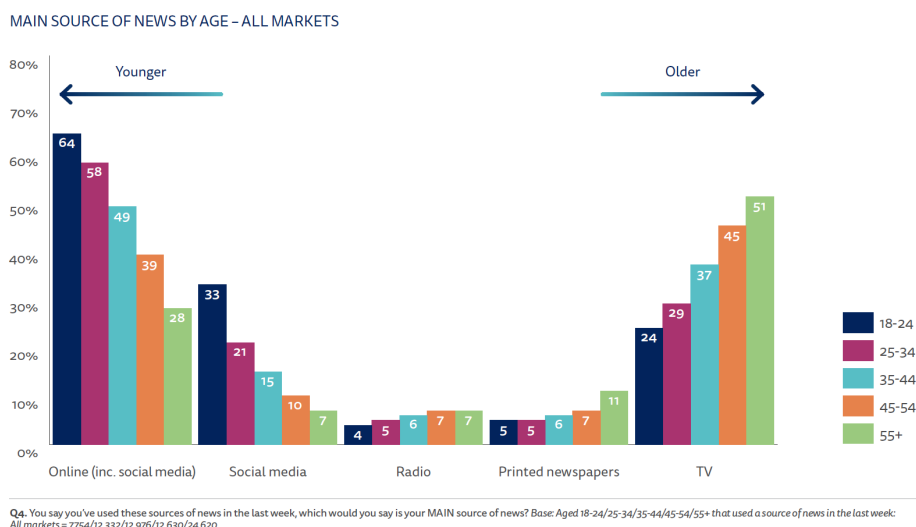
Traditional media are becoming relatively less important as distributors of news. For citizens, the move towards an increasingly digital, mobile, and social media environment represent the development of a more high-choice environment: More and more information from more and more sources. The aim of this chapter is to discuss the changes occurred in the media landscape in relation with media audience consumption and the impact of these developments in media present and future. From the position of media audience research, I want to explore some key question in relation with new concepts of audience that arise and are related with audience consumption and participation. This will in turn contribute in the main question of how in a turbulent age of Post Truth Politics, Post Truth Journalism amid the relentless 24/7 news cycle Journalists, Media Organisations navigate their way in a chaotic world? It is widely recognized that media business models for are increasingly being transformed at several levels by convergence (Waterman et al., 2012; Wessel, 2012; Jin 2012; Barwise & Picard, 2012).

Traditional media companies are trying to adapt their products to these new devices and to changing viewing habits (Medina & Prario, 2013; Medina & Ojer, 2011; Medina et al., 2011; Doyle, 2010). As Medina, Herrero, Guerrero (156: 2015) argue "The internet makes it possible to cheaply spread audio-visual products, multiply the consumption of these products, and increase audiences' knowledge of them. Programmes distributed...have become a new type of re-run, though via different devices —mobile phones, portable media players, tablets, etcetera— and made available more expediently than before". In order to be able to understand these changes and their profound impact upon audiences it is necessary to understand the general trends regarding audience behaviour and media consumption. As it results from Reuters Digital News Report from

⁶³ Assistant Professor, Google Research Scholar, npanagiotou@jour.auth.gr

2015-2017 there is a steadily increase in consumption of news through social media. Especially on 2017 the biggest change recorded has been the growth of news accessed via social media sites.

Table 1: Main Source of News by age



Source: Reuters Institute Digital news report 2017

As it is witnessed there is a major shift in media consumption habits based on the age of the participants. On an average of 57% in the ages between 18-44 main source of news are online media. This tendency is also important in the either ages that tend to use online sources as well in a lower rate though (39%, 28%). Similar are the findings from another research in US(*study by the Media Insight Project, a collaboration of the American Press Institute and the Associated Press-NORC Center for Public Affairs Research 2015*) that suggests Millennials are relying on online media as a major/main source of news. What though is important in both studies to note is that “social networks are exposing Millennials to more news than they were” (*study by the Media Insight Project, a collaboration of the American Press Institute and the Associated Press-NORC Center for Public Affairs Research 2015*) while in Reuters Institute Digital news report it is noted that “Two-thirds of social media news users in the United States also watch television news (67%) and two-thirds also visit mainstream websites or apps (66%) – a bit more than the general population. Just 2% ONLY use social media for news in an average week” (11: 2017).

According to recent research from Pew Research Center one in four now get news from multiple social media sites.

Table 2: News from Multiple social media sites

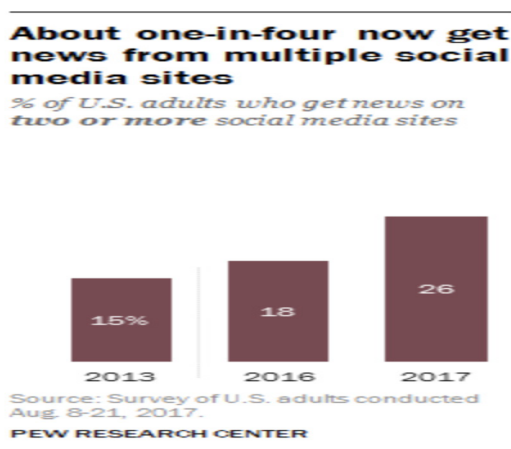
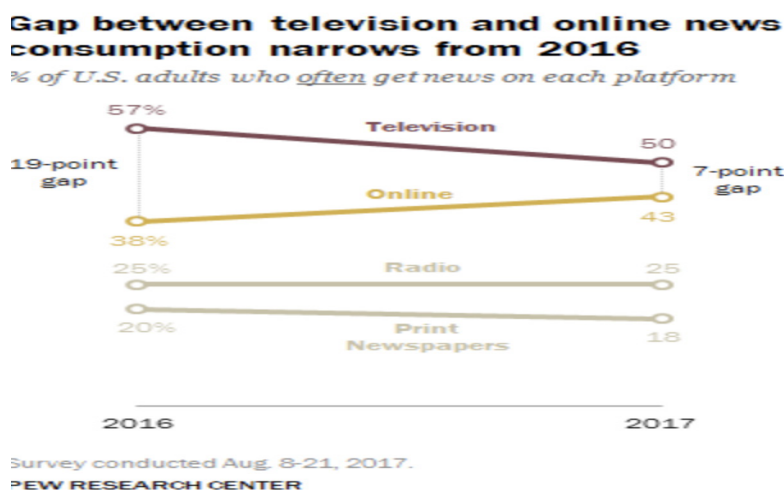


Table 3: Gap between TV and online news consumption narrows



The gap between the news platforms from 19 points in early 2016, dropped to 7% during 2017 signals a change in USA and in the rest of the world that is characterised by the rise of news consumption from multiple resources. It is an intersection and actually a change of “two long-standing trends in news consumption. **Integrators**, who get the news from both traditional sources and the internet, and **Net-Newsers** – who principally turn to the web for news, and largely eschew tra-

ditional sources” (Pew Research Center 2008). These findings suggest that social media are a major part of an increasingly though everyday media mix. In contrary with what is up until now emphasized we should pay attention not only in the role of social media but equally and even more to use of multiple sources of information. These findings stress the fact that we should leave behind and change our approach of a one media use audience to a simultaneously connected audience in different media in a continuous time. The audience adopts increasingly active roles in consuming, commenting and sharing media content. Carey (1975), argues that much media consumption is less about textual content

and more about activities surrounding reception. According to Bird (2011) what is happening is a reconceptualization about what news is and how it is delivered, rather than a rejection of news in itself. We have to abandon the notion of traditional news consumer that follow specific habitual patterns due to a very important factor which is constantly connectedness.

This is the case especially for the younger generations but is also evident in older generations as well. In a media environment *“in which almost every form of communication comes virtually (whether through computers, cell phones, etc), genres are even more blurred than on other media”* (Bird 494: 2011). As Deuze (2005) considers, *“as media become inescapably pervasive in the everyday lives of people in modern nations ... their day-to-day use tends to disappear.”* Media consumption is continuous and not distinct as in the past as it is results from various research (Pew Research Center, Reuters Institute Digital News Report etc). This constitutes a major change, the distinctiveness of media consumption habits (reading morning newspapers, prime time news bulletin etc) have changed due to technological evolution and similar adaptations/changes in audience behaviour. These changes constitute the new form of audience which they can transcend the standard sources of news and actually influence the journalism process, they’ll have an increasing impact by being, more than ever before, part of a larger conversation. It constitutes what is formerly known as the audience *“those who were on the receiving end of a media system that ran one way, in a broadcasting pattern, with high entry fees and a few firms competing to speak very loudly while the rest of the population listened in isolation from one another— and who today are not in a situation like that at all”* Rosen (2006). In addition, and according to Gross (2009: 67) *‘web-based media have made multidirectional, audience-generated communication a reality, giving citizens the opportunity to join the party as producers rather than merely consumers. . . the top-down tyranny of the media has been effectively challenged’*. The convergent media *“have been hailed as creating a ‘cultural shift’, which has realigned the roles of audiences and producers in profoundly new ways”* Bird (2011: 503).

Kachaner and Deimler (2008) suggest that media organisations in order to respond to these changes need to stretch their strategic thinking by questioning and challenging existing assumptions and business models. In the development of this new approach a critical factor that should be placed at the centre of our attention is audience. A number of research and changes occurred should be taken into account such as demographics, lifestyle trends, audience attitudes, and opinions, that are profoundly changing the user experience (Medina, Herrero, Guerrero (158: 2015). Traditional media is all about reach. Digital technology enabled marketers to bring these passive bystanders on-board as active hunters, with Internet-based campaigns.

What we need to understand is that media are not disparate platforms or silos that operate independently of each other, but their content is used in combination with other sources of news. In the conception of the “active, participating audience member has been widely

discussed not only in the academic literature but also (maybe even more) in the popular press and trade book market” (Bird 2011: 503) we have to add an important future/characteristic, that of continuously connected networked audience. This is an important element that moves beyond the existing discussion of active audience since an important element in order to understand today media audience is that it is part of networks and has the capacity of simultaneous use of different kinds of media.

This means that media organisations should make a priority integrated strategies that that brings audience experiences to the forefront, to move from awareness to engagement, consideration and advocacy. Groos2009: 67) suggest that “web-based media have made multidirectional, audience-generated communication a reality, giving citizens the opportunity to join the party as producers rather than merely consumers. . . the topdown tyranny of the media has been effectively challenged’. The equation “of audience practices with one specific type of activity online fandom has the potential to stifle a richer understanding of continuing audience activity” (Bird 2011b: 504) I argue that even the term produser does not reflect current changes that move beyond who produces but emphasize on the experiences and news consumption. I argue that continuously connected audience constitutes an important change that highlights that the question is not more on who produces the content but on the stances, changes and mobility of the new fragmented audience. It represents the way that audiences will interact with media but equally important with each other. We are witnessing the **mainstreaming” of New Media that dominate news consumption as a result of the** that continuously connected mobile audience. Websites and social media provide a limitless capacity for news content but on the same time the number of journalists reporting on an ever-more complex political scene is plummeting. (Panagiotou 2016)

These changes signal that the nature and experience of information is already changing and will further change. Media organisations, journalist need to elaborate these changes in order to correspond to audience needs but also to deal with the current crisis of journalism. A crisis that is inherently connected with the lack of understanding of audience changes and the challenges ahead. In order to perform with the specific audiences both today and in the future, quality standards should be included along with technological adaptations in order to promote a new pedagogy of empowered citizenship (Panagiotou&Theodosiadou 2015)

References

- E. Bird (2011) Are we all producers now? Convergence and media audience practices
Cultural Studies Vol. 25, Nos. 45 July-September 2011, pp. 502-516
- E. Bird (2011b): Seeking the audience for news: Response, News Talk and everyday practices”,
The Handbook of Media Audiences, First Edition. Virginia Nightingale
- Carey, J.W. 1975 A cultural approach to communication. Communication, 2, pp. 1–10, 17–21.
- Deuze, M. 2005 Toward professional participatory storytelling in journalism and advertising. First
Monday, 10, 7. Retrieved from <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/1257/>
- Gross, L. (2009) ‘My media studies: cultivation to participation’, Television and New Media, vol.
10, no. 1, pp. 666-8.
- Kalogeropoulos A, Panagiotou N., Dimitrakopoulou D: “Digital News Report Country Report:
Greece” Reuters Institute for the Study of Journalism Oxford University, Department of Journal-
ism and Mass Communications, Aristotle University of Thessaloniki
- Meijer Costera Irene (2007) The paradox of Popularity, Journalism Studies, 8: 1, 96-116, DOI:
10.1080/14616700601056874
- Panagiotou N. & Theodosiadou S.: “News Literacy: Learning about the World” *The Journal of
Digital and Media Literacy* (ISSN 2326-1862)
- Pew Research Center “More Americans are turning to multiple social media sites for news”
2/11/2017. Retrieved from <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/11/02/more-americans-are-turning-to-multiple-social-media-sites-for-news/>
- Pew Research Center “Americans’ online news use is closing in on TV news use” 07/09/2017. Re-
trieved from <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/09/07/americans-online-news-use-vs-tv-news-use/>
- Pew Research Center(2008) “Audience Segments in a Changing News Environment”
17/08/2008 Retrieved from: <http://www.people-press.org/2008/08/17/key-news-audiences-now-blend-online-and-traditional-sources/>
- Rosen, J. 2006 The people formerly known as the audience. Retrieved from http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2006/06/27/ppl_fmr.html
- Reuters Institute Digital News Report 2017.

Dragana Pavlović
Ilija Milosavljević
Faculty of Philosophy
University of Nis
Nis, Serbia

UDC 070:004.738.5]-057.87

DIGITAL LITERACY IN THE JOURNALISM PROFESSION – STUDENTS’ PERSPECTIVE

SUMMARY

The emergence of new technologies had an immense impact on journalism as a profession. Journalists of today are expected to be experts and have deep knowledge on digital platforms, multimedia tools, the Internet, Web, social networks, and to be able to quickly respond to new media challenges. Education of journalism students has to be innovated constantly in order to be able to follow the changes in media environment. The paper discusses the importance of digital literacy for the journalism profession, from the perspective of journalism students. The main objective of this research is to determine students’ opinions about digital competences that are necessary for the proper future professional engagement. A structured interview was used as an instrument for data collection, and the research sample consisted of 50 journalism students from the Faculty of Philosophy, University of Nis, on the third and fourth years of study. The key results of the survey indicate that students are aware of the importance of digital competences in the journalism profession, and that it is necessary to continuously develop new skills in accordance with the intensive development of modern media tools. In this context, the suggestions of the students indicate the need innovation of the curriculum and for introduction of new subjects that aim at continuous adjustment to the new media and technology requirements.

Key words: journalism students, digital literacy, journalism profession, media changes, curriculum

Introduction

The advent of technology and revolutionary discoveries in this field make a profound impact on the society as a whole and on all its segments. One of the fields in which these changes are primarily manifested is the sphere of communication. Under the influence of the Digital Revolution one changes one’s habits, manners of communication with one’s environment, one’s worldview, skills, knowledge, etc. This phenomenon was recognised by a Canadian communicologist Marshall McLuhan (2016) who referred to it as technological determinism according to which the development of technology and media change other media, the society itself as well as man’s perception of the world.

Changes in the manners and possibilities of communication as well as technology development inevitably introduce changes into the profession and job of a journalist, into traditional and modern media alike. On the one hand, conditions under which journalists work change under the influence of modern information technologies, the Internet domination, new platforms, manners and possibilities of collecting, processing and distributing information. On the other hand, media workers face new challenges. The Digital Revolution has engendered a man who seeks fresh, quick, attractive and available piece of information and it is upon journalists either to respond to all those requests or to lose the battle against the competition. Consequently, it is necessary that media workers master all relevant techniques and tools of the Digital Age.

If one wishes to provide professional journalists with comprehensive and valuable digital education one needs to introduce this practice even during the course of graduate studies. Numerous authors consider that journalism studies and higher education comprise key links in the digital training and application of knowledge by future journalists (Cochrane et al., 2013; Spyridou et al., 2013). Nevertheless, this role often puts professors and other teaching staff members in an unenviable position because an increasingly rapid pace of technology advancement requires perpetual innovations in and modernisation of the curricula. Only through constant revision and modernisation of the methods of working with students is it possible to prepare them for the challenges of the digital age. However, bearing in mind that modern technologies develop at an accelerated pace, the process of digital education seems to be never-ending. Therefore, it is important that during journalism studies students develop awareness of the durability of the process of digital education as well as of the importance of keeping up with new trends in the development of media technologies.

It is the aim of this paper to determine the attitudes of students in their final year of journalism at the Faculty of Philosophy in Niš with respect to the acquired, necessary and desirable digital competences in the field of their future profession.

The digital world and journalism

The digital concept became increasingly significant at the end of the seventies and beginning of the eighties of the last century through the popularisation of modern computers. At the same time, the necessity of developing computer literacy was recommended as the basis of functioning in the society affected by the expansion of computer technologies (Selber, 2004:1-3). The authors believe that the lack of skills and knowledge unified in this concept undermines one in an attempt to respond to the upcoming changes. Back in the eighties Alvin Toffler, a futurologist, indicated that changes caused by the information technology revolution were manifested in a collision of the spheres of technology, society, information and power, which inevitably became intertwined and thus transformed each other (Toffler, 1980:9-10). Hence, the very participation in the society as well as in the communication and information flows becomes unimaginable without being conversant with a technological dimension of the new society, i.e. without being technologically literate. Toffler refers to the information revolution as the third wave, while some authors indicate that accordingly the digital transformation of the world can be considered the fourth wave of even more rapid and extraordinary changes (Despotović & Jevtović, 2010:154).

The new, digital world requires a new range of skills, abilities and knowledge which in short can be referred to as digital literacy. It is neither an exclusive right nor an obligation of one group of people, but a necessity of all members of the society. The broadest definition of digital literacy defines it as “the ability to understand and use information on multiple formats from a wide range of sources when it is presented via computers” (Lankshear & Knobel, 2008:4). It can be concluded that this term can be very broad and complex and it is almost not possible to cover all of its aspects. Aside from knowledge and abilities relating to the use of digital platforms and software, digital literacy also implies the photo-visual ability of reading presentations, the ability of reproducing the existing material into new forms, hyper-textual and non-linear thinking, the ability of multitasking and of selecting and filtering information, as well as social and emotional literacy (Lankshear & Knobel, 2008; Eshet-Alkalai, 2004).

This set of the aforementioned skills can be observed as primary digital literacy necessary for everyone who wishes to actively participate in the society. Nevertheless, certain professions such as journalism require proficiency at special advanced techniques and knowledge in accordance with the needs and changes which occur in the journalist profession. Improvements in secondary digital literacy comprise a response to new tendencies which transform numerous fixed patterns in which professions function. Thus, the Internet with its new characteristics such as non-linearity, multimedia, hyper-text and interaction, the advent and development of social networks, new applications and software, online publishing and production as well as an inexorable rise of mobile technologies significantly change traditional assumptions and principles of journalism (Vujo- vić & Obradović, 2017:53-54; Alejandro, 2010; Mihajlov Prokopović, 2008; Kawamoto, 2003:4). Likewise, digital technologies have enabled the occurrence of two related phenomena in the field of media functioning: media convergence (Martinoli, 2011:74) and integration of all editorial offices (radio, television, online journalism) into a single one. The new environment requires media workers to resort to a kind of convergence and integration of skills and knowledge resulting in a new journalist who does not work in one single type of media, but who is flexible and competent while performing the job of a journalist (on any kind of platform) as well as that of a cameraman, photographer, tone master, editor... Mastering such abilities, aside from achieving elementary digital literacy, results in journalists of the new era who are very often referred to as multimedia journalists. Among the most significant abilities which these journalists need to possess numerous authors emphasise the following:

- Being well-versed in using the Internet and the computer
- The ability of writing for the radio, television, newspapers, online portals, blogs, as well as appreciating the differences among these platforms
- The ability to record, produce, process and edit videos, photo and audio materials
- Using browser optimisation, searching through data bases, filtering and grasping relevant and reliable information and excluding false information
- Reorganising the existing material into new forms and usable links
- The knowledge of legal and ethical regulations on the Internet
- Perpetual improvement of knowledge and abilities in accordance with technological innovations and changes in audience habits (Koltay, 2011:213; Fahmy, 2008; Bull, 2010:12-13)

Since multimedia journalists are formed during the journalism studies, the curricula at the respective faculties need to enable the development and acquirement of the aforementioned skills and abilities. It requires permanent innovations and improvements in the educational process, as well as keeping up with new trends in the sphere of media and telecommunications and anticipating the possible developments and the future of the profession (Pralica & Barović, 2013). The increasing speed of changes and developments in the digital society imposes requirements for new and flexible teaching courses which would create space for and dedicate attention to innovation and changes year in and year out. Likewise, aside from teaching students some practical skills it is necessary to develop awareness of the speed of changes and the necessity of continuous improvement. Regardless of the fact that at the current moment the journalism studies comply with the needs of the profession, in ten years the knowledge of journalists who are to graduate this year will not be sufficient to respond to the requirements of journalism due to enormous changes which are bound to happen in the future (Moore's Law). As a result, Mark Deuze (2004), a Dutch media theoretician, asserts that educational institutions of journalism need to focus on the following:

1. Technology as the fundamental principle of convergence and changes;
2. Comprehension of multimedia logic
3. Reconsidering the process of convergence and amending this notion by professors and students alike
4. Critical approach to all aspects of learning of and discussing the media
5. Improving the quality of interaction between journalists, students and educators (Deuze, 2004:149).

In order for this process to proceed in the right direction and become improved it is necessary to constantly revise it. One of the proper manners to ensure this is to pay attention to students' opinions and viewpoints. Students' attitudes can be especially relevant if one wishes to observe objectively the current situation, primarily because the young belong to that group which Prensky calls "digital natives" as opposed to "digital immigrants" who are older and less susceptible to changes (Prensky, 2001). Young people, who are born and grow up in the digital age and maintain permanent contact with the novelties of the technological world, can indicate and reveal certain aspects of this phenomenon which otherwise would remain hidden. On the other hand, their attitudes can also indicate whether the studies have been successful in raising awareness of acquiring and improving digital literacy for the purposes of a quality performance in the field of journalism.

A research study entitled "Blogs bother me" and conducted in 2011 by Martin Hirst and Greg Treadwell at the Auckland University of Technology questions the assertion regarding the young as "digital natives". The authors indicate that, though the majority of journalism students at the University use the Internet, social networks and other media possibilities of the digital age, they still do not perceive their possible applications in journalism and do not regard these tools from the perspective of their chosen profession. Such results imply the failure of university studies to underline and point out the close connection between the digital world and professional journalism as well as to develop the all-important synthetic digital and journalist thought in students. Since this is an extremely complex task, an increasing number of authors develop and emphasise the

need of concepts and programmes relating to the new approach of educating digitally literate journalists (Hume, 2007; Mensing, 2010).

It is the idea of this paper to determine the attitudes of students in their final years of journalism at the Faculty of Philosophy in Niš. Those are students who had the opportunity to encounter the concept of new digital technologies in journalism by attending the courses Modern media technologies (Pavlović, 2014a) and New media (Pavlović, 2014b) during the second and the fourth year of study. Through students' prism one could perceive the possibilities for improvement, but also the possible oversights in the approach.

Research methodology

The main aim of the research is to establish the attitudes of journalism students regarding digital literacy and the necessity for digital education during the graduate studies for the purposes of achieving quality professional journalism. In accordance with the set aim three hypotheses have been set and they are as follows:

1. Journalism students are informed about the necessity of acquiring digital literacy and using digital tools due to changes in journalism initiated by technology development.
2. Journalism students believe that they acquire sufficient knowledge of new media technologies and that they do not require new courses at the faculty.
3. Journalism students believe that they are sufficiently skilled and educated to use modern media tools in journalism.

In accordance with the aim and hypotheses the authors resorted to the descriptive method, as well as to both qualitative and quantitative data analysis, while the data collection instrument was an especially constructed interview which was a part of a more extensive instrument. However, for the purposes of this paper the authors have chosen only those questions which deal with the students' attitudes regarding the necessity for digital literacy. The research sample is intentional and it comprises students of the third and the fourth year of graduate academic studies of journalism on the Faculty of Philosophy in Niš (N=50).

Interpretation of the results and discussion

By analysing the obtained data the authors identified three groups of responses. The first group is focused on attitudes regarding digital literacy and new media tools relevant for journalism. The second group of responses indicates the opinions regarding the Department and the syllabi for journalism studies and courses regarding new technologies, while the last group of responses points to the perception of one's own skills and abilities when using modern media tools.

1) To the first research question: „Can one be a good journalist without using new media technologies?“ the majority of respondents (76%) offered dissenting opinions, considering that the knowledge of new media technologies was necessary if one wanted to be a successful journalist. On the other hand, 24% of respondents believe that a good journalist does not require the knowl-

edge of new media technologies, justifying their attitude by asserting that there were good journalists even before the existence of new technologies. Nevertheless, one should emphasise that they do perceive the value of new technologies but do not consider them inevitable, but merely useful. The following responses illustrate the abovementioned attitudes:

“A good journalist needs to be acquainted with and versed in new achievements, since we do live in the digital age and he/she needs to be skilled at new media technologies in order to perform her/his tasks more efficiently. Nowadays, information is most rapidly obtained by means of the Internet and if a journalist is not familiar with computers or smart phones, he/she will not be able to keep up with the competition” (Ilija, the final year of studies)

“Absolutely. Until recently there was no Internet, and journalists were still fantastic at their job. They were successful at tracing sources and they had their contacts. I dare say that the time before the Internet was better, but the Internet era also has its positive aspects, such as speed, efficiency and effortlessness...” (Milena, the third year of studies)

In response to the question regarding new media tools which students should be acquainted with the respondents primarily indicate the necessity of knowing how to use social networks (72%), editing programmes (60%) and Internet browsers and browsing tools (46%). In addition to these tools, students also mentioned the tools such as YouTube, e-mail, mobile applications and online publishing platforms.

“A journalist needs to know how to manage everything relating to the Internet. Among other things, this includes social networks, YouTube, website search, as well as the knowledge of programmes necessary for image and sound editing”. (Nataša, the final year of studies)

“First and foremost, a journalist needs to know how to use the Internet, as well as browsers and methods of browsing websites which can provide one with information. Furthermore, it is important to use various programmes relating to media contents and their processing”. (Jovana, the final year of studies)

The obtained results clearly indicate that the majority of respondents (76%) realise that digital literacy is inevitable if one wishes to be a proper journalist as well as that there are numerous new tools which a journalist needs to master. Even respondents who do not concur with the assertion that journalists need to be acquainted with new technologies point to certain advantages of the digital age. Respondents especially indicate the significance of mastering new tools such as editing programmes, browsers, social networks... Hence, one can safely infer that the first hypothesis which assumes that *journalism students are informed about the necessity of acquiring digital literacy and using digital tools due to changes in journalism initiated by technology development* has entirely been confirmed.

2) The students' attitudes regarding the efficacy and breadth of the acquired knowledge of new media tools during the studies are divided. A little over half of respondents (56%) are satisfied with the current curriculum concerning digital literacy. Such attitude is illustrated by the following responses:

“I believe that this amount of knowledge of new media tools is quite sufficient at the beginning of a career in journalism and it serves as a knowledge basis which we shall upgrade in the course of our careers”. (Aleksandar, the third year of studies)

“I agree that we acquire adequate knowledge of new media tools. We have good courses such as “New media” and “Modern media technologies” during which we deal with new media tools”. (Milena, the final year of studies)

Nevertheless, 44% of respondents do not share the impression that they have enough knowledge of new media tools necessary in the digital environment. The most frequent remark of respondents is related to the syllabi of those courses which deal with new technologies, stating that all aspects of digital literacy are not sufficiently discussed.

“I believe that there are a much larger number of tools which facilitate and complement the work of a journalist than those that we learn about during our studies. It is necessary that a professional journalist acquire much more knowledge of all those useful tools”. (Marijana, the final year of studies)

It is interesting that, when asked whether new courses should be introduced which would cover the field of new media technologies, as much as 66% of respondents provided an affirmative answer. Students mostly believe that the aforementioned new courses should deal with the Internet marketing, social networks, web design, etc. The other 26% is satisfied with the current curriculum and courses, while 8% believes that there is no need to introduce new courses and that the current ones should be changed and modernised. The following statements illustrate the results:

“Perhaps it would not be bad to introduce a course which would deal with the Internet marketing or with the basics of the web design, bearing in mind that this is the fastest developing sphere”. (Filip, the third year of studies)

“It is not necessary to introduce new courses, but to modernise and redefine the current ones, so that they complement each other and make a whole which eventually will provide us with a comprehensive knowledge of new media”. (Danilo, the final year of studies)

Bearing in mind that almost half of respondents is not satisfied with the scope and amount of knowledge which they acquire during their studies, and that more than a third believes that changes should be introduced to the existing curriculum, either in the form of a new course or through modernisation of the curriculum and the process of education, we can safely assert that the second hypothesis stating that *journalism students believe that they acquire sufficient knowledge of new media technologies and that they do not require new courses at the faculty* has not been confirmed.

3) The last question dealt with the evaluation of one's own level of knowledge and skills necessary for managing new media tools in journalism. Aside from the fact that the majority of students believe that the curriculum dealing with new media should be modernised, it is interesting that a large number of respondents (82%) believes that they possess enough knowledge of new media tools to work as journalists. Students assert that they are quite proficient at applying audio and video editing software and text processing tools, as well as that they manage well at the Internet, social networks and browsers.

„I believe that I am sufficiently prepared to use new media tools. With the majority of important software such as Vegas, Sound Forge and the like we dealt during some of the courses and I believe that I have mastered them quite well”. (Kristina, the final year of studies)

“I am prepared better than my colleagues due to my experience acquired in online journalism. However, even before that I had acquired enough knowledge, either by myself, by means of courses and research, or through my activities during my academic courses”. (Ivan, the final year of studies)

The presented results allow one to infer that the third hypothesis stating that *journalism students believe that they are sufficiently skilled and educated to use modern media tools in journalism* has been confirmed. It has been noticed that a number of respondents have the awareness of the need to improve and acquire additional knowledge for the purposes of acquiring digital literacy.

Conclusion

The obtained students' responses show that the first research hypothesis, which assumes that *journalism students are informed about the necessity of acquiring digital literacy and using digital tools due to changes in journalism initiated by technology development*, has been confirmed. The majority of respondents believe that it is not possible to become a good journalist without using new media technologies and their respective tools. As the most important tools of the new age students distinguish social networks, browsers as well as various programmes characteristic of journalism such as editing software. This indicates that the observed graduate studies in journalism and the respective curricula provided an adequate response to the requirements of informing and instructing journalism students about the importance of digital literacy. Nevertheless, a large number of respondents are not satisfied with the breadth of knowledge acquired after attending the courses dealing with new technologies and they believe that journalism studies should be modernised by either introducing new courses or by modernising the current ones. Consequently, one may infer that the second hypothesis which assumes that *journalism students believe that they acquire sufficient knowledge of new media technologies and that they do not require new courses at the faculty* has not been confirmed. On the one hand, these results are encouraging because one can discern that students are aware of constant changes in the digital world as well as of the need to follow the trends. The results also indicate that the last hypothesis which assumes that *journalism students believe that they are sufficiently skilled and educated to use modern media tools in journalism* has been confirmed. It is interesting to observe that, although students stated certain objections regarding the curriculum, they still mostly believe that they themselves are sufficiently individually trained for becoming journalists, because aside from formal education, they have improved and upgraded their digital literacy on their own accord.

The deficiency of this research is, first and foremost, a small sample. Thus, it can serve as a basis for developing some future research into digital literacy on faculties which educate journalists.

A research into students' attitudes regarding digital literacy has simultaneously provided an answer to students' opinions, as digital natives, of digital literacy and whether it should be developed, as well as to the manner in which students observe the existing programme of digital literacy and the needs for its redefinition. It is shown that they recognize necessity for constant innovation of digital knowledge as well as most of main aspects of digital literacy in journalism. This research has provided a better insight into the positive aspects as well as into oversights in the digi-

tal education of students on the Faculty of Philosophy in Niš and offered possible solutions from students' standpoint.

References

- Alejandro, J. (2010). *Journalism in the age of SocialMedia*. University of Oxford: ReutersInstitute Fellowship Paper.
- Lankshear, C. & Knobel, M. (Eds.) (2008). *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices Vol 30*, New York: Peter Lang.
- Bull, A. (2010) *Multimedia Journalism: A Practical Guide*. New York: Routledge.
- Cochrane, T., Sissons, H., Mulrennan, D. & Pamatau, R. (2013). Journalism 2.0: Exploring The Impact of Mobile and Social Media on Journalism Education. *International Journal of Mobile and Blended Learning*, 5(2), 22–38.
- Despotović, Lj. & Jevtović, Z. (2010). *Geopolitika i mediji*. Novi Sad: Kultura polisa i Grafomarketing.
- Deuze, M. (2004). What is Multimedia Journalism? *Journalism Studies*, 5(2), 139–152.
- Eset-Alkalai, Y. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era. *Jl. of Educational Multimedia and Hypermedia*. 13(1), 3-106.
- Fahmy, S. (2008). How Online Journalists Rank Importance of News Skills. *Newspaper Research Journal*, 29(2), 23–39.
- Hirst, M. & Treadwell, G. (2011). Blogs bother me: Social media, journalism students and the curriculum. *Journalism Practice*, 5(4), 446–461.
- Hume, E. (2007). *University Journalism Education: A Global Challenge: A Report to the Center for International Media Assistance*. Washington: Center for International Media Assistance.
- Kawamoto, K. (2003). *Digital journalism: Emerging Media of the Changing Horizons of Journalism*. Lanham, US: Rowman & Littlefield.
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211–221.
- Martinoli, A. (2011). Konvergencija i digitalizacija medija – nove uloge publike i medija. *Medijski dijalozi*, 9, 71–90.
- McLuhan, M. (2016). *Understanding Media: The Extensions of Man*. US: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Mensing, D. (2010). Rethinking[again] the future of journalism education. *Journalism Studies*, 11(4), 511–523.
- Mihajlov Prokopović, A. (2008). Radio u budućnosti – digitalna revolucija. *CM*, 3(7), 65–77.
- Pavlović, D. (2014a). Silabus predmeta Novi mediji, Retrieved 7th July, 2017, URL:

- <http://www.filfak.ni.ac.rs/preuzimanje/knjigepredmeta/osnovneakademskestudije/novinarstvo.html>
- Pavlović, D. (2014b). Silabus predmeta Savremenemedijske tehnologije, Retrieved 7th July, 2017, URL:
<http://www.filfak.ni.ac.rs/preuzimanje/knjigepredmeta/osnovneakademskestudije/novinarstvo.html>
- Pralica, D. & Barović, V. 2013. New digital technologies in the Education of journalists. *eLearning and Software for Education*, 2, 204–209.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Selber, S. (2004). *Multiliteracies for a Digital age*. Southern Illinois: SWR.
- Spyridou, L., Matsiola, M., Veglis, A., Kalliris, G. & Dimoulas, C. (2013). Journalism in a State of Flux: Journalists as Agents of Technology Innovation and Emerging News Practices. *International Communication Gazette*, 75(1), 76–98.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. A Bantam Book: New York.
- Vujović, M. & Obradović, N. (2017). Online media and intercultural communication. *Facta Universitatis, Series: Philosophy, Sociology, Psychology and History*, 16(1), 51–61.

Suzana Peran
Anđelka Raguž
Hrvatski studiji
Univerzitet u Zagrebu
Zagreb, Hrvatska

UDC 070:004.738.5]:2-48(497.5)

VIDLJIVOST VJERSKIH ZAJEDNICA I NJIHOVOG ZAUZIMANJA ZA MARGINALIZIRANE SKUPINE U DRUŠTVU NA MREŽNIM STRANICAMA HRVATSKIH DNEVNIH NOVINA

APSTRAKT

U radu odgovaramo na pitanja: koliko su vjerske zajednice i njihovo djelovanje vidljivi u hrvatskim medijima te tko govori u ime vjerskih zajednica u medijskim objavama na mrežnim stranicama hrvatskih dnevnih novina. Zanima nas i tko čita objavljeni sadržaj o vjerskim zajednicama, odnosno, koliko i kako čitatelji analiziranih portala komentiraju te sadržaje. Koristeći se metodom kvantitativne analize sadržaja, analiziramo objave na internetskim portalima triju najčitanijih hrvatskih nacionalnih dnevnih novina: *24sata*, *Večernji list* i *Jutarnji list* s obzirom na teme, vrste, izvore informacija i autorstvo. Polazeći od pretpostavke da su vjerske zajednice u objavama svjetovnih medija često marginalizirane i djelomično obilježene političkim konotacijama, posebno nas u empirijskom istraživanju zanima koliko se prostora u analiziranim medijima daje zauzimanju vjerskih zajednica za marginalizirane skupine u društvu, osobito siromašne, ekonomske migrante, tražitelje azila i izbjeglice. Također istražujemo jesu li i na koji način komentari čitatelja uz te objave reprezentirali uvredljiv diskurs u vezi s drugim, nepoznatim ljudima i kulturama. Dobivene rezultate stavljamo u kontekst društvene odgovornosti medija.

Ključne riječi: vjerske zajednice, mrežne stranice, hrvatske dnevne novine, migranti, komentari čitatelja, medijska odgovornost.

Uvod

Koliko su vjerske zajednice, njihove aktivnosti i djelovanje, vidljive u hrvatskim medijima te tko govori u ime vjerskih zajednica u medijskim objavama na mrežnim stranicama hrvatskih dnevnih novina, pitanja su na koja primarno odgovaramo u ovome radu. Vjernici, prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine, čine većinu stanovnika Republike Hrvatske. Najviše njih – 86,28%, izjasnilo se pripadnicima Katoličke crkve, zatim 4,4% članovima Srpske pravoslavne crkve te 1,47 % muslimanskim vjernicima (Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske 2013: 114). Katolička crkva je, kao što pokazuju brojna istraživanja i osvrti ustanova, dugi niz godina institucija kojoj građani ponajviše vjeruju (Čuvalo 2010). Stoga je cilj ovoga rada, istražiti koliko vjernici, vjerski poglavari i osobito humanitarno djelovanje vjerskih zajednica u korist siromašnih, obespravljenih i potrebitih članova društva, dobivaju odjeka u javnosti, putem - kako ih u vjerskim krugovima nazivaju – *svjetovnih medija*, čija su publika većinom vjernici. Pri tome postavljamo

i pitanje, može li većinska skupina u društvu (vjernici) biti marginalizirana u medijskim objavama? Koristeći se metodom kvantitativne analize sadržaja, analiziramo objave od 8. do 17. travnja 2017, na internetskim portalima triju najčitanijih hrvatskih nacionalnih dnevnih novina: *24sata*, *Večernjeg lista* i *Jutarnjeg lista*. Uzorak smo odabrale vodeći se istraživanjem provedenom na općoj populaciji starosti od 18 do 60 godina u travnju 2016. čiji su rezultati pokazali, kako je publika najviše čitala dnevne novine putem njihovih mrežnih portala i to *online* sadržaj *24sata* (44, 4 %), *Jutarnjeg lista* (41, 7 %) i *Večernjeg lista* (36,3 %) te putem mobilnih aplikacija dnevnih novina: *24sata* (19 %), *Jutarnjeg lista* (15,6 %) i *Večernjeg lista* (14,3 %) (Ipsos 2016: 15). Istraživanje je pokazalo da je najčešće korišteni medij bio internet, kojega je u vrijeme istraživanja, više puta dnevno, koristilo više od 69 % sudionika istraživanja i televizija koju je u više navrata dnevno gledalo 65 % ispitanika (Ipsos 2016: 5). Nadalje, 60,6 % ispitanika je pritom istaknulo kako im je internet glavni izvor informiranja i da putem njega najčešće prate vijesti iz Hrvatske (73,3 %), lokalne vijesti (53,3 %) te aktualnosti iz svijeta (Ipsos 2016: 10).

Polazeći od pretpostavke da su vjerske zajednice u objavama svjetovnih medija često marginalizirane i djelomično obilježene političkim konotacijama (Bulović 2004: 172), posebno nas je u empirijskom istraživanju zanimalo, daje li se i koliko prostora u analiziranim medijima zauzimanju vjerskih zajednica za marginalizirane skupine u društvu (više u Valić Nedeljković 2007: 151–161) osobito siromašnima, ekonomskim migrantima, tražiteljima azila i izbjeglicama. Zanimalo nas je i tko čita objavljeni sadržaj o vjerskim zajednicama, odnosno, koliko i kako čitatelji portala komentiraju te sadržaje. Također smo istražile, jesu li i na koji način, komentari čitatelja uz te objave, reprezentirali uvredljiv diskurs posebno prema nepoznatim ljudima i kulturama. Rezultate istraživanja pri tome sagledavamo u kontekstu društvene odgovornosti te vjerodostojnosti medija, koji predmnijevaju dimenziju zajedničkog povjerenja (Bauer 2007: 30).

U radu se osvrćemo i na dokumente Katoličke crkve o medijima, kao i na način na koji vjerske zajednice komuniciraju s javnošću putem vlastitih mrežnih stranica. Pri tome smo svjesne da je vidljivost vjerskih zajednica u nevjerskim medijima također važna i za same vjerske zajednice jer i vjernici većinom o djelovanju i stavovima svojih vjerskih zajednica saznaju ponajprije iz svjetovnih medija koji su čitaniji i dostupniji od vjerskih glasila (Peran 2012: 150–151). Temeljem navedenog, vjerujemo kako će ovaj rad biti koristan za razumijevanje specifičnosti i nedostatka izvještavanja o vjerskim temama u medijima, kao i svima koji se bave odnosima Crkve, vjerskih zajednica i medija.

Vjerske zajednice i mediji

U vjerskim krugovima često se postavlja pitanje: tko u svjetovnim medijima govori o vjerskim zajednicama i u njihovo ime (Mahony 1999: 42)? Izvještavanje o vjerskim temama, specifično je jer traži od novinara i novinarki, razumijevanje vjerske tematike i terminologije, kao i otvorenost i poštovanje prema vjerskim zajednicama i njihovim uvjerenjima (Malović 2005: 292; Valković 2013: 186). Na tragu takvih razmišljanja bili su i zaključci znanstvenoga simpozija *Vjerska tematika u hrvatskome medijskom prostoru*⁶⁴. Predstavnici vjerskih zajednica (Katoličke

⁶⁴ Održan je 4. svibnja 2017., u organizaciji Odjela za komunikologiju na Hrvatskome katoličkom sveučilištu u Zagrebu.

crkve, Srpske pravoslavne crkve, Islamske zajednice, Židovske zajednice Bet Israel te Baptističke crkve), istaknuli su kako je prema njihovom mišljenju i iskustvu, medijsko izvješćavanje generalno izgubilo na kvaliteti i analitičnosti, a prednost (p)ostaje brzina i senzacionalistički sadržaj. Upozorili su i na getoizaciju vjerskih tema u specijaliziranim emisijama i priložima te problem širenja stereotipa o vjerskim zajednicama, posebno o islamskoj zajednici u svjetlu događanja oko tzv. *Islamske države*. Učestali je problem nerazumijevanja između medija i vjerske zajednice taj, kako je na simpoziju upozorio đakon SPC, dr. sc. Dragan Radić, „što mediji od vjerskih službenika većinom traže odgovore na pitanja koja vjerska zajednica nije pozvana davati“. Traže se komentari na političke, povijesne, gospodarske probleme i događaje, a misija Crkve je govoriti o Evanđelju. Novinari koji se obraćaju SPC često ne poznaju tu zajednicu, pa sve informacije na kraju svedu na obrede, tradiciju i običaje (IKA-vijesti 19/2017: 7–8).

Govoreći o odnosu većinske Katoličke crkve i medija, treba istaknuti da su za Crkvu mediji „čudesna sredstva i darovi Božji koji se mogu koristiti za dobro i za zlo“ (Papinsko vijeće za sredstva društvene komunikacije 2000: 18). Najvažniji je cilj medija, jednako tako, „djelovanje prema rastu zajedništva i napretka ljudskoga društva“ (Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćavanja 2002: 2). Ulogu vjerskih medija, crkveni dokumenti vide u prevladavanju predrasuda i gospodarskih, političkih i kulturnih podjela među ljudima i narodima (Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćavanja 2002: 2). Katolička crkva, kako to ističu njezini poglavari, također želi poduprijeti medijski rad svih onih, koji su zauzeti za dobro čovjeka i čovječanstva i miroljubiv razvoj društva (Benedikt XVI. 2011: 18). Upravo su mediji ti, koji bi, iz svoje društvene odgovornosti, kako stoji u dokumentima Katoličke crkve o medijima (Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćavanja 2002: 8–10), trebali njegovati kulturu dijaloga i kulturu susreta (Benedikt XVI. 2009).

U protekloj godini i početkom 2017., rad vjerskih zajednica na području prihvaćanja i susreta drugačijih, osobito je bio izražen na području prihvata i zbrinjavanja izbjeglica i azilanata te u radu na zaštiti siromašnih i obespravljenih članova društva. Tako se pri humanitarnom djelovanju u tzv. *Migrantskoj krizi*, koja je zahvatila jugoistočnu Europu, posebno istaknulo djelovanje Caritas, Isusovačke službe za izbjeglice (JRS) – koja je za taj rad dobila i posebno priznanje Europskoga parlamenta, zatim, Baptističke službe za izbjeglice te Islamske zajednice u Hrvatskoj (Hrvatski Caritas 2017). Zato smo i dio našega empirijskog istraživanja posvetile pitanju, koliko se takvo djelovanje vjerskih zajednica očitovalo u medijskim objavama hrvatskih dnevnih novina.

O važnosti medijske vidljivosti izbjeglica i patnje koju proživljavaju brojni doseljenici koji iz političkih, gospodarskih, vjerskih i drugih razloga dolaze na europski kontinent, promišljao je i papa Franjo u poruci u povodu pokretanja internetskog portala *Infomigrants.net*. Taj je portal – čiji je cilj, poticanje dijaloga i susret među različitim kulturama i promicanje suživota i mira među ljudima – pokrenula talijanska novinska agencija ANSA u suradnji s medijskim kućama *France Media Monde* i *Deutsche Welle*. Papa Franjo je istaknuo kako je portal „skrojen“ u korist integracije doseljenika, a duhu ljudskih i (kršćanskih) vrijednosti koje su nadasve utkane i u temelje europske civilizacije (Franjo 2017). O odnosu koji bi kršćanski vjernici trebali imati prema izbjeglicama i seliocima, poglavari Katoličke crkve je pisao i u poruci za Svjetskoga dan selilaca i izbjeglica (14. 1. 2018), a osobito u svojim propovijedima potiče ideju da migrante i izbjeglice treba primiti, zaštititi, promicati njihovo ljudsko dostojanstvo i uvelike ih integrirati u društvo. Kada se govori o integraciji, tada to, prema papi Franji ne predstavlja asimilaciju koja vodi do nestanka

ili zaborava vlastitoga kulturnoga identiteta, već je riječ o kulturi susreta među različitim (Franjo 2017a). Društveno odgovorni mediji morali bi, prema Papinu mišljenju, biti glas svih članova društva i omogućiti pravovremeni pristup informacija svima koji o njima djelomično ovise. S time u vezi je i važno spomenuti pokretanje programa *SAT 7 Academy*, čije je emitiranje započelo, 1. rujna 2017. godine i čiji će sadržaj biti namijenjen ponajprije djeci izbjeglicama, koji su zbog rata morali napustiti svoje domove, vrtiće i škole. Program ima edukacijsku i socijalizacijsku ulogu (Signis, 2017).

Empirijsko istraživanje

Opći cilj našega istraživanja bio je istražiti koliko su vjerski sadržaji prisutni u objavama mrežnih izdanja najčitanijih hrvatskih dnevnih novina. Koristeći se metodom kvantitativne analize sadržaja, čija je, među ostalim, namjena opisivanje obilježja komunikacije, zaključivanje o događajima koji su joj prethodili kao i o njezinim učincima (Vujević 2006: 153-160), pritom odgovarajući na tri ključna pitanja: što komunikacija donosi, kako to čini i kome se obraća (Holsti 1968: 599 prema Milas 2009: 503-504). Iz tog smo razloga, analizirale objave na internetskim portalima: *24sata*, *Večernjeg lista* i *Jutarnjeg lista*, u razdoblju od 8. do 17. travnja 2017. godine. To smo razdoblje odabrale jer je riječ o tjednu u kojemu se slavio Uskrs prema gregorijanskom i julijanskom kalendaru te židovska Pasha. Stoga smo pretpostavile kako će i interes medija i publike u državi, u kojoj se gotovo 94 % građana izjašnjava vjernicima, biti pojačan prema temama iz vjerskoga života. Jedinica analize bila je medijska objava, a objave smo analizirale s obzirom na teme, vrste, izvore informacija i autorstvo tekstova.

Polazna je hipoteza bila da su vjerske zajednice u objavama svjetovnih medija često marginalizirane i djelomično obilježene političkim konotacijama. Temeljem toga postavile smo četiri istraživačka pitanja:

Koliko su vjerske zajednice i njihovo djelovanje bili vidljivi u hrvatskim medijima?

Tko je govorio u ime vjerskih zajednica u medijskim objavama na mrežnim stranicama hrvatskih dnevnih novina?

Koliko je prostora u medijima dobilo zauzimanje vjerskih zajednica za siromašne, obespravljene i izbjeglice?

Koliko su se čitale i komentirale objave u vezi s vjerskim životom i radi li se o uvredljivim komentarima spram vjernika i drugih kultura?

Rezultati istraživanja

Analiza objava s internetskog portala *24sata.hr*

Dnevne novine *24 sata*, čiji je izdavač 24sata d.o.o. za nakladničku djelatnost imaju *online* izdanje na e-adresi www.24sata.hr. Među različitim rubrikama koje taj internetski portal ima (Vijesti, Sport, Crna kronika, Lifestyle, Kultura, Kućni ljubimci...) nema posebne rubrike namijenjene religijskim temama. U razdoblju našega istraživanja na portalu dnevnika *24sata* bile su

44 objave koje su na izravan ili neizravan način spominjale Katoličku crkvu, vjerske zajednice i vjernike općenito te vjerske blagdane. Tema šest objava bila je Crkva. Od toga su tri vijesti bile o napadima islamskih ekstremista na crkve (Njemačka, Egipat), zatim kolumna o gospodarskom stanju u državi u kojoj se poziva kardinal Josip Bozanić da se ne izjašnjava o tome pitanju, vijest iz svijeta o „*opsjednuću*“ žene kao razlogu rastave te povezanosti crkvenih simbola i igara na sreću.

Uskrs je bio tema u 35 objava. Jedna je objava bila u rubrici Crna kronika (pretukli pastira i odnijeli janjce za uskrсне pečenke), četiri u rubrici Sport (uskrсни turniri i pripreme igrača), 15 u rubrici *Lifestyle* – uskrсни običaji i recepti, tri objave u rubrici Vremenska prognoza o vremenu za uskrсне blagdane, osam u rubrici Politika (sлом Agrokora i rješenje nakon uskrсnih blagdana), jedna u rubrici Putovanja (turističke odrednice za Uskrs). O vjerskome značenju Uskrса bile su svega tri objave u analiziranom razdoblju: video s Isusova groba u Jeruzalemu, tumačenje značenja Cvjetne nedjelje te uskrсна čestitka kardinala Bozanića. O humanitarnom djelovanju Crkve objavljen je svega jedan članak, naslovljen: „Caritas nosi hranu radnicima Borova, upitna je isplata plaća“. Jedan je tekst bio o istraživanju o muškarcima i kućanskim poslovima u Hrvatskoj, Srbiji i Bosni i Hercegovini te se između ostaloga ističe da vjernici nisu tradicionalniji od drugih u obavljanju kućanskih poslova, koristeći stereotipno određenje i etiketiranje vjernika kao posebne skupine u društvu.

O pripadnicima muslimanske vjeroispovijesti u analiziranom razdoblju ukupno su četiri teksta i to u kontekstu zločina i napada koje su počinili pripadnici tzv. *Islamske države*. Premda su u tome tjednu, vjernici Srpske pravoslavne crkve i ostali pravoslavni vjernici u Hrvatskoj slavili Uskrs, njih se, kao ni židovsku Pashu, ne spominje niti u jednoj medijskoj objavi. Zanimljivo je istaknuti da se pridjev „katolički“ koristi čak i u vijesti o sportu kada se označava pravedan postupak jednog igrača prema drugome.⁶⁵

Objave su prema vrsti bile gotovo samo vijesti te samo jedan komentar kolumnista a imale su pripadajuće podnaslove i ilustracije. Autori objava većinom su potpisani novinari koji se pozivaju na drugi izvor. Predstavnici vjerskih zajednica, kao izvori informacija - u slučaju *24sata.hr* bili su isključivo predstavnici Katoličke Crkve i to u svega tri objave – o incidentu u crkvi u Njemačkoj, bombaškom napadu u Egiptu te o čestitki kardinala Bozanića za Uskrs.

Od navedenih objava najviše se čitao tekst s naslovom: „Odjeknula i druga eksplozija u crkvi u Egiptu: Mrtva 31 osoba“, koji je imao 19.446 pregleda te 233 komentara čitatelja. Objava s Isusova groba pregledana je 12.873 puta uz popratna 162 komentara čitatelja. Uskrсна čestitka zagrebačkog nadbiskupa imala je 2.481 pregled i 320 komentara (od toga svega četiri pozitivna prema Crkvi i vjeri općenito). Komentari uz tekstove su većinom huškački, neprijateljski prema drugoj strani, usmjereni *ad hominem* te često nisu povezani s tematikom teksta.

Neki od karakterističnih komentara su: „Trebalo protjerati muslimane“, „Nema miroljubivog islama“, „Papa diži templare“, „Vjera širi mržnju“, „Papa poziva džihadiste u Europu“, „Bez crkve i religija ne bi bilo ratova“, „Vjerski talibani“. Od pozitivnih komentara izdvajamo „Poštujem sve vjere i tradicije“, „Mir i dobro ljudima dobre volje“, „Sretan Uskrs svima koji slave“.

⁶⁵ „Mandžo se prema Messiju ponio katolički, dao mu je ruku“. (13..8..2017). URL: <<https://www.24sata.hr/sport/ciro-mandzo-se-prema-messiju-ponio-katolicki-dao-mu-je-ruku-520101>>

Zanimljivo je pritom istaknuti da je objava o istraživanju o muško-ženskim poslovima u Hrvatskoj, Srbiji i Bosni i Hercegovini, u kojoj se ističe da unatoč javnoj predodžbi vjernici nisu rodno tradicionalniji, imala 172 komentara od kojih su komentari iz sve tri zemlje - gotovo svi, uz nekoliko psovačkih, bili pozitivni.

Analiza objava s internetskog portala Večernjeg lista

U razdoblju istraživanja u *Večernjem listu*, čiji je izdavač Večernji list d.o.o., a internetsko izdanje je dostupno na stranici www.vecernji.hr, bilo je 88 medijskih objava koje su se ticale Crkve i vjerskih zajednica. Teme su bile: Uskrs i uskrсни blagdani (45 objava te tematike bilo je vezano uz recepte, turističke destinacije i sportska događanja), papa Franjo i papa u miru Benedikt XVI., Crkva i mediji, mladi, liturgija, religioznost općenito, međureligijski dijalog. Muslimani i islam bili su tema u 11 objava i to devet u vezi s djelovanjem tzv. *Islamske države* (Kopti na udaru muslimana, Pokolj kršćana u Egiptu, Mogući teroristički napadi na Kosovo, U kršćanskim kvartovima Sirije), a dvije u vezi s međureligijskim dijalogom u Hrvatskoj i u Bosni i Hercegovini te je u njima dana riječ i muslimanskim poglavarima.

Srpska pravoslavna crkva i Uskrs prema julijanskom kalendaru bili su tema u tri objave – u vijesti o uskršnjoj poslanici srpskoga patrijarha i uskršnjoj čestitki srpskih političara, čestitki kardinala Bozanića pravoslavnim vjernicima te u reportaži o suživotu katolika, pravoslavnih i muslimana u srednjoj Bosni.

Objavljena su i tri intervjua – parafrizirani intervjui s predsjednikom Hrvatske biskupske konferencije, nadbiskupom Želimirom Puljićem, franjevcem koji izvodi duhovnu glazbu i „ekskluzivni intervjui“ s redovnicom Teresom Forcades, velikom kritičarkom crkvenoga vodstva i pojedinih dijelova crkvenoga nauka, posebno s područja spolnosti. Zanimljivo je istaknuti kako je taj intervjui pogledan 3 555 puta, a da nitko od čitatelja nije komentirao njegov sadržaj. Što se tiče komentara uz objave na mrežnim stranicama *Večernjeg lista*, može se istaknuti da ih znatno manje nego uz objave na *24sata.hr*. Uz devet objava o vjerskim temama nema niti jednog komentara, a samo 14 objava imalo je više od deset komentara. Najviše komentara imale su objave: kolumna Darka Pavičića o Torinskome platnu (121 komentar – većina ne vjeruje u svetost platna. Komentari koji vrijeđaju: Židov koji je eksplozijom otišao u nebo?!, Bogomoljci su i dalje zatucani!), kršćanima u Siriji (66 komentara – uglavnom o političkome stanju u Siriji i protiv muslimana) te kolumna Branimira Pofuka „Nalažem vam ove riječi, urežite ih u svoje srce, ponavljajte ih svojoj djeci: Zar je to čovjek?“ o desničarskom skupu u Splitu i osvrtu na čestitku kardinala Bozanića (32 komentara većinom protiv pisca *ad hominem*).

Najčitanije objave bile su one o vazmenom trodnevju s video isječkom (autor HINA⁶⁶) s 46 343 pregleda i 28 komentara (od pobožnih do protupapinskih, protucrkvjenih i protumuslimanskih) te o kršćanima u Siriji s 14.333 prikaza i 66 popratnih komentara čitatelja. Čestitku kardinala Bozanića pročitao je 1.073 čitatelja, a čestitku patrijarha SPC dvostruko manje čitatelja (409 uz 8 komentara koju su pretvoreni u raspravu s osobitim pitanjem treba li objavljivati takve sadržaje). I u *Večernjem listu*, koji ima novinare koji prate vjerska zbivanja, objavljeno je u razdoblju našega istraživanja najviše vijesti (temeljne forme novinarskoga izvještavanja) te osam kolumni koji-

⁶⁶ Hrvatska izvještajna novinska agencija

ma su autori stalni kolumnisti Darko Pavičić, Silvije Tomašević i Branimir Pofuk. Ni u *Večernjem listu* nismo nije bilo objava vezanih za proslavu židovskoga blagdana.

Analiza objava s portala Jutarnjeg lista

Na internetskom portalu *Jutarnjeg lista*, čiji je nakladnik Hanza media d.o.o., *jutarnji.hr*, objavljeno je u analiziranom razdoblju 14 objava vjerske tematike od kojih su tri intervjua. Radi se o intervjuima sa splitsko-makarskim nadbiskupom Marinom Barišićem (koji je preuzet iz dnevnih izdanja novina *Slobodna Dalmacija*), razgovor s voditeljem kuće za duhovne obnove Tabor fra Ivanom Matićem te redovnicom Teresom Forcades. Teme ostalih objava su religija i umjetnost, izjave političara i čestitke vjerskih poglavara za Uskrs, papa Franjo i papa u miru Benedikt XVI. Također su objavljene i dvije reportaže iz Srednje Bosne iz svetišta Gospe Olovske i iz Novog Travnika, kojima je tema suživot katolika, pravoslavnih i muslimana i objavljene su izjave vjerskih službenika triju vjerskih zajednica. Uočljivo je da autorstvo dviju reportaža iz Srednje Bosne koje su objavljene na mrežnim stranicama *Večernjeg lista* i *Jutarnjeg lista* – potpisuje hrvatska novinska agencija HINA, što ukazuje na tendenciju preuzimanja gotovog sadržaja bez angažmana vlastitih medijskih djelatnika.

Islam je bila tema u samo jednoj objavi i to o djelovanju tzv. *Islamske države*, čiji je tekst komentiran dva puta. Objavljene su i dvije kolumne dugogodišnjega vatikanskog izvijestitelja, Inoslava Beškera, koji, zanimljivo je istaknuti u svojim napisima koristi dalmatinsku inačicu imena Franjo pa Papu naziva Franom. Čitatelji *Jutarnjeg lista* u puno su manjem broju slučajeva komentirali objave koje su imale vjerske konotacije. Beškerove kolumne su bez komentara, 38 komentara je ostavljeno ispod objave – prenosi se vijest *Informativne katoličke agencije* - o uskrсноj misi kardinala Bozanića. Komentari su većinom negativni te se spominje sprega Crkve i politike, Crkve i gospodarstva, Agrokor itd. Prostački i huškački su i komentari uz kardinalovu čestitku predsjednici Kolindi Grabar-Kitarović, a vrijeđaju po vjerskoj i spolnoj osnovi. Sve objave imaju i ilustraciju, a prema vrsti se radi većinom o vijestima kojima su autori – a citira se i novinska agencija Hina, Tiskovni ured Zagrebačke nadbiskupije i Informativna katolička agencija, redakcijski novinari *Jutarnjega lista*. Ni u objavama portala *Jutarnjeg lista* nije bilo spomena pravoslavnih vjernika i Crkve uz proslavu Uskrsa, kao niti spomena židovske proslave Pashe.

Medijsko „zauzimanje“ za azilante, izbjeglice i siromašne članove društva

Na portalu *24sata.hr* objavljena je svega jedna objava o karitativnom djelovanju Crkve i to „Caritas nosi hranu radnicima Borova, upitna je isplata plaća“. Vijest je o političkom i gospodarskom stanju, a Caritas se spominju usput. Pregledana je 1.348 puta i ostavljeno je 23 komentara o političkom i gospodarskom stanju u zemlji. O pomoći koje su vjerske zajednice davale izbjeglicama i tražiteljima azila te siromašnim obiteljima u razdoblju našega istraživanja nema objava. Medijski djelatnici portala *24sata* su o toj temi izvijestili u samo dva članka i to početkom siječnja 2017, kada se policija bila osvrtała na prigovor Isusovačke službe za izbjeglice (JRS) o nehumanom postupku s azilantima. Te su vijesti pregledane 684 puta i ostavljeno je 15 komentara, koji su većinom negativni i huškački prema izbjeglicama – „A tko štiti naša prava“, „Treba protjerati

džihadiste“ i sl., ali i ironični: „Tko traži azil u ovoj nedodjiji?“ Na portalu *Večernjeg lista* također su dva članka koji se osvrću na djelovanje vjerskih zajednica za izbjeglice i azilante i to iz siječnja 2017. U prvome je i izjava voditelja JRS-a, a drugi je reakcija policije na njegovu izjavu. U istraživanom razdoblju 12 je objava u kojima se spominje Caritas, no sve su političke konotacije bez vjerskog značenja. Tipičan je naslov „Država nije Caritas“, a tema je svih objava slučaj Agrokor-a. Internetski sadržaj *Jutarnjeg lista* u siječnju 2017. godine, donio je reportažu o životu azilanta i izbjeglica u Hrvatskoj te u razdoblju našega istraživanja vijest o Caritasu koji pomaže djelatnicima vukovarske tvornice obućom.

Rasprava

U istraživanju smo analizirale 146 objava na portalima dnevnih novina *24sata.hr*, *vecernji.hr* i *jutarnji.hr*. Najviše objava, njih 88, bilo je objavljeno u *Večernjemu listu* i obuhvaćale su vijesti, prikaze, intervjuje, komentare i reportaže. Autorstvo objava potpisuju većinom redakcijski novinari, a *Večernji list* ima i trojicu kolumnista koji su redovito pratili vjerska zbivanja – dvojicu iz Zagreba i jednoga iz Rima. U usporedbi s objavama u *online* izdanju *24sata*, kojih je bilo dvostruko manje 44, *Večernji list* daje više „glasa“ samim predstavnicima vjerskih zajednica i to ne samo većinske Katoličke crkve, nego i poglavarima i vjernicima Srpske pravoslavne crkve i muslimanima. Najmanje objava o vjerskim zajednicama i njihovu djelovanju u tjednu ispunjenom vjerskim blagdanima bilo je u *Jutarnjem listu* – tek 14. No, kroz te objave, više nego u druga dva lista, progovaraju sami predstavnici većinske Crkve i to kroz intervjuje, izjave u reportažama i čestitke koje su uputili. U tome listu, kao i u *24sata*, potpuno su su bez glasa ostali predstavnici pravoslavnih i židovskih vjernika za blagdane, dok se glas muslimanskih i pravoslavnih poglavara čuje u reportažama, ali iz Bosne i Hercegovine.

Odabirući uzorak i vremenski period analize objavljenog sadržaja, pretpostavile smo kako će interes medijskih djelatnika pa posljedično i publike biti u vrijeme vjerskih blagdana intenzivniji spram vjerskih tema, no premda su rezultati pokazali suprotno s obzirom na medijski interes, komentatorski nije izostao. Analizirajući „glas čitatelja“ – komentare, uočile smo da se koristi uvredljivi govor prema pripadnicima vjerskih zajednica i marginaliziranim skupinama (azilantima, izbjeglicama), huškački jezik, govor mržnje prema pripadnicima druge vjere i kulture i da medijska agenda nije pratila javnu. Tu je važno podsjetiti da internetska komunikacija otvara niz pitanja od etičnosti do društvene izolacije, od sloma društvene komunikacije do više razine integracije, a pritom, prema Peteru Dahlegrenu „stvara i beskonačni svemirski prostor u kojem korisnici ne prestano generiraju nove prostore“ (2014: 36). Konvergencija medija i posljedično sadržaja, oblikuje i konvergentnu te sudioničku kulturu u kojoj se u isto vrijeme mogu „nadmetati“ medijski djelatnici i korisnici - komentatori sadržaja (Jenkins 2009: 15–16) te se također unutar interesa pojedinačne platforme „susreću, osporavaju i sukobljavaju korisnički i novinarski sadržaji, diskursi, novinarska praksa, viđenje stvarnosti i (etike) javnog komuniciranja“ (Kleut 2014: 343).

S time u vezi, naši empirijski nalazi potvrđuju, kao što je slučaj i u drugim istraživanjima (Kleut 2014: 344), da u komentarima čitatelja postoji u manjoj mjeri tematska podudarnost uz sklonost prenošenja vlastitih iskustava, odnosno najčešće je bilo prisutno ostvarivanje ekspresivne funkcije, zatim slijedi rasprava o naravi sadržaja i naposljetku, komentiranje komentara drugih komentatora, odnosno, okidač za otvaranje druge teme u raspravi. Komentari uz *online* medijske

objave jedinog hrvatskog tabloida *24sata* su u većem broj slučajeva bili huškački, neprijateljski prema drugoj strani, usmjereni *ad hominem* te često nisu povezani s tematikom teksta. Zanimljivo je stoga primijetiti, kako je najmanji broj medijskih objava u analizom obuhvaćenom razdoblju imao portal *Jutarnjeg lista*, no istovremeno prednjače po broju komentatorskih objava, čije su čitalačke interakcije isključivo bile negativne, huškačke i prostačke. Premda je s jedne strane naša analiza pokazala kako medijska agenda nije pratila javnu agendu, s druge strane, prisutnost drugih mehanizama može bitno je utjecala na izričaj čitatelja-komentatora poput osobnog iskustva i/ili nepovjerenja u vjerske zajednice. Pri tome se možemo pitati, s obzirom da se većina stanovnika Hrvatske izjašnjava vjernicima, zašto se vjernici u većem broju ne javljaju komentarama uz objave o vjerskim temama? Mišljenja smo kako je riječ o tzv. *spiralji šutnje* (Noelle-Neumann 1977: 169) kada većina, u ovom slučaju publika informativnih dnevnih internetskih portala – vjernici različitih vjerskih zajednica, izbjegavaju značajnije sudjelovati u raspravi uz objavljene tekstove jer se boje da ne bude ismijani i izvrijeđani od glasne manjine, koja koristeći u komentarima čitatelja huškački govor vjernike – kako smo pokazali – naziva „zatućanima“, „talibanima“, „bogomoljci-ma“, „širiteljima mržnje“ i sl., te raspravu svodi od tematske na osobnu razinu.

Zaključak

Rezultati provedenog istraživanja, potvrdili su našu početnu hipotezu da su vjerske zajednice u objavama analiziranih dnevnih novinara marginalizirane (posebno manjinske vjerske zajednice) i da se njihovo djelovanje stavlja u političke konotacije, a vjerski se termini pogrešno koriste, kako bi se označila neka društvena ili ekonomska zbilja. Većina objava o vjeri i blagdanima, predstavlja se iz vida folkloru i običajima. Odgovarajući na pitanje, tko govori u ime vjerskih zajednica, zaključujemo da su vjerski predstavnici katoličke i pravoslavne Crkve dobili na „virtualnim ekstenzijama“ triju hrvatskih dnevnih novina, glas kroz blagdanske čestitke i intervjue, osobito islamski predstavnici kroz govor o suživotu, dok židovski predstavnici nisu citirani niti u jednoj medijskoj objavi. U komentarima čitatelja koje prate te objave očituje se nesnošljivost prema vjernicima i pripadnicima drugih naroda. Objave iz analiziranog uzorka, također ukazuju na površan pristup s jedne strane prema karitativnom djelovanju vjerskih zajednica koje je značajno i društveno prisutno, a medijski se prešućuje, a s druge strane i prema pripadnicima manjinskih i marginaliziranim skupina u društvu. Bez spomena ostaje – u razdoblju aktualnosti vjerskih tema – djelovanje vjerskih zajednica na području školstva, kulture i znanosti.

Kada je riječ o vidljivosti vjerskih zajednica kroz vlastite mrežne stranice tada utvrđujemo kako i Katolička crkva (kao Hrvatska biskupska konferencija, biskupije, redovničke zajednice), Srpska pravoslavna crkva, Islamska zajednica i Židovska zajednica Bet Israel imaju vlastite mrežne stranice na kojima se bilježe aktivnosti tih zajednica i putem kojih komuniciraju sa zainteresiranom javnošću. Većinska Katolička crkva ima i razgranatu mrežu vlastitih glasila. Katolička crkva i SPC koriste i društvene mreže, a kao prinos vidljivosti i razumijevanju postavki pravoslavne vjere pokrenut je blog – *Upoznaj pravoslavlje* (<http://orthodoxhr.blogspot.hr>) i istoimena Facebook stranica. Unatoč svemu tomu, smatramo da vjerske zajednice trebaju snažnije djelovati na medijskome području, jer je njihovo djelovanje u svjetovnim medijima – kako smo istraživanjem pokazale – često neprepoznato i stoga (medijski) nevidljivo. Posebno je pri tome važno obrazovanje teologa i crkvenih ljudi o medijima i za suradnju s medijima, kao i obrazovanje novinara

ra o vjerskoj tematici. Na tome području trebalo bi ostvariti suradnju vjerskih zajednica, ali i bogoslovnih fakulteta, sa studijima novinarstva i komunikologije te novinarskim strukovnim društvima. Tako bi se ostvario i naputak iz crkvenih dokumenata o medijima koji ističu da bi upravo vjerske zajednice trebale prednjačiti u odgoju za kvalitetno korištenje medija i u osnaživanju medijskih djelatnika za njegovanje kulture susreta i dijaloga u društvu.

Literatura

- Bauer, T. (2007). „Vjerodostojnost medija – društveni kapital medijskog društva“, u: *Vjerodostojnost novina*, ur. S. Malović (Zagreb: Sveučilišna knjižara, ICEJ i OSCE): 21–39.
- Benedikt XVI. (2009). „Nove tehnologije, novi odnosi. Promicati kulturu poštivanja, dijaloga i prijateljstva – Poruka za 43. svjetski dan sredstava društvene komunikacije.“ Datum objave: 7. 8. 2017, URL: <<http://www.ika.hr/index.php?prikaz=vijest&ID=110467>>.
- Benedikt XVI. (2011). „Govor predstavnicima generalne skupštine Europske unije za radiodifuziju (EBU)“. IKA-vijesti, 18, p. 21.
- Bulović, I. (2004). „Srpska pravoslavna crkva, mediji i demokratija“, u: *Crkva, verske zajednice, mediji i demokratija*, ur. D. Đorđević (Novi sad: Medijske reference):169–177.
- Croatia-Gemius (2017). „Posjećenost hrvatskih mrežnih stranica.“ Datum posjeta stranici: 20. 8. 2017, URL: <<https://rating.gemius.com/hr/tree/domains>>.
- Čuvalo, A. (2010). Osobine medijskih publika i povjerenje u medije. Medijske studije, 1–2, 40–54.
- Dahlgren, P. (2014). *The Political Web: Media, Participation and Alternative Democracy*. Basingstoke: Palgrave MacMillian.
- Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. (2013). *Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011. – Stanovništvo prema državljanstvu, narodnosti, vjeri i materinjem jeziku*. Zagreb: DZS RH.
- Franjo. (2017). Poruka povodom otvaranja novoga portala informativne agencije ANSA-e. Pristupljeno 4. 8. 2017, URL: http://hr.radiovaticana.va/news/2017/07/04/papina_poruka_povodom_otvaranja_novoga_portala_ansa-e/1323170.
- Franjo (2017a). Poruka pape Franje za Svjetski dan selilaca i izbjeglica. Pristupljeno 26. 8. 2017, URL: <<http://www.ika.hr/index.php?prikaz=vijest&ID=192640>>.
- Holsti, Ole R. (1968). *Content Analysis for the Social Science and Humanities*. Adisson-Wesley: Reading, MA
- Hrvatski Caritas. (2017). *Izbjeglička kriza u Republici Hrvatskoj*. Zagreb: Hrvatski Caritas.
- Ipsos. (2016) *Medijske navike u Republici Hrvatskoj*. Zagreb: Ipsos.
- Ivan XXIII. (1991). *Mater et Magistra*. Enciklika o suvremenom razvoju socijalnog pitanja

- koji valjda uskladiti s kršćanskim načelima (15. V. 1961), u: *Socijalni dokumenti Crkve. Sto godina na katoličkoga socijalnoga nauka*, ur. M. Valković (Zagreb: Kršćanska sadašnjost): 26.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York & London: NY University Press.
- Kleut, J. (2014). „Komentari korisnika na informativnim veb-sajtovima: pregled pristupa“, u: *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 4*, ur. D. Valić Nedjeljković i D. Pralica (Novi Sad: Filozofski fakultet): 343–353.
- Mahony, R. (1999). Wer spricht fuer die Kirche? *Communicatio Socialis*, 32, 42–47.
- Malović, S. (2005). *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing--Tehnička knjiga.
- Milas, G. (2009). *Istraživačke metode u psihologiji i drugim istraživačkim znanostima*. Zagreb: Naklada Slap.
- Noelle-Neumann, E. (1977). *Öffentlichkeit als Bedrohung: Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung*, Freiburg – München: Karl Alber.
- Papinsko vijeće za sredstva društvene komunikacije. (2000). *Etika u obavijesnim sredstvima*. Zagreb: IKA-Zagreb.
- Papinsko vijeće za sredstva društvenog priopćavanja. (2002). *Communio et progressio*. Pastoralni nputak izrađen nalogom II. vatikanskog sabora radi primjene Dekreta o sredstvima društvenog priopćavanja istoga Sabora. Zagreb: Kršćanska sadašnjost.
- Peran, S. (2012). *Slika obitelji u hrvatskim medijima – Katolički nauk o obitelji i mediji*, (doktorski rad). Zagreb: Hrvatski studiji.
- SAT-7 (2017). „To launch educational channel for refugees.“ Datum posjeta stranici: 22. 8. 2017, URL: <<http://www.signis.net/news/media/22-08-2017/sat-7-to-launch-educational-channel-for-refugees>>.
- Valić Nedeljković, D. (2007). *O novinarstvu i novinarima*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Valković, J. (2013). *Crkva i svijet medija*. Zagreb: Glas Koncila.
- Vjerska tematika u hrvatskome medijskom prostoru. (10. 5. 2017). IKA-vijesti. p.7–8.
- Vujević, M. (2006). *Uvođenje u znanstveni rad u području društvenih znanosti*. Zagreb: Školska knjiga.

THE VISIBILITY OF RELIGIOUS COMMUNITIES AND THEIR COMMITMENT TO THE MARGINALIZED GROUPS IN SOCIETY ON THE WEBSITES OF CROATIAN DAILY NEWSPAPERS

SUMMARY

In this paper we investigate the degree of visibility of religious communities and their activities in the Croatian media and who speaks on their behalf in media reports published on the websites of Croatian daily newspapers. We are interested in who reads the reports published on religious communities, i.e., how many and how readers of the portals analyzed comment on these contents. Using quantitative content analysis, we have analyzed the publications on the Internet portals of the three most widely read Croatian national daily newspapers: *Jutarnji list*, *Večernji list* and *24sata*, with respect to topics, types, sources of information and authorship. Starting from the assumption that in secular publications the religious communities are often marginalized and somewhat characterized by political connotations, in this empirical study we are particularly interested in how much space is afforded in the media analyzed to the undertakings by religious communities on behalf of the marginalized groups in the society, especially the poor, economic migrants, asylum seekers and refugees. We are also investigating whether and in what way readers' comments on these reports represent offensive discourse in connection with other, unknown people and cultures, and place the results in the context of the social responsibility of the media. Furthermore, we also examine the religious websites in Croatia (Catholic Church, Serbian Orthodox Church, Islamic community and Jewish community) as well as the activities of the religious communities in regard to the media education of its members through religious schools and faculties, i.e., courses and discussions.

Key words: religious communities, websites, Croatian daily newspapers, migrants, readers' comments, media responsibility

Jelena Petrović
Faculty of political sciences
University of Belgrade
Belgrade, Serbia

UDC 070: 621.395.721.5(497)

THE USE OF SMARTPHONES FOR NEWS REPORTING IN PUBLIC BROADCASTING SERVICES IN THE BALKANS

SUMMARY

Mobile journalism or MoJo has been one of the most significant concepts in journalism in the past ten years. The appearance of smart phones has opened new possibilities for news reporting. The use of this type of modern technology has become increasingly popular all around the world. The public broadcasting services haven't been immune to these technological transformations either. New generation cellphones are becoming the main instrument in gathering and publishing new information. The main goal of this paper is to identify both the upsides and the downsides of using smartphones in news reporting in public broadcasting services in the Balkans. The results indicate that certain services in some of the countries in the Balkans have widely adopted new work patterns and have been actively following up with the technological developments. However, there are public broadcasting services in this region which have still not accepted the latest technology.

Keywords: Journalism, Smartphones, Public broadcasting services, Reporting

Introduction and Theoretical Framework

The development of technology implies bigger and faster changes in the modern world. Mobile phone is one of the inventions which has a great impact on those changes, as its primary role is to contribute to what Harvey refers to as *time – space compression* or, as Rodrig denotes it, *time – space collapse*. “These changed conditions were felt not only by the telecommunications industry, but also by many other industries, such as music, advertising, retail and media industry”. (Westlund, 2015:152) The appearance of the internet, which is a necessary prerequisite for the evolution of smart phones, has additionally contributed to the complexity of the media market. Giovanni Gozzini marks the appearance of the internet as the fourth wave of journalism, which he also refers to as the generation of global journalism and world communication.

‘The network has become a universal publishing medium threatening to swallow newspaper, publishing houses, radio and TV stations, production houses, cartoonists, software distributors and literally every other information source’. (Gleick, 1999:74) The struggle to survive and work under changed circumstances hasn't bypassed the public broadcasting services, in which their role is all the more complex if we take into consideration that it only takes a day for an average modern day person to learn the same amount of information that a medieval man took a lifetime. On

the one hand, professional communicators of public broadcasting services are facing an inevitable challenge: to be the first to have and publish a verified information, but also to adopt the tools for enabling it. On the other hand, the demand is clear: satisfy the needs and requests of the newly acquired audience, which Marc Prensky refers to as *digital natives*. Prensky came up with this term with the intention of describing new generations of young people who are fundamentally different from previous generations, especially in their way of thinking and processing information. Formulating the concept '18 – 34', Martin also indicates the same type of audience which was born in the same decade as the world wide web, which 'lives and breathes for the multimedia' and which assumes that 'the contents can easily be transformed from one medium or platform into another' (Martin, 2009:202). When it comes to television, the data acquired by Reuters Digital News Report for 2016 indicate certain changes – for each group of respondents under 45 years of age the internet is a more important source of information than TV news reports. 'During the past three years, the percentage of those under 35 who say that they watch television and news reports has considerably decreased – around 20 percent in Great Britain and France, and somewhat less in USA and Germany'. (Reuters Digital News Report, 2016:27). One of the institutions which haven't completely remained immune to the transformative potentials of modern technology is certainly the public broadcasting service. Especially interesting is the example of the BBC, which is mentioned in the literature as the first public broadcasting service in Europe to use smartphones not only for news reporting, but also for receiving information, and is considered the initiator of citizen journalism on digital platforms. Mobile journalism was first accepted by large news agencies in America and Western Europe, which in that way tried to remain the competitors in the market and keep gaining profit. 'The calculating power of an average modern cell phone's content is bigger than the system that took Apollo 11 to the Moon and brought it back in 1969'. (Prensky in Cameron, 2007:1) As a new tool, the mobile phone develops the concept of citizen journalism, thus motivating the audience to investigate on their own, create and then place the stories. Some authors like Martin, Vaataja and Westlund say that, in terms of its current influence, mobile journalism surpasses standard, conventional journalism by far, so a reconceptualization of the traditional apprehension of journalism is necessary. According to Van Dijk's classification, smartphones would be 'the integrative and interactive media using a digital code. Their common name is multimedia, interactive and digital media'. (Van Dijk, 2006:9) Theoretically speaking, mobile devices integrate a wide spectrum of functions. This paper defines smartphones as 'mobile devices which have developed multimedia functions and have stopped being regular cell phones used for conversational purposes only. Multimedia supports content and information processing through audio and video recordings, graphics, text and animation in an interactive manner. A mobile device, being a multimedia tool, has four main features: it is portable, constantly connected to the internet, it is personal property and has a bigger screen'. (Westlund, 2013:7) The framework for all newly created technological changes in public broadcasting services is the network society which Castells defines as 'a social structure which is characteristic for early 21st century society and which was formed around digital networks of communication, but isn't necessarily determined by them. The process of formation and use of the balance of power has been substantially changed in a newly organized and technological context, created by the development of global digital communication networks which represent a fundamental symbol processing system in the time we live in'. (Castells, 2009:24) Synonyms for the term *public broadcasting service* are public service medium, medium serving the citizens, public broadcasting, public radio and television service. An

ideal public broadcasting service would be a service constituted for the public and controlled by the public. The term 'public broadcasting service' itself points to the concept of the public or the public sphere which is 'a space in which the public – via informational-communicational system – provides access to the awareness of general interest in an indirect, impersonal way. The public sphere is available to all members of the society, which is a basic prerequisite for the functioning of a modern, participative democracy'. (Radojković and Stojković, 2004:28) There are numerous definitions of the public broadcasting service, because the ways in which it is defined differ from one country to another, but in spite of that, democratic systems do not put the existence of the public broadcasting service into question. This paper will analyze the public broadcasting service in accordance with the public sphere analogy. The value of the public broadcasting service which most of the definitions highlight is based on the availability of the programme to the entire nation and the public's right to be informed. In the past few years, public broadcasting services have often been criticized on account of their rigidity, biased news reporting and programme inflexibility, so the emphasis has been put on the need to reform them due to the evolution of digitalization. 'Public broadcasting services are often portrayed as sensitive to the pressure coming from their competitors and regulators. However, a great deal could be learned if we changed our perspective and started seeing broadcasting institutions as active, resourceful and adaptive to changing circumstances. In the last decade, public broadcasting services have taken the challenges threatening their survival very seriously and have done a lot in that department'. (Moe and Syvert in Hanitzsch, 2009:401) Redefining of programme content in public media services started in the 1980s, continued throughout the 1990s, but the demands for actual changes were introduced by the expansion of the internet at the very beginning of the 21st century when public services started defining themselves as multimedia conglomerates.

Methodology

The main object of this paper is to investigate whether public broadcasting services in the Balkans use mobile phones in their work at all. Its specific goals refer to the identification of the journalistic areas in which mobile phones are used. During the research the main methodological issue was the operationalization of the concept of the Balkans. As with the term *the public broadcasting service*, there is a problem with defining the term *the Balkans* because there is no agreement on what the Balkan peninsula encompasses and where its exact borders are. 'The reasons for the lack of agreement on the exact area of the Balkans lie only partially in the absence of geographic markers which would serve as border lines between the peninsula and the rest of the Europe. The sinister reason lies in the fact that involving in the Balkans matter brings a series of unwanted symbolic meanings'. (Goldsworthy, 1998:4) The most common disagreements in the literature on the Balkans are related to Romania and Greece and whether they belong to the peninsula or not. As there is no consensus on this subject, these states have been excluded from this analysis. The author is guided by the definition of George Hoffman who considers that the strict area of the Balkans spans Albania, Bulgaria and the former Yugoslavian countries. Therefore, this analysis of the use of smartphones includes the public broadcasting services of the following eight countries: Serbia, Bosnia and Herzegovina, Montenegro, Macedonia, Croatia, Slovenia, Albania and Bulgaria. The analysis was conducted between May and August on a sample of 14 employees at the abovementioned public services. The paper is methodologically based on quantitative and quali-

tative techniques which were combined in the form of a questionnaire. The standardized questionnaire was created and then sent via email to all the public broadcasting services in the Balkans, and was responded to by the managing staff – informative program editors and technical development department managers. The respondents were not chosen randomly, and the questionnaire was filled in by the employees who had organized courses for the use of smartphones or had been dealing with work control and the usage of these phones. The questionnaire was divided in two parts and had 16 questions. The first half were open type questions where the respondents had to write their own answers, whereas the other half were multiple choice questions. The first part of the questionnaire contains the collected data which refer to the number of mobile phones in a specific public broadcasting service, the years when mobile phones were used for the first time or the percentage of journalists who were trained to use modern technology. The second part of the questionnaire refers to the evaluation of the smartphones usage success rate, marking the segments of journalism in which mobile phones are used or mapping the main flaws. Out of eight public broadcasting services, the questionnaire wasn't completed only by the public service of Bosnia and Herzegovina. Among the remaining seven countries, Albania and Slovenia have stated that mobile devices are completely out of use in their news reporting and informative programs.

Analysis

Relevant data which enable drawing comparison were received from five national televisions. These public broadcasting services are comparable because they are similar in size, they originate from transition countries and are facing similar problems in their work. The analysis has shown that the public broadcasting services in the Balkans have started using mobile phones in their informative program approximately at the same time.

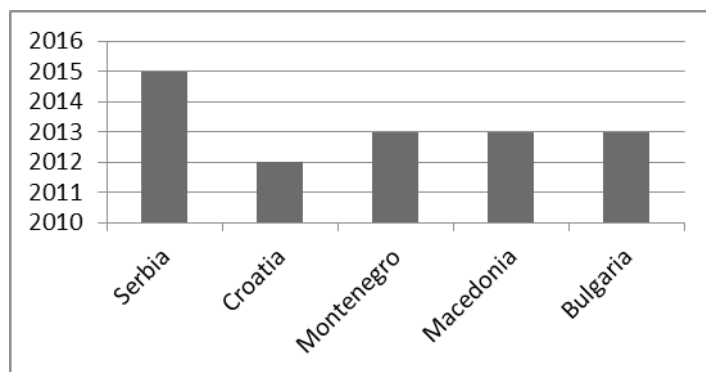


Figure 1. Years when mobile phones were first used in Balkan countries

Training courses for the use of smart phones and news reporting have been conducted only in public broadcasting services in Serbia and Croatia by trained professionals. It is estimated that the number of Croatian journalists trained in using smartphones is as high as 60%, while at the Radio Television of Serbia it reaches about a third of their employees. The rest of the national services have stated in the questionnaire that their employees hadn't been trained in using the state – of –

the – art technology and that they had started using smartphones on their own free will and personal engagement. In this regard, it is possible to make a difference when it comes to the ownership of mobile phones. The public broadcasting service of Serbia owns twelve sets of smartphones, Croatia owns twenty, while Montenegro owns six phones which are issued for use to journalists. In Macedonia and Bulgaria journalist use their own smartphones equipped with special programs for news reporting. The analysis also shows a different dynamic of preparing news articles via smartphones and their publishing.

Public service	Frequency of publication
Serbia	A few times a month
Croatia	A few times a week
Montenegro	Rarely
Macedonia	A few times a day
Bulgaria	A few times a month

Table 1. The frequency of publishing stories recorded by smartphones

Balkan public broadcasting services also show similarities in the use of smartphones – recording complex journalistic forms was marked as the least common activity by all the public services. This activity is considered almost impossible to do as a result of technological limitations of a phone, so a professional camera is indispensable in that program segment. Except for the public broadcasting service of Serbia, where smartphones are used in live reporting, the remaining four services have marked this activity as the next in line to have been rarely or never done. Consequently, news reporting from abroad via smartphones is another activity that is rarely undertaken by all of the countries, except for Bulgaria and Serbia. The three most frequent activities which public services engage in with the help of smartphones are filming video material for online platforms, creating short TV packages and using cell phones for filming video material or taking photographs in critical situations. This link between online platforms, social networks and creating material with a smartphone is considered to be the strongest by the employees of these televisions. The respondents find the use of smartphones in public services has both its advantages and disadvantages. The main benefits are the speed of reporting, the image quality, then the democratization of journalism and the development of citizen journalism. According to the respondents, these benefits go hand in hand with some drawbacks. The simplicity of using a smartphone brings a new work allocation, so a journalist takes on a role of a cameraman, a driver, a producent... One of the respondents says that at the public service where he works his ‘coworkers were very reluctant to accept the modern technology’. The most frequently asked question is whether a person can simultaneously do multiple tasks, as, in words of the same respondent, ‘coworkers think that the words are becoming less important as the picture covers everything’. The flaws are most commonly found in the limitations of smartphones.

Advantages of using smartphones in news reporting	Drawbacks of using smartphones in news reporting
Reporting speed, citizen journalism development, one person doing all the work, journalism democratization, image quality, cheap production	Lack of optical zoom, limited phone memory, quick battery drain, network loss, everyone can be a journalist or a cameraman despite the lack of professional skills

Table 2. Advantages and drawbacks of using smartphones in news reporting in public broadcasting services in the Balkans

When asked about the future of mobile phones in their profession, all the respondents answered that a smartphone cannot replace a professional camera, but that it is an excellent and handy instrument which they would continue to use in situations when being the first to acquire information, regardless of the image quality, is a priority. In Summary

, the respondents were asked to rate the usefulness of smartphones in production of their programs using grades from 1 to 5.

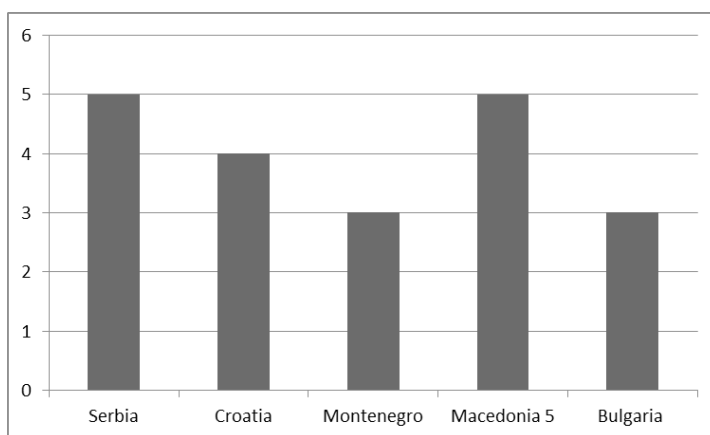


Figure 2. Evaluation of the usefulness of smartphones in program production

Smartphones have received the highest ratings from Serbia and Macedonia, while the lowest ones came from Montenegro and Bulgaria. Croatian public service, which states that they are 'less concerned for the future of smartphones and more for the future of the public service which should keep the new generations informed in general', graded smartphones with a 4, which is a middle value.

Conclusion

Despite the clash of modern and traditional, which is characteristic for the Balkans, public broadcasting services are on a good path to completely master the top - notch technology. The analysis shows that the five analyzed television productions have already adopted new work patterns in informative program and that their journalists, much like those in prestigious worldwide production houses, are ready to use mobile phones in creating, delivering and sharing contents. Albania and Slovenia, which do not use mobile phones in news reporting, can be classified in two different groups. Albanian public service states that 'there has never been an interest in the application of smartphones and that no related trainings have been conducted on their television'. Slovenia, on the other hand, says that they are familiar with the potentials of modern technologies which are still considered not relevant enough in their line of work. So, the concept of a traditional public broadcasting service coexists with a new, technologically empowered national television houses. Resistance to a mobile phone as a working instrument stems exclusively from fear of losing jobs. Journalist professional culture in public services in this part of Europe is characterized by economical uncertainty, therefore the technological factors are quite often determined by the economic factors. The question to be answered by some future research is how the public services are to win over and keep new audiences with the help of additional journalist skills and smartphones, which are predicted to be even smarter in a few years by the scientists. Technological changes are happening rapidly, so the public broadcasting services have to adjust, as the future they consider so distant is actually starting tomorrow.

References

- Castells, M.(2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Cameron, D. (2007). *The rocket in your pocket: How mobile phones became The media stealth*. Paper presented at the 2nd JEA/JEANZ Conference.
- Deuze, M. (2012). *Media life*. Boston: Polity Press.
- Gleick, J. (1999). *Faster: The acceleration of just about everything*. New York: Random House.
- Goldsworthy, V. (1998). *Inventing Ruritania*. New Haven and London: Yale University Press.
- Hanitzsch, T.,& Jorgensen, W.K. (2009). *The handbook of journalism studies*. New York: Routledge.
- Iosifidis, P. (2011). *The Public Sphere, Social Networks and Public Service Media*. *Information Communication and Society*, 14(5), 619–637.
- Krejj, R. (2010). *Online novinarstvo*. Beograd: Clio. (in Serbian language)
- Martyn, H. P. (2009). *The mojo in the third millrnnium – Is multimedia journalism affecting the news we see?*. *Journalism Practice* 3 (2), 196–215.
- Morley, D., & Brundson, C. (2005). *The Nationwide Television Studies*. New York: Routledge.

- Newman, N., & Fletcher, R., & Levy, A. L., & Nielsen, R. K (2016). Reuters Digital news report. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Radojković, M., & Stojković, B. (2004). Informaciono-komunikacioni sistemi. Beograd: Clio. (in Serbian language)
- Vaataja, H. (2012). Mobile Work Efficiency: Balancing Between Benefits, Costs and Sacrifices. *International Journal of Mobile Human Computer Interaction*, 4(2), 67–87.
- Van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. London: Sage publication.
- Villi, M., & Matikainen, J. (2015). Mobile UDC: Online media content distribution among finnish mobile users, *Mobile Media&Communication* 3(2), 214–229.
- Wei, R. (2006). Motivations for using the mobile phone for mass communications and entertainment. *Telematics and Informatics* 25, 36–46.
- Westlund, O. (2010). New(s) functions for the mobile. *New Media & Society*, 12, 91–108.
- Westlund, O. (2013). Mobile news: A review model of journalism in an age of mobile media. *Digital journalism*, 1 (1) 6–26.
- Westlund, O. (2015). News consumption in an age of mobile media: Patterns, people, place, and participation. *Mobile Media&Communication*, 151–159.
- Zagorac Kerser, A.J., & Rus-Mol.Š. (2005) *Novinarstvo*. Beograd: Clio. (in Serbian language)
- Zelizer, B. (2009). *Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*, New York: Routledge

Dejan Pralica
Filozofski fakultet
Univerzitet u Novom Sadu
Novi Sad, Srbija

UDC:654.195:323.212(497.11 Novi Sad) RADIO 021
UDC 004.738.5:316.774

„021“ – OD RADIJA DO PORTALA: 20 GODINA LOKALNOG AKTIVIZMA

APSTRAKT

Cilj ovog rada jeste da utvrdim u kojoj meri novosadski *Radio 021* ostvaruje javni interes 10 godina nakon sprovođenja prvog istraživanja (od 2007) do danas (2017). U prikupljanju većeg dela podataka korištena je metoda studije slučaja tehnikom naučnog intervjua kako bi se objasnio funkcionisanje pomenutog medija. *Radio 021* uspešno je 2005. prošao proces privatizacije iz mešovitog u privatni kapital. Istraživanje je pokazalo sledeće rezultate: u odnosu na 2007. stanica je proširila ciljnu grupu svojih slušalaca sa isključivo žene, na žene i muškarce od 30 do 50 godina; vesti se sada emituju snimljene, a informativni program je „skraćen“ za četiri sata; strana produkcija je zadržana, ali samo preuzimanjem jedne emisije dnevno. Postoji i sopstvena produkcija emisija, ali su one gotovo u potpunosti usmerene na sadržaje koji je projektno finansiraju. Veb portal *021* jedan je od najposećenijih informativnih portala u Novom Sadu i Vojvodini. Iako je broj zaposlenih smanjen za oko trećinu, a samoodrživost spala sa 80% na 60%, slušaoci *Radio 021* i dalje prepoznaju kao zagovornika lokalnog aktivizma i čuvara javnog interesa na lokalnom nivou.

Ključne reči: *Radio 021*, ciljna grupa, informativni program, veb portal, internet, lokalni aktivizam, javni interes.

„Kao otvoreni medij i u stalnom kontaktu sa slušaocima, vremenom smo, u protekle dve godine, shvatili da je bazični problem Srbije: neobrazovanost i primitivizam. Dominacija isključivosti, straha od drugog i drugačijeg, netolerantnost i masovna neosvešćenost ljudi da su pojedinci, a ne isključivo sastavni deo nekog kolektiva, mase ili gomile. Zato je za mnoge slušaoc, kao i one koji su samo osluškivali i prisluškivali naš program, *Radio 021* bio civilizacijski šok“. (Zlatković 2001:6-7)

Cilj rada i definisanje predmeta istraživanja

Cilj ovog rada jeste da utvrdim u kojoj meri lokalna radio stanica *Radio 021* iz Novog Sada ostvaruje javni interes 10 godina nakon sprovođenja prvog istraživanja⁶⁷ iz 2007.

Pojam *javni interes* predstavlja ostvarivanje prava javnosti da bude informisana o svim bitnim događajima putem medija. *Javni interes*, odnosno *informisanje o pitanjima od interesa za jav-*

⁶⁷ Prvo istraživanje sprovedeno je za potrebe doktorske disertacije *Lokalni radio u višjejezičnoj sredini: primer Autonomna Pokrajina Vojvodina*, koju je autor ovog rada, pod mentorstvom prof. dr Radeta Veljanovskog odbranio na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu 9. jula 2010.

nost definisan(o) je najpre članom 5. Zakona o javnom informisanju i medijima u kome je navedeno da se „putem medija objavljuju informacije, ideje i mišljenja o pojavama, događajima i ličnostima o kojima javnost ima opravdan interes da zna, bez obzira na način na koji su pribavljene informacije, u skladu sa odredbama ovog zakona. Svako ima pravo da istinito, potpuno i blagovremeno bude obavešten o pitanjima od javnog značaja i sredstva javnog obaveštavanja su dužna da to pravo poštuju“⁶⁸. Nadalje, javni interes je pojašnjen u odeljku II *Javni interes u javnom informisanju* istog Zakona, kroz članove 15. i 16.⁶⁹

Jedan od glavnih kriterijuma definisanja pojma *lokalni radio* jeste „geografski: stanica se nalazi u određenom gradu i ima određenu pokrivenost signala“ (Browne 1988:129). Lokalne radio-stanice mogu se definisati i kao „programi koji su sadržinski slušaocu najbliži, te zadovoljavaju njegove potrebe za obaveštenošću iz neposredne okoline“ (Merčun 1975:41). Lokalni radio jeste i „celovit informaciono-komunikacioni sistem sa lokalnog i za lokalno područje čija je osnovna prednost otvorenost za protok informacija i komunikacija u velikom broju pravaca (...) Njegova osnovna delatnost jeste difuzija programskih sadržaja čiji je cilj zadovoljavanje potrebe za obaveštenjima i informacijama iz neposredne okoline“ (Nikolić 2007:73).

Popularnost lokalnih radijskih programa i stanica ne opada još od šezdesetih godina XX veka. „Lokalni radio prelazio je u poslednjih pola veka različite faze svog razvoja i krize“ (Pralica 2011:127), ali je opstao do danas i nije ga savladao ni internet.

Metodologija istraživanja

U prikupljanju dela podataka primenjena je metoda studije slučaja tehnikom naučnog intervjua kako bi se objasnilo funkcionisanje lokalnog radija na primeru *Radija 021*. U tu svrhu 2007. obavljani su terenski intervjui sa direktorom i glavnim i odgovornim urednikom *Radija 021* Slobodanom Stojišićem i Slobodanom Krajnovićem. Za potrebe ovog rada i radi provere toga šta se u međuvremenu u funkcionisanju medija promenilo, intervju sa glavnim i odgovornim urednikom ponovljen je 10 godina kasnije, odnosno 2017. (Tabela 1):

⁶⁸ Član 5. Zakona o javnom informisanju i medijima: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html (posećeno: 10.12.2017).

⁶⁹ Članovi 15. i 16. Zakona o javnom informisanju i medijama: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html (posećeno: 10.12.2017).

radio- stanica	intervjuisana osoba	funkcija intervjuisane osobe	mesto i vreme intervjua	dužina intervjua
R021	Slobodan Stojić	direktor	Novi Sad, 4.6.2007.	35 min.
	Slobodan Krajnović	glavni i odgovorni urednik	Novi Sad, 4.6.2007.	33 min.
	Slobodan Krajnović	glavni i odgovorni urednik	Novi Sad, 20.11.2017.	38 min.

Tabela 1: podaci o intervjuima 2007. i 2017.

Nastanak i transformacija *Radija 021*⁷⁰

Radio 021 osnovan je 10. juna 1997. Veliki uticaj na osnivanje ovog medija imala je tadašnja lokalna vlast u Novom Sadu (*Koalicija Zajedno* – Srpski pokret obnove, Demokratska stranka, Liga socijaldemokrata Vojvodine i Demokratska stranka Srbije) koja je prvi put osvojila većinu u gradskom parlamentu. Plan je bio da gradska Skupština pomogne rad jedne nezavisne radio-stanice time što bi vlasnički odnosi bili trećinski, odnosno, trebalo je da se pronađu još dva partnera – privatnika. Vlasnička struktura do 2005. bila je sledeća: 33,3% vlasništva imao je Grad Novi Sad, 33,3% Specijalizovana firma za tehničku realizaciju ozvučenja, rasvete i snimanja *Audio-konstruktor* Sretena Kovačevića iz Novog Sada i 33,3% Novinsko-izdavačko preduzeće *Impres* Zvonka Tarlea iz Beograda. Dve nedelje, tačnije 11 dana od početka emitovanja programa, *Radio 021* je, zbog neslaganja oko programske koncepcije sa direktorom, napustila tadašnja glavna i odgovorna urednica Marina Fratucan sa saradnicima. U Novom Sadu do tada nije bilo nijednog nezavisnog elektronskog medija. Koliko je tadašnja vlast bila *u panici*, po svedočenju Slobodana Stojića, govori podatak da su predstavnici organa vlasti samo sedam dana nakon prvog pokretanja programa 17. juna došli da zatvore stanicu. Program je potom ponovo pokrenut 1. avgusta i radio je u kontinuitetu do 24. marta 1999, odnosno drugog dana NATO bombardovanja tadašnje Jugoslavije (Srbije i Crne Gore). Tada su u prisustvu policije, predstavnici Saveznog ministarstva za telekomunikacije odneli predajnik. Stanica je ponovo počela da emituje program nakon prestanka bombardovanja sa novim predajnikom, koji je u međuvremenu kupljen, a stari predajnik vraćen je tek 2001. i to na inicijativu tadašnjeg saveznog ministra za telekomunikacije Borisa Tadića.

Posle 5. oktobra 2000. dva privatnika poklonila su svoje vlasničke akcije zaposlenima na *Radiju*, dok je sa Skupštinom Grada bilo nesuglasica i problema do 2005. kada je (tadašnja) gradonačelnica Novog Sada Maja Gojković (tada članica Srpske radikalne stranke) donela odluku da proda udeo Grada u vlasništvu radio-stanice. Tako je rukovodstvo *Radija* preostalih 33,3% vlas-

⁷⁰ Podaci dobijeni na osnovu intervjuja sa Slobodanom Stojićem 2007. i Slobodanom Krajnovićem 2007. i 2017.

ništva otkupilo od Grada i tada je vlasništvo podeljeno na 17 akcionara zaposlenih. Ni sam direktor preduzeća nije siguran koliko je transparentnost vlasništva preduzeća vidljiva u javnosti. *Radio 021* jeste 100% u vlasništvu zaposlenih i bivših zaposlenih i to 12 akcionara.⁷¹

Nakon privatizacije, Skupština akcionara (re)izabrala je direktora. Postoji Poslovni odbor koji je sastavljen od glavnog i odgovornog urednika, direktora Marketinga i generalnog direktora i na tom nivou donose se važnije odluke, poput raspolaganja prihodima i rashodima, ulaganjima i slično. Glavni i odgovorni urednik imenuje druge urednike, kao što generalni direktor imenuje glavnog urednika *Radija* i direktora Marketinga. Slobodan Stojšić je direktor Radiodifuznog preduzeća *021* od osnivanja. Radio je od 1997. do 2017. promenio pet glavnih i odgovornih urednika⁷².



Slika 1. Zona pokrivanja lokalne frekvencije *Radija 021*.

Odlukom Republičke radiodifuzne agencije (danas Regulatornog tela za elektronske medije) od 1. decembra 2008. *Radio 021* dobio je dozvolu za emitovanje programa na lokalnom području (broj dozvole 386/2008), u Radiodifuznoj oblasti 9 *Novosadski region* Lr 252 / Novi Sad, na frekvenciji 92,20 MHz. Rok važenja dozvole bio je do 1. decembra 2016. Dozvola je tada produžena za još osam godina, tačnije do 1. decembra 2024.⁷³ *Radio 021* – 20 godina

Radio 021 danas je među 227 radio-stanica u Srbiji koji legalno emituju program na lokalnom nivou.⁷⁴ *Radio 021* godine 2017. jeste deo Radiodifuznog preduća *021*, koje pored radio-stanice

⁷¹ Prema podacima Agencije za privredne registre, većinu, odnosno 77% vlasništva ima direktor Slobodan Stojšić.

⁷² Hronološki: Marina Fratucan, Slobodan Stojšić (vršilac dužnosti), Alen Selimović, Aleksandra Radulović-Kolar, Jovanka Zlatković-Muškinja i Slobodan Krajnović.

⁷³ Podaci sa sajta REM-a: <http://rem.rs/sr/registar-pruzalaca-medijskih-usluga/862> (posećeno: 10.12.2017).

⁷⁴ Podaci sa sajta REM-a: <http://rem.rs/sr/registar-pruzalaca-medijskih-usluga?utf8=%E2%9C%93&q%5>

(1997) poseduje i sledeće organizacione jedinice: *Novosadski informativni portal* (sajt, od 1999), *Radio kafe Kod Braće Butkaj* (2007) i *Knjižaru BoBo* (2009).



Slika 2. Logo Radija 021 2007.



Slika 3. Logo Radija 021 2017.

Programska šema

Radio 021 program emituje 24 časa, sedam dana u nedelji. Međutim, živi, odnosno informativni programa sa voditeljima, emituje radnim danima od 7 do 16 časova, a subotom od 9 do 15 časova. Nedeljom nema živog programa. Ostalo vreme na programu su isključivo muzika, reklame i identifikacioni džinglovi. Trominutne *Vesti* su na programu radnim ranima i subotom na pun sat od 8 (subotom od 9) do 15 časova. Emisije *Vesti* se snimaju neposredno pre emitovanja. Gradska centralna informativna emisija *Život grada* na programu je radnim danima od 13 do 14 časova. Iako se čini da je emisija duga, nju 50% čini muzika, odnosno emituje se segment priče (autorskih priloga, gradskih vesti, servisnih informacija), pa muzička numera i tako u nizu jedan sat. *Prepodnevni program* (sa voditeljom) je od 7 do 11 časova, a *Podnevno-poslepodnevni* (sa drugim voditeljom) je od 11 do 16 časova. Autorske emisije, koje su isključivo rezultat projektnog finansiranja, su po programskoj šemi od 16 do 16.45 časova. Najveći procenat informacija koji se emituje u *Vestima* i uopšte u programu *Radija*, kao i u autorskim emisijama isključivo je sadržaj od interesa za javnost i sopstvena proizvodnja. Veoma malo, novinari se oslanjaju na agencije i druge medije.⁷⁵

Kada je u pitanju strana produkcija i preuzimanje određenih programskih sadržaja, *Radio 021* od 17 do 17.30 časova emituje *Dnevnik Radija Slobodna Evropa*. Novinari *Radija 021* ažuriraju informacije na *Novosadskom informativnom portalu* (www.021.rs) svakodnevno od 7 do 23 časa.

Bsearch%5D=radio&q%5Bzona_pokriivanja%5D=Lokalno+podru%C4%8Dje (posećemo: 10.12.2017).

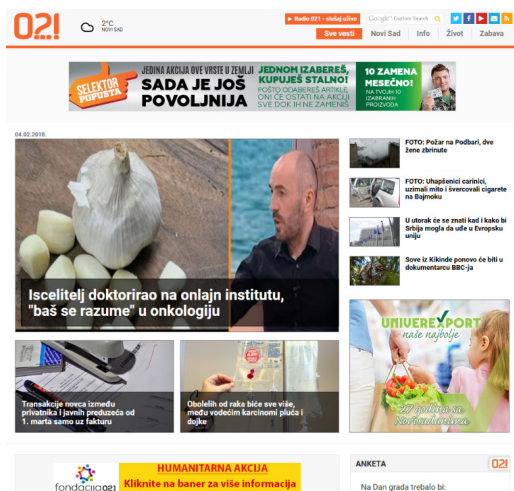
⁷⁵ Na primer, projektne emisije bave se: poštovanjem ljudskih prava, medijskim slobodama, pravosuđem u Srbiji, govorom mržnje, sadržajima namenjenim osobama sa invaliditetom, kao i turističkim i kulturnim potencijalima Novog Sada.



Slika 4: Izgled prvog sajta *Radija 021* (1999).



Slika 5: Izgled sajta *Radija 021* (2014)

Slika 6: Aktuelni izgled sajta *Radija 021* (2017)

U odnosu na prethodno istraživanje, najveće promene jesu *skrraćivanje* informativnog programa za oko četiri sata radnim danima i u potpunosti izostanak živog programa nedeljom, zatim ukidanje informativnih emisija *Jutarnji dnevnik Zornjak*, *Centralne informativne emisije Akcenti*, *Gradske informativne emisije Lokal 021*, kao i snimanje emisija *Vesti* koje su ranije emitovane uživo. Iz objektivnih razloga, usled prestanka emitovanja programa na srpskom jeziku, *Radio 021* više ne preuzima emisije *Radija Bi-Bi-Si* i *Radija Glas Nemačke (Dojče vele)*, kao ni emisiju *Peščanik*⁷⁶.

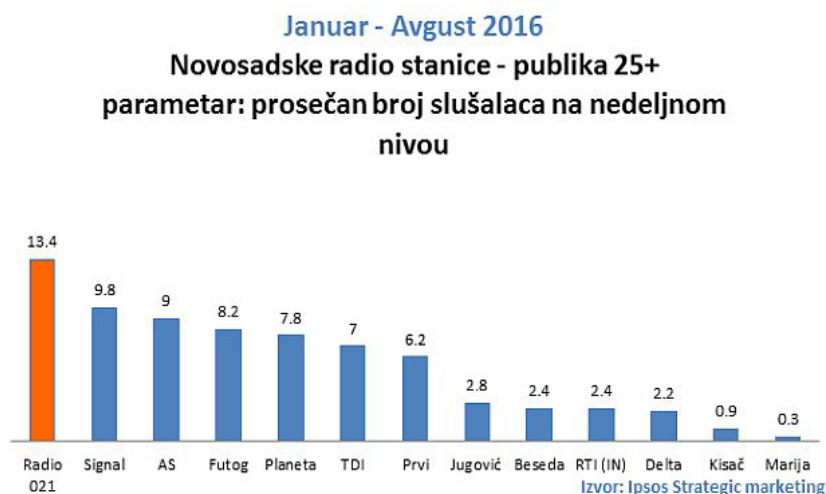
Komunikacija s publikom

Ciljnu grupu slušalaca *Radija 021* danas predstavljaju visokoobrazovani Novosađani i Novosađanke uzrasta od 25 do 55 godina (*šira* ciljna grupa), odnosno *uža* ciljna grupa od 30 do 50 godina.

Prema istraživanju javnog mnjenja agencije *Ipsos Stratedžik Marketing*⁷⁷ za period januar-avgust 2016. na nedeljnom nivou, *Radio 021* imao je najveći udeo u slušanosti 13,4. Ispitanici su odgovarali na pitanje koje su stanice slušali tokom nedelje kako bi se lakše uočila brojnost i konstantnost (Grafikon 1):

⁷⁶ U pitanju je bila emisija istoimenog udruženja građana koje postoji u Beogradu od 2006. i čije su glavne i odgovorne urednice Svetlana Lukić i Svetlana Vuković. Emisija koja se bavi kritikom vlasti i građanskim društvom od 2000 do 2011. bila je na programu (tadašnjeg) Radija B92.

⁷⁷ Izvor: <http://www.021.rs/menu/index/70> (posećeno 10.12.2017)



Grafikon 1. Slušanost *Radija 021* januar-avgust 2016. (novosadske radio-stanice)

Kada je u pitanju udeo u slušanosti za isti period među svim radio-stanicama koje se mogu čuti na području gradske zajednice Novog Sada, *Radio 021* je na drugom mestu (Grafikon 2):



Grafikon 2. Slušanost *Radija 021* januar-avgust 2016. (sve radio-stanice koje se čuju u NS)

Glavni urednik je izneo i podatak da *Radio 021* na nedeljnom nivou sluša oko 45.000 ljudi, dok *Novosadski informativni portal* (tzv. sajt *Radija 021*) dnevno beleži oko 50.000 poseta.

U februaru 2017. časopis *Pi-si pres (PC press)* proglasio portal *021* kao jedan od pet najboljih informativnih sajtova u Srbiji. U obrazloženju žirija, a čiji je tekst preneo *Radio 021*, navedeno je „da *Radiodifuzno preduzeće 021* proizvodi radio program i veoma kvalitetan sajt koji donosi vesti, servisne i druge informacije pre svega iz Novog Sada, ali i iz drugih krajeva naše zemlje i sveta. ‘*Svidela nam se brzina reagovanja sajta, jednostavan i efektan dizajn, ali i lepeza pokrivenih tema, te kvalitetne fotografije. Moglo bi se još poraditi na pretraživanju, koje se za sada oslanja samo na Google*’, ističe žiri u obrazloženju nagrade“.⁷⁸

Urednici i novinari, odnosno voditelji sa svojom publikom komuniciraju najčešće na tri načina: preko *Vibera* – i to tonskim i pisanim porukama, zatim telefonskim uključenjima u program, kao i komentarima na *Fejsbuk* stranici i *Twitter* nalogu *Radija 021*.

U odnosu na prethodna istraživanja došlo je do promena ciljne grupe – 2007. ciljna grupa bile su žene od 30 do 50 godina; kada je u pitanju slušanost radijskog programa, podaci su govoto isti – *Radio 021* i tada i sada je u vrhu slušanosti na području Novog Sada u svojoj ciljnoj grupi. Delimično je izmenjena i komunikacija sa slušaocima – ranije se bazirala isključivo na telefonskim uključenjima u program i putem SMS poruka sa komercijalnim cenama.

(Samo)održivost *Radija 021*

U Radiodifuznom preduzeću *021* u novembru 2017. bilo je zaposleno 20 ljudi (radijska redakcija, kafe, knjižara, marketing) od toga u samoj redakciji 11 (glavni i odgovorni urednik, dva voditelja, muzički urednik koji je i producent, tonski realizator-montažer i šest novinara, od kojih su neki i dežurni urednici).

Preduzeće od sopstvenog marketinga, odnosno reklama može da zaradi do 60% novca koji je potreban za samoodrživost i to od reklama na samom radijskom programu i portalu oko 40% zarade (2/3 preko reklama u programu i 1/3 preko banera, tj. reklama na portalu), dok kafe i knjižara prihoduju preduzeću još oko 20% zarade. Manjak od 40% nadoknađuje se ugovorima sa javno-komunalnim preduzećima i projektnim finansiranjem inostranih i domaćih donatora (fondova Evropske unije, Republike Srbije, Autonomne Pokrajine Vojvodine i Grada Novog Sada).

Najčešći oglašivači u radijskom programu su lokalni klijenti, a na portalu veliki oglašivači. Glavni urednik Slobodan Krajnović smatra da je najveći problem malog broja velikih oglašivača to što njihovo reklamiranje u medijima posreduju agencije, uglavnom beogradske, koje uzimaju veliki procenat, pa se ni klijentima ni lokalnim medijima takav vid reklamiranja uglavnom ne isplati. Krajnović takođe ocenjuje da je jedan od problema u vezi sa finansiranjem i to da su novinari podložni autocenzuri u odnosu na klijente koji se reklamiraju na *Radiju*.

U odnosu na prethodno istraživanje, samoodrživost je pala sa 80% na 60%. Zaključne napomene.

⁷⁸ Izvor za citat: <http://www.021.rs/story/Novi-Sad/Vesti/155230/Portal-021-jedan-od-pet-najboljih-informativnih-sajtova.html> (posećeno: 10.12.2017).

Komparativna analiza pokazala je koji parametri su ostali isti, a koji su se promenili kada je u pitanju funkcionisanje *Radija 021* u proteklih 10 godina⁷⁹ (Tabela 2).

tema	2007.	2017.
Vlasništvo	privatno	privatno
Delovi preduzeća	<i>Radio 021</i> <i>Multiradio</i> <i>Sajt</i> <i>TV produkcija</i> <i>Kafe</i>	<i>Radio 021</i> <i>Portal (Sajt)</i> <i>Kafe</i> <i>Knjižara</i>
Dozvola za emitovanje	Da, lokalna do 2016.	Da, lokalna do 2024.
Ciljna grupa	Žena 30-40 godina	Žena i muškarac 30-50 godina
Informativni program (<i>Vesti</i>)	6-18 h (radni dan, na svaki sat)	8-16 h (radni dan na svaki sat)
Način emitovanja <i>Vesti</i>	uživo	snimljene
Centralna informativna emisija	<i>Zornjak</i> 9-9.15 h <i>Lokal 021</i> 12-13 h <i>Akcenti</i> 17-17.20 h <i>Vesti iz regiona</i> 17.20 h	<i>Život grada</i> 13-14 h
Gradski, komunalni program/teme	Da, pretežno	Da, delimično
Zabavni program	Da, delimično	Da, pretežno
Kontakt program	Telefonska uključenja Komercijalne SMS	Telefonska uključenja <i>Viber</i> <i>Fejsbuk</i> <i>Twitter</i>
Autorske emisije	Da, klasične i projektne	Da, samo projektne
Programska šema	Detaljna	Okvirna
Strana produkcija	Da – <i>Bi-Bi-Si</i> <i>Dojče vele</i> <i>Slobodna Evropa</i> <i>Peščanik</i>	Da – <i>Slobodna Evropa</i>
Produkcija džinglova	Sopstvena i agencijska	Uglavnom sopstvena
Odnos govor:muzika	35:65	30:70
Broj zaposlenih	30	20
Projektno finansiranje	Da	Da
Samoodrživost	Do 80%	Do 60%

Tabela 2. Promene u funkcionisanju *Radija 021* 2007-2017.

Jedna od najvećih promena, pored proširenja ciljne grupe i na muškarce i na više godina (30-50) svakako jeste smanjen obim informativnog programa – za četiri sata manje emitovanja *Vesti*, zatim emisije *Vesti* se snimaju, ne emituju se više uživo i ukinute su gotovo sve informativne emisije, sem novouspostavljene *Života grada*, koji predstavlja kompilaciju muzike i gradskih, servisnih tematskih informacija i priloga u trajanju od 60 minuta. Glavni urednik smatra da je obim informativnog programa samo formalno smanjen, jer je redakcija nastavila da objavljuje sve informacije na portalu, odnosno kako je rekao, promenio se način razmišljanja. Novinari su ranije informaciju prvo plasirali u etar, a sada prvo na internet, to jest društvene mreže, pa tek onda

⁷⁹ Zbog ograničenog prostora, neki parametri su prikazani samo u tabeli i nisu detaljnije komentarisani u samom radu.

u etar. Primetan je i moderan, brz odnos komunikacije sa publikom – pored uključenja u program primat je na *Viber* tonskim i pisanim porukama, porukama preko *Tvitera* i komentarima na *Fejsbuk* stranici *Radioja 021* i na *Novosadskom informativnom portalu*. Novinari su nastavili da proizvode kvalitetan informativni i društveno odgovorni program, ali autorske emisije se prave isključivo kroz projekte koje finansiraju domaći i strani donatori. Magazin *PC Press* proglasio je 6. februara 2017. *Novosadski informativni portal* za jedan od pet najuticajnijih informativnih sajtova u Srbiji.

Kao jedan od najvećih problema i pretnji opstanku *Radioja* jeste nedovoljna samoodrživost koja je u odnosu na 2007. pala sa 80 na 60%. Preostalih 40% novca za funkcionisanje predzeća *021* dobija od donacija, što je neizvesno i nestalno. Problem može da predstavlja i autocenzura novinara koji su svesni da im plate zavise od oglašivača, pa o njima uglavnom ne izveštavaju u negativnom kontekstu ni kada je to opravdano. Još jedan od problema je i reklamiranje velikih kompanija posredovanjem agencija koje uzimaju veliku proviziju, pa zbog toga lokalne stanice, poput *021*, nemaju dobiti od takvih klijenata.

Uprkos svim poteškoćama, *Radio 021* je 2017. uz slogan *Za ljude sa ličnim stavom* obeležio 20 godina rada, a slušaci i dalje *021* prepoznaju kao jedan od novosadskih brendova koji radi u javnom interesu za građane Novog Sada i izbalansirano izveštava o događajima koji su važni za glavni vojvođanski grad.

RADIO 021 – FROM RADIO TO WEB PORTAL: 20 YEARS OF LOCAL ACTIVISM

Summary

The aim of this paper is to establish if *Radio 021* from Novi Sad has been working for the public interest since the first research (2007). In order to explain how this radio station functions, for gathering most of the data, the case study method was used, the technique of scientific interview. *Radio 021* successfully went through the privatization process in 2005. The research has shown the following results (compared to 2007 research): the radio station has widen its target audience from only women to men and women between 30 and 50; the news is recorded while the news program is four hours shorter; other stations' production is still present, but only one program a day; radio *021* has its own program production, but it is mostly programs financed through projects. The web portal *021* is one of the most visited news portals in Novi Sad and Vojvodina. Although the number of employees has been reduced by one third, and self-sustainability fell from 80% to 60%, the audience still consider *Radio 021* to be an advocate of local activism and a guardian of public interest at the local level.

Keywords: *Radio 021*, target group, news program, web portal, internet, local activism, public interest.

LITERATURA

- Browne, Donald R. (1988). *What's local about local radio? A Cross-National Comparative Study*. Minnesota: International Institute of Communications.
- Merčun, Milan (1975). Naš lokalni radio. *RTV teorija i praksa – časopis 1*. Beograd: RTB.
- Nikolić, Mirjana (2007). Savremeni lokalni radio u Beogradu. *Anatomija radija – zbornik*. Beograd: RTS – Fakultet dramskih umetnosti.
- Pralica, Dejan (2011). Popularnost lokalnog radija. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, br. XXXVI-2. (127-138).
- Zlatković, Jovanka (2001). *Uzvodno do 021 – beleške april – jun 1999*. Novi Sad: Izdavačka delatnost Radija 021.
- Novosadski informativni portal:*
<http://www.021.rs/> (posećeno: 10.12.2017).
- <http://www.021.rs/story/Novi-Sad/Vesti/155230/Portal-021-jedan-od-pet-najboljih-informativnih-sajtova.html> (posećeno: 10.12.2017).
- <http://www.021.rs/story/Novi-Sad/Vesti/162591/VIDEO-FOTO-Dvadeset-godina-Radija-021.html> (posećeno: 10.12.2017).
- Regulatorno telo za elektronske medije:*
<http://rem.rs/sr/registar-pruzalaca-medijskih-usluga/862> (posećeno: 10.12.2017).
- http://rem.rs/sr/registar-pruzalaca-medijskih-usluga?utf8=%E2%9C%93&q%5Bsearch%5D=radio&q%5Bzona_pokriivanja%5D=Lokalno+podru%C4%8Dje (posećeno: 10.12.2017).
- Zakon o javnom informisanju i medijima:*
http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html (posećeno: 10.12.2017).

Andrijana Rabrenović
Dragić Rabrenović
Lokalni javni emiter Radio Bijelo Polje
Bijelo Polje, Crna Gora

UDC 654.195:004.738.5(497.16)

ZNAČAJ LOKALNOG RADIJA NA INTERNETU – SLUČAJ CRNE GORE

APSTRAKT

Radio je kao prvi elektronski, masovni medij, usljed brojnih tehnoloških dostignuća doživio transformaciju u sasvim novi medij – radio na internetu. Time su bitno izmijenjena osnovna svojstva radija koja su do unazad nekoliko decenija bila njegova osobenost. Prije svega se misli na auditivnost i efemernost radija. U ovom radu je fokus prije svega na lokalnim javnim radio stanicama u Crnoj Gori, koje su specifičnost tog medijskog sistema. Kako se u teoriji često navodi, radio se u kontinuitetu programski mijenjao, od radija koji nudi „ponešto za svakoga“, do radija koji nudi „sve za nekoga“. Osim toga, radio uopšte, samim tim i lokalni, dobija na značaju mogućnošću prezentovanja sadržaja na internetu. U suštini, taj način prezentovanja sadržaja pružio je novinarima brojne mogućnosti – osim teksta i audio-zapisa, sada su tu i video zapisi, kao i foto galerije. Takođe, ne manje bitno, u smislu novinarskih žanrova, ove promjene su dodatno doprinijele njihovoj hibridizaciji. Dok za zaposlene u medijima znače kontinuirano usavršavanje za tzv. 24/7 izvještavanje. Upotrebom deskriptivne metode ukazaćemo na osnovne karakteristike crnogorskog medijskog sistema, pa ćemo kroz istorijsku metodu pojasniti kako su nastajale lokalne javne radio stanice u Crnoj Gori. Nakon toga ćemo na reprezentativnim primjerima analizirati kako je lokalni radio u Crnoj Gori iskoristio prednosti interneta i zadovoljio komunikacione potrebe publike, sada više ne samo lokalne, već zahvaljujući internetu – mnogo brojnije.

Ključne riječi: lokalni javni radio, internet, onlajn mediji, medijamorfaza, Crna Gora

Teorijsko-metodološki okvir rada

Polazna hipoteza u ovom radu je da su lokalne javne radio stanice u Crnoj Gori transformisane u multimedijalne platforme, odnosno onlajn medije, čime je dodatno unaprijeđen njihov značaj u lokalnoj zajednici.

Ovom medijamorfozom je uslijedio niz promjena. Najznačajnija je izmijenjena same *prirode medija*, od elektronskog lokalnog, do onlajn-globalno dostupnog medija. Promijenjen je i *način izvještavanja*, uz radijsko su prisutni elementi novinskog i TV izvještavanja (*multimedijalno*), pri čemu se uz zvuk, objavljuju tekst, fotografija i video sadržaji. Osim toga je promijenjena i *publika*, koja je dislocirana i nije više geografski određena, nije isključivo lokalna zajednica, već potencijalno cijeli svijet.

Takođe, primjetna je intenziviranija *interaktivnost*, odnosno način komunikacije sa publikom. Povratna sprega danas se ogleda u tome da publika može na više različitih načina da komentariše, reaguje, sugerise, za razliku od ranijih kontakt programa ili pisama slušalaca. Još jedna značajna karakteristika medija koja je evidentna u ovoj transformaciji jeste *nelinearnost*. Danas korisni-

ci biraju način i redosljed konzumiranja sadržaja, koji se ranije slušao po tačno utvrđenoj programskoj šemi i nije se mogao ponoviti kada jednom ode u etar, osim u slučaju reprize programa.

Predmet ovog rada je medijamorfoza lokalnih javnih emitera u Crnoj Gori, odnosno stepen transformacije koji su postigli u prelasku od klasičnog radija, do radija na internetu. Obuhvatićemo svih 14 emitera od kojih tri posluju kao radio-televizije, dok su ostali isključivo radio stanice. Pri čemu treba napomenuti, da je od preostalih 11 emitera četiri registrovano kao radio-televizija, iako u trenutku analize nijesu započeli emitovanje televizijskog programa (AEM, 2016).

Posljednjih godina mediji u Crnoj Gori, kako štampani, tako i elektronski, po ugledu na globalne prepoznali su i iskoristili tehnološka dostignuća. Među njima su u značajnoj mjeri i lokalni javni emiteri čije ćemo multimedijalne platforme, odnosno njuz portale i društvene mreže analizirati u ovom radu. Pokušaćemo da utvrdimo kako je lokalni radio u Crnoj Gori iskoristio prednosti interneta i koliko je unaprijeđen njegov značaj.

U radu ćemo se služiti istorijskom, deskriptivnom i komparativnom metodom. Nastojaćemo da pomoću istorijske metode obuhvatimo period nastanka lokalnih javnih radio stanica, dok ćemo upotrebom deskriptivne metode ukazati na osnovne karakteristike crnogorskog medijskog sistema, kao i veb portala pojedinih medija. Komparativna metoda će nam poslužiti da ukažemo na sličnosti i specifičnosti pojedinih multimedijalnih platformi i osnovne karakteristike koje one obuhvataju.

Jedna od osobenosti crnogorskog medijskog sistema jeste podjela na javne (nacionalni, regionalni i lokalni), komercijalne i neprofitne emitere. Prema podacima Agencije za elektronske medije Crne Gore, nacionalni emiter je *Radio Televizija Crne Gore*, dok program emituje i 14 lokalnih javnih emitera. Komercijalnih radio emitera je 37, dok je 14 televizija. Pri čemu postoje i dva neprofitna emitera (radio *Fatih* i radio *Homer*) (AEMb:2016).

Lokalne radio stanice su nastajale od sedamdesetih godina prošlog vijeka. Prema podacima koje je sistematizovao Ivanović (2014), prva je nastala u Nikšiću 1973. godine. Nekoliko godina kasnije počinju sa radom radio stanice na crnogorskom primorju, posebno nakon zemljotresa koji je 15. aprila 1979. godine zadesio Crnu Goru. Među prvim na jugu dobijaju stanice Bar (1979), Herceg Novi (1981) i Tivat (1982). Nešto kasnije radio stanice su osnovane i u Ulcinju (1987), Kotoru (1987) i Budvi (1988). Na sjeveru Crne Gore lokalnu radio stanicu dobija Bijelo Polje (1990), a naredne godine počinje sa emitovanjem programa i Radio Cetinje. Berane radio stanicu dobija 1992. godine, a Pljevlja 1994. godine. Među poslednjim radio stanice nastaju u Danilovgradu (1995), Rožajama (1998) i Andrijevici (2005).⁸⁰

Transformacija klasičnih u nove medije

Denis MekKvejl razmatrajući promjene u svijetu medija i tehnologija, iznosi zapažanje da „ne možemo valjano upoređivati stari medijski poredak masovne komunikacije novim poretom internet komunikacije u nastajanju“. Ovu tvrdnju pojašnjava time da su „oni previše međusobno povezani i dijele mnogo zajedničkih ciljeva“ i „da masovna komunikacija ostaje primaran i vje-

⁸⁰ Pored radio stanica, u tri opštine nastale su i lokalne televizije i to: u Nikšiću (1995), Budvi (1998) i Pljevljima (2006) (Ivanović, 2014).

rovatno dominantan oblik komunikacije s osnovnim smislom koji je umnogome ostao kao i prije: pokušaj da služe komunikacionim potrebama velike većine medijskih potrošača (publika) putem velikih organizacija posvećenih proizvodnji i distribuciji“ (MekKvejl 2016:25).

Eksplzivni rast svjetske mreže, kako zapaža Rodžer Fidler (Roger Fidler) omogućio je elektronskim medijima da kreiraju interaktivne servise, posebno zahvaljujući spajanju dva ključna faktora. Kao prvi faktor navodi „osnovnu sposobnost mreže da lako spoji i prikaže sve oblike digitalnog sadržaja – tekstove, grafičke prikaze, audio i video sadržaje“, dok se drugi odnosi na sve veću sposobnost korisnika kućnih kompjutera da isplativim putem dobiju multimedijalne sadržaje (Fidler 2004: 284/285). Ovaj autor ističe da tokom proučavanja sistema komunikacije kao cjeline vidimo da „novi mediji ne nastaju spontano i nezavisno – oni se pojavljuju postupno kroz metamorfozu starih medija. I da pojavom novijih medija komunikacije stariji oblici obično ne zamiru - oni nastavljaju da se razvijaju i prilagođavaju (Fidler 2004:41).

Džon Vivian (John Vivian) konstatuje da je „uticaj interneta na druge medije bio dubok“ (Vivian 2008: 255), što potvrđuje time da novine imaju onlajn izdanja, radio stanice emituju programe onlajn, dok televizijske mreže prodaju programe za isporuku putem Interneta. Vivian smatra da je internet efikasan način isporuke svih vrsta masovne komunikacije i da „postoje predviđanja da će svi tradicionalni mediji potpuno preći na internet u nekoj vrsti konvergenije“ (Vivian 2008: 255).

Nova paradigma masovnog komuniciranja, kako je naziva Stjepan Malović, ukazuje na to da je došao kraj masovnom komuniciranju kakvo poznamo i da nijesmo sigurni u kojem smjeru će se novi poredak razvijati. Ali uviđa da se promjene koje su donijele tehnologije u sferi medija prije svega odnose na to da su se pojavili „novi komunikatori, poruka se kreira drugačije, a može ju sročiti svatko; imamo nove kanale, snažnije i moćnije od prijašnjih, koji su usto i dvosmjerni, a primatelji mogu odmah reagirati na poruku“ (Malović 2014:132).

Iz pomenutih razloga dolazimo do zaključka da je značajno istražiti medijamorfazu masovnih medija i njihovu prisutnost na onlajn platformama. Smatramo da je u sistemu koji je i dalje u procesu tranzicije, kao što je crnogorski, potrebno analizirati promjene koje se kontinuirano dešavaju. Jedna od tih promjena je ona kojom se bavimo u ovom radu, transformacija lokalnih javnih emitera iz elektronskog u multimedij.

Rezultati istraživanja

Nakon što zaključuje da tradicionalni radio igra značajnu ulogu u proširenju znanja o nacionalnoj kulturi i društvu i da podržava kulturnu kreativnost i građansko učešće u javnoj sferi, Miroslava Vijelopoljska-Simura (Miroslawa Wielopolska-Szymura) pita se da li će radio na internetu preuzeti ulogu očuvanja kulturnog identiteta publike i stvaranja zajednice slušalaca (Wielopolska-Szymura 2014:115). Upravo polazeći od tog pitanja, da li će i lokalni javni emiteri u Crnoj Gori odgovoriti tom izazovu, sproveli smo istraživanje koje za hipotezu ima da su zapravo dobili na još većem značaju.

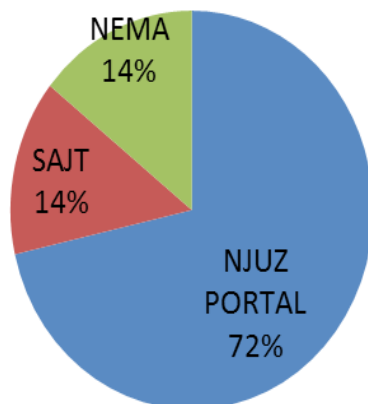
Fenomen medijamorfoze, odnosno transformacije iz tradicionalnog elektronskog medija u novi medij, istraživali smo na primjeru svih 14 lokalnih javnih emitera u Crnoj Gori. Ova analiza rađena je u avgustu 2017. godine pomoću istorijske, deskriptivne i komparativne metode. Za

potrebe rada je kreiran tabelarni obrazac pomoću koga su unošeni podaci za sve obuhvaćene kategorije.

U cilju prikazivanja elastičnosti i otpornosti radija kao medija, nastojali smo da ukažemo na karakteristike koje su omogućene zahvaljujući tehnološkim dostignućima. Tvrdnja da je radio nesumnjivo otporan medij, kako smatraju Oliveira, Stakira i Starki (Madalena Oliveira, Grażyna Stachyra, Guy Starkey), može se dokazati na više načina. Jedan od njih je prilagođavanje izazovima novih medija i fenomenima kao što su veb-stranice, društvene mreže i digitalno emitovanje (Oliveira, Stachyra&Starkey 2014:iii).

Na početku istraživanja analizirali smo koji od javnih radio emitera imaju i neku veb-platforamu. U analiziranom periodu od ukupno 14, njih 10 ima informativni veb-portal i to *Radio Herceg Novi*, *Radio Tivat*, *Radio Kotor*, *RTV Budva*, *Radio Bar*, *Radio Cetinje*, *RTV Pljevlja*, *Radio Bijelo Polje*, *Radio Berane*, *Radio Rožaje*. *Radio Andrijevisa* ima veb stranu na kojoj su dostupni samo kontakt podaci o mediju i striming radijskog programa, dok se na strani *RTV Nikšića* nalazi samo obavještenje da će uskoro početi emitovanje audio i video programa putem interneta. Pri čemu su dvije radio stanice bez bilo kakve platforme na internetu i to *Radio Ulcinj* i *Radio Danilovgrad* (Grafikon 1.)

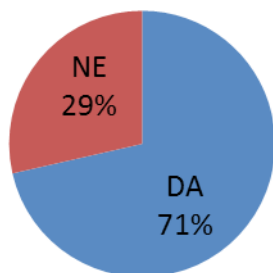
LOKALNI JAVNI EMITERI NA INTERNETU



Grafikon 1 – Lokalni javni emiteri na internetu

Iako pojedini emiteri nemaju njuz portale, ipak imaju prenos radio programa putem interneta. Analizirajući uzorak od 14 radio stanica došli smo do podatka da striming ima deset radio stanica (Grafikonu 2.). Ovu opciju ne nudi *Radio Berane*, iako ima njuz portal.

STRIMING



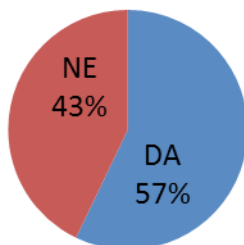
Grafikon 2 – Striming radio programa na internetu

Dalju analizu usmjerili smo na istraživanje deset njuz portala i obradili kategorije svojstvene novim medijima kako bi ukazali na značaj koji radio stanice dobijaju ovom medijamorfozom.

Jedna od mogućnosti koje mijenjaju način izvještavanja i komunikacije sa recipijentima, pa čak i samu prirodu publike, predstavljaju društvene mreže. Kako je ustanovljeno u istraživanju Evropske radio-difuzne unije (EBU) (2011: 6), javni radio emiteri aktivni su onlajn, a posljednjih nekoliko godina uvećali su angažman na društvenim medijima kao što su Facebook, Twitter i internet stranicama za razmjenu video zapisa kao što je YouTube.

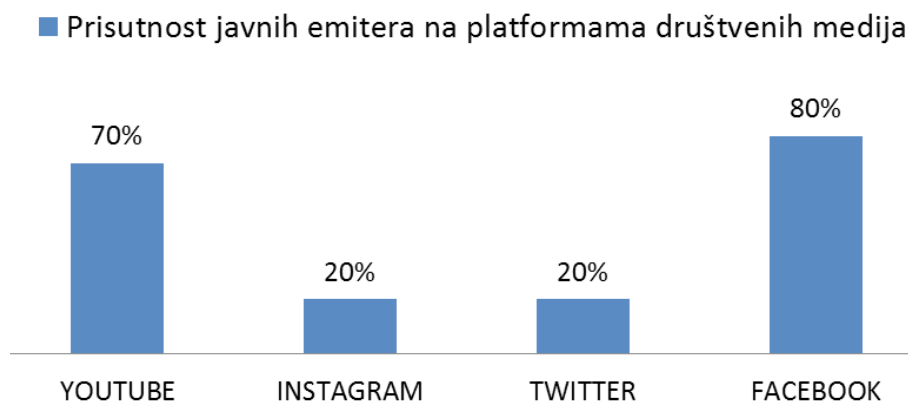
Analizirali smo na koji način su tradicionalni mediji iskoristili ovaj trend i kako su se prilagodili novim medijima. Prvi kriterijum iz ove grupe je – da li lokalne javne radio stanice imaju stranicu ili profil na bilo kojoj od društvenih mreža? U analiziranom periodu više od polovine imali su bar neku od društvenih mreža, ili u odnosu osam prema šest koje nemaju (*Grafikon 3*).

DRUŠTVENE MREŽE



Grafikon 3. - Društvene mreže

Naredni kriterijum koji smo analizirali jeste koji se društveni mediji od ponuđena četiri (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) najčešće koriste. Od ukupno 10 njuz portala osam ima zvaničnu stranicu na Facebook-u, sedam kanal na YouTube-u, dok po dvije imaju profile na Instagram-u i Twitter-u (*Grafikon 4.*). S obzirom na to da je najveći broj analiziranih medija iskoristio Facebook kao kanal za komunikaciju sa publikom dodatno smo pristupili svakoj od zvaničnih stranica i utvrdili da je riječ o aktivnim stranama na kojima se uglavnom objavljuju informacije lokalnog karaktera. Uočava se da su linkovani sadržaji sa njuz portala i da su objavljene fotografije i tekstovi. Osim toga, kod svih je uočen trend interakcije sa korisnicima koji komentarišu ili reaguju na neku od objava. Potencijal koji je Facebook omogućio tradicionalnim medijima, osim u smislu brže komunikacije, primjetan je i po broju pregleda pojedinih sadržaja ili broju prijavljenih pratilaca.



Grafikon 4 – Prisutnost javnih emitera na platformama društvenih medija

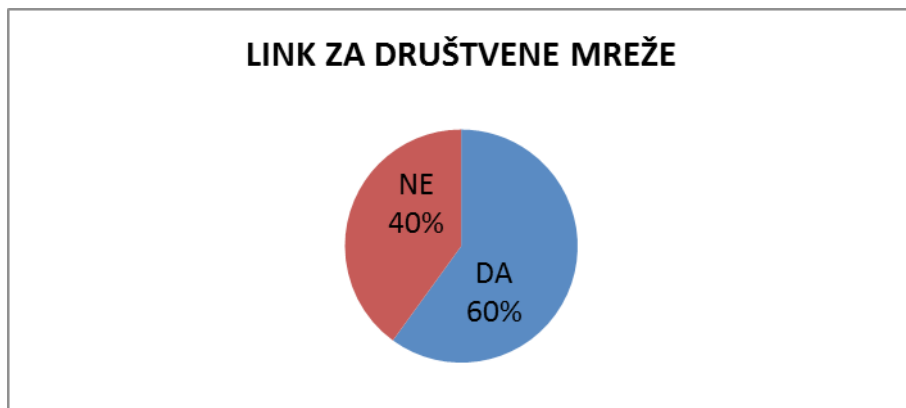
Kada je riječ o video servisima za dijeljenje sadržaja, među kojima se izdvaja YouTube, dolazimo do podatka da ga većina analiziranih medija koristi.

Na ovom primjeru je uočljiv stepen medijamorfoze medija koji su donedavno bili isključivo auditivni. Zapaža se i promjena načina izvještavanja, jer se sadržaji pripremaju kao da je riječ o televizijskim programima. Čak sedam radio stanica koristi YouTube kako bi plasirali priče iz lokalne zajednice putem interneta i tako ih učinili dostupnijim široj javnosti. Karakteristično je da su radio emiteri u tehničkom smislu napravili promjene i da je transformacija išla na nekoliko nivoa. Tako su pored audio snimača, sredstvo za rad postali foto aparati i video kamere. Događaji o kojima se izvještava na lokalnom nivou postaju zabilježeni na više načina i objavljeni kako na sopstvenom portalu, tako i na stranicama društvenih mreža.

Iako je u velikom procentu iskorišten Facebook i YouTube, sa druge strane mali broj radio stanica je pokrenuo profile na Instagramu i Twitter-u. Samo po dvije medijske kuće aktivne su na ovim mrežama i to: *Radio Bijelo Polje* i *RTV Cetinje* na Instagramu, dok su na Twitter-u zastuplje-

ni *RTV Cetinje* i *Radio Bar*. Na svim profilima pomenutih društvenih medija objavljuju se uglavnom informacije lokalnog karaktera, odnosno vijesti koje su se našle na njuz portalu.

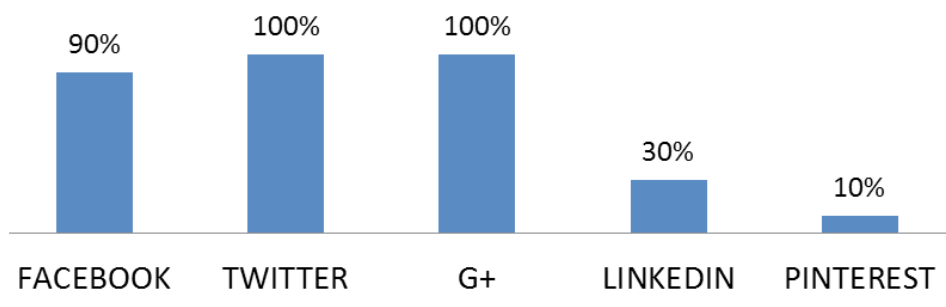
Koliko su emiteri u Crnoj Gori prepoznali značaj interakcije kroz upotrebu društvenih medija, bilo je naredno polje našeg interesovanja. Analizirali smo koliko njih je objavilo link prema stranim i profilima na društvenim mrežama. Uočavamo da je tu opciju iskoristilo šest portala: Budva, Herceg Novi, Bar, Cetinje, Pljevlja i Bijelo Polje (*Grafikon 5.*).



Grafikon 5 – Link za društvene mreže na veb portalu

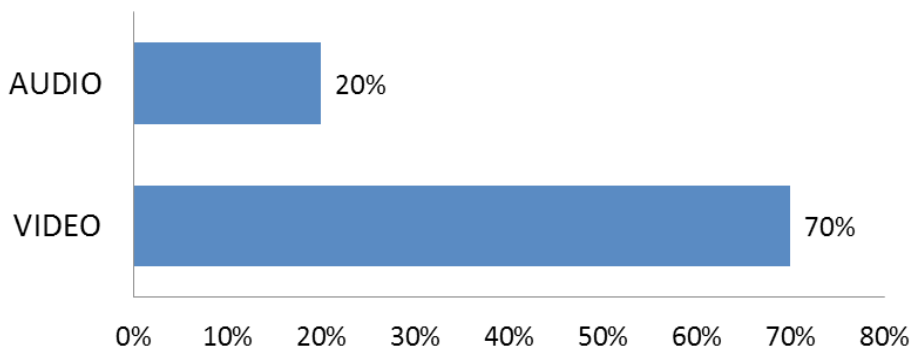
Povezana kategorija sa prethodnima je i način na koji portali omogućavaju dijeljenje sadržaja koje su objavili. Zaključujemo da su predstavnici medija prepoznali činjenicu da se većom upotrebom interneta kod građana, pružaju veće mogućnosti za plasiranje i dijeljenje informacija. Kod svih portala je zapaženo da su omogućili dijeljenje na Twitter-u i Google+, dok je devet ponudilo opciju dijeljenja sadržaja putem Facebook-a. Međutim, malo su korištene opcije dijeljenja prema mreži LinkedIn i kod svega jednog portala na Pinterest-u (*Grafikon 6.*).

■ DJELJENJE SADRŽAJA KA DRUŠTVENIM MREŽAMA



Grafikon 6 – Dijeljenje sadržaja ka društvenim mrežama

Posebno smo analizirali upotrebu audio i video servisa koji služe za objavljivanje sadržaja i primijetili da je dominantnija upotreba video servisa. Čak 70% portala koristi neki oblik objavljivanja video sadržaja ili ima kanal za rasprostiranje video klipova. Kada je riječ o audio servisima, u analiziranom periodu koristili su ih *Radio Rožaje* i *Radio Bijelo Polje* (Grafikon 7.).



■ ONLAJN AUDIO I VIDEO SERVISI

Grafikon 7 – Onlajn audio i video servisi

Važnost prepoznavanja ovog alata od strane javnih emitera može se sagledati iz više uglova. Značajno je što je osim trenutnog emitovanja video sadržaja uz neki tekst obezbijedena i trajna dostupnost, odnosno arhiviranje tog materijala na nekom servisu. Takođe, obezbjeđuje se veća slušanost, odnosno više pregleda informacija, koje su ranije nepovratno odlazile u etar. Time je radio izmjenom strukture i prilagođavanjem novim medijima prevazišao efemernost kao jedan od nedostataka u odnosu na ostale medije.

Zahvaljujući ovim platformama publika može da pogleda dešavanja o kojima je ranije mogla da se informiše jedino zvukom. Tu dolazi do izražaja promjena prirode medija, prelazak iz auditivnog u multimedij. Kako to bilježi Reis, „u radiju konceptualizujemo auditivno, dok se na internetu možemo pozvati na hipermedijsko novinarstvo. Ako je radio izražavanje putem zvuka, radio na internetu je istovremeno zvuk, multimedij i interaktivna izražajnost“ (Herrerros 2008: 63, po Reis, 2014:42).

Takođe, dolazi i do prelaska iz linearnog u nelinearni medij. Informacije koje su se mogle čuti u određenom trenutku na radio programu, sada su dostupne u svakom trenutku kako u audio, tako i u video formi, uz mogućnost da se prate nelinearno. Posjetioci portala mogu da biraju, da li će pročitati tekst ili prvo pogledati video zapis. Pri čemu i dalje mogu da biraju kada će to biti i koji dio snimka će gledati.

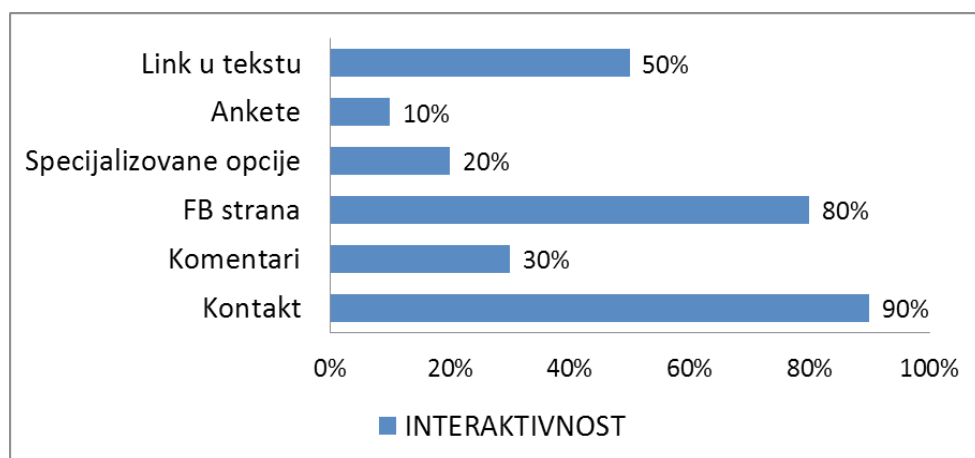
U ovom trendu, koji donosi medijamorfozu, uočava se i promjena u prirodi publike. U današnje vrijeme recipijenti su konzumenti ili korisnici, koji traže nove sadržaje i nove načine njihovog plasiranja, dok su ranije to bili slušaoci. Pri čemu su tehnološke inovacije dovele do preokreta koji se odrazio na komunikacionu šemu, odnosno na smjer putanje poruke. Korisnici su postali komunikatori, a mediji u pojedinim slučajevima recipijenti. Prema MekKvejlomovom mišljenju, upravo najveća promjena u medijima „može biti u povećanju kapaciteta za prikupljanje informacija od publike i korisnika (a ne obrnuto), i primjenom ovoga za stvaranje i praćenje zahtjeva i povećanje pažnje“ (MekKvejl 2016:26).

Iz ovih razloga u analizu smo uključili i kategoriju interaktivnosti kao jednu od najznačajnijih promjena u načinu komunikacije. Kako zaključuju Bredšou (Paul Bradshaw) i Rohuma (Liisa Rohumaa) „Interaktivnost znači da je korisnicima omogućeno da komuniciraju sa medijskom organizacijom, sa pojedinim novinarima, i krucijalno jedni sa drugima“ (Bradshaw& Rohumaa 2011:120). Za razliku od mnogih teoretičara koji su istakli važnost dvosmjerne komunikacije, oni su fokus stavili na trosmjernu strukturu komuniciranja. Iz tog razloga je važno analizirati u kojoj mjeri su tradicionalni mediji u Crnoj Gori prepoznali ovu odliku medijamorfoze.

Zaključili smo da je u 90% slučajeva prisutna opcija kontakt na portalu, gdje su pružene osnovne informacije o brojevima telefona ili e-mail adresama. Slijedi, u osam slučajeva, komunikacija sa korisnicima putem Facebook strane, koju su ovi mediji pokrenuli uz veb portal. Ustanovili smo da kao vid interaktivnosti, odnosno komunikacije na relaciji medij-korisnici, opciju postavljanja linkova (tekst, audio, video) ka nekim sadržajima koristi polovina portala (*Grafikon 8.*). Bredšou i Rohuma napominju da je tehnologija linkovanja, osnovni primjer za interaktivnost (Bradshaw&Rohumaa 2011:125).

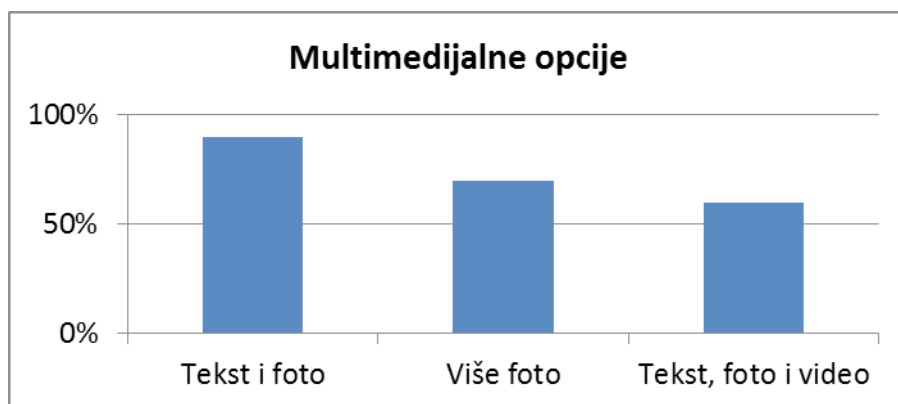
Iako su komentari direktan način povratne reakcije od korisnika, ova opcija je prisutna samo u tri slučaja. Kao jedan od razloga može se izdvojiti dostupnost komentarisanja na FB stranama ovih medija. Anketu kao opciju interakcije, odnosno način saznavanja mišljenja korisnika o određenim temama značajnim za lokalnu zajednicu imao je samo jedan medij.

Osim ovih, dva portala imaju opcije za unapređeniju saradnju medija sa lokalnom zajednicom. Oblik participacije u kreiranju programa i onlajn sadržaja, odnosno mogućnost kolaborativnog novinarstva, pružaju portal *Radija Bijelo Polje*, koji ima baner pod nazivom Građani novinari i portal *Radija Herceg Novi* kroz opciju Slušaoci javljaju.



Grafikon 8 – Interaktivnost

Značajna promjena, koju smo uočili prelaskom radija, iz etra na internet, jeste upotreba multimedijalnih sadržaja (*Grafikon 9.*). Na devet portala informacije su objavljene u formi teksta sa fotografijom, na sedam je uz određeni tekst nekada objavljeno i po više od jedne fotografije, dok je u šest slučajeva bilo i tekstova koji su uz fotografiju imali i video snimak. Javni emiteri su u značajnoj mjeri prepoznali trend koji multimedijalni sadržaji nude i sve više ga koriste.



Grafikon 9 – Multimedijalne opcije

Takođe, u polje analize je uvrštena i mogućnost postavljanja kategorije za arhiviranje sadržaja. Imajući u vidu koliko je značajno da se objave nađu na internetu u bilo kojem trenutku, i da nemaju ograničavajući prostor, smatrali smo da bi ovakva opcija dodatno doprinijela kako skladištenju informacija, tako i ponovnom pristupu. Kako zapaža Melodi Kramer (Melody Kramer,

2015), lokalni javni mediji su kao javne biblioteke i lokalni muzeji, zato što doprinose očuvanju kulture, obrazovanja i angažovani su u smislu omogućavanja razumijevanja važnih tema. Upravo je iz ovog razloga značajno što su radio emiteri u Crnoj Gori prešli i na onlajn platforme i što su samim tim omogućili arhiviranje sadržaja i očuvanja kulturne baštine. Ipak, iako su svi objavljeni podaci dostupni na internetu, samo na portalu *Radio Tivta* se nalazi posebna kategorija Arhiva.

Zaključak

Nakon analize postojećih njuz portala lokalnih javnih emitera u Crnoj Gori zaključujemo da su uglavnom prepoznali mogućnosti novih medija i da prate trend kada je u pitanju prelazak iz auditivnog u hipermedij. Od ukupno 14 emitera, 11 emituje program putem interneta, dok deset ima aktivne informativne portale sa multimedijalnim sadržajima. Pored toga, zaključujemo da su u izvjesnoj mjeri prepoznali i značaj društvenih medija za njihovo funkcionisanje i u većini slučajeva imaju strane ili profile na nekim od njih, pri čemu je dominantan Facebook.

Međutim, smatramo da je potrebno da se više iskoriste određene prednosti i uklone nedostaci. Između ostalog je moguće da se na portalima nađe kategorija arhiva, koja za sada nije dovoljno korištena. Takođe, potrebno je da redakcije više koriste mogućnosti plasiranja kako audio, tako i video snimaka. Osim toga, i dalje svi javni emiteri nemaju profile na analiziranim društvenim medijima, iako ovaj vid komunikacije pruža brojne mogućnosti.

Uprkos izdvojenim nedostacima, smatramo da je potvrđena polazna hipoteza da su lokalne javne radio stanice u Crnoj Gori transformisane u nove multimedijalne platforme. Samim tim je dodatno unaprijeđen njihov značaj u lokalnoj zajednici što se može vidjeti kroz različite pozitivne strane medijamorfoze. Nekada radio stanice sa programom koji emituju na FM predajnicima, danas su medijske kuće koje su izmijenile način izvještavanja i prezentovanja sadržaja, samim tim i način komunikacije sa publikom. Stepenn interaktivnosti je na većem nivou u odnosu na tradicionalni radio i omogućava korisnicima da osim što učestvuju u prijemu, mogu biti i kreatori poruke, kako napominje MekKvejl (MekKvejl, 2016). Pri čemu se ne smije izgubiti iz vida mogućnost interakcije korisnika sa korisnikom u trouglu koji su omogućili mediji, kako uviđaju Rohuma i Bredšou (Bradshaw&Rohumma 2011).

Zahvaljujući novim medijima i alatima koje oni omogućavaju radio je postao istinski radio na internetu, a imajući u vidu trend razvoja u Crnoj Gori možemo zaključiti da su radio emiteri uglavnom to prepoznali i iskoristili. Jer kako su zapazili Veljanovski i Ugrinić „lokalni radio omogućava njegovanje identiteta određene sredine, kako kulturnog, privrednog, turističkog, etnološkog, tako, vrlo često i etničkog, religijskog, jezičkog“ (Veljanovski&Ugrinić 2014: 66). Imajući u vidu ovakvu ulogu radija i novonastalu promjenu, odnosno prelazak iz lokalnih radio stanica, u radio na internetu, smatramo da je dodatno unaprijeđen značaj koji su imali u dosadašnjem medijskom sistemu. Naime, nakon što su postali onlajn dobili su mogućnost multimedijalnog izvještavanja i plasiranja sadržaja putem više različitih platformi i objavljivanje, rasprostiranje i čuvanje tema značajnih za lokalnu sredinu. Samim tim je uvećan broj korisnika koji nije ograničen dometom frekvencija ili nacionalnim granicama.

Reference

- AEM, (2016). Pregled lokalnih javnih radio emitera, pristupljeno 10.8.2017. URL: http://www.ar-dcg.org/index.php?option=com_sobi2&catid=5&Itemid=9999
- AEMb, (2016), Emiteri i operateri, pristupljeno 10.8.2017. URL: http://www.ar-dcg.org/index.php?option=com_sobi2&Itemid=84
- Bradshaw, P.&Rohuma, L. (2011). The Online Journalism Hanbook, Essex:Pearson Education Limited.
- European Broadcasting Union (EBU), (2011). Public radio and new media platforms 2011, pristupljeno 20.6.2017. URL:https://www.ebu.ch/CMSImages/en/MONTAGE__WEB_Executive_summ_SIS_Radio_2011_A4_tcm6-72187.pdf
- Fidler, R. (2004). *Mediamorphosis*. Beograd: Clio.
- Ivanović, J. (2014). Od Volujice do digitalne televizije: razvoj radio-difuzije u Crnoj Gori/From Volujica to Digital Television: development of broadcasting in Montenegro: 1904-2014, Podgorica: Telcon.
- Kramer, Melody. (2015). „Why does local matter? Let’s ask our audience“, pristupljeno 23.8.2017. URL: <https://www.poynter.org/news/why-does-local-matter-lets-ask-our-audience>
- Malović, S., Maletić, F., Vilović, G., & Kurtić, N. (2014). Masovno komuniciranje. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
- MekKvejl, D. (2016). Razmišljanja o prelasku iz doba masovnih komunikacija u digitalno doba. Media and Communication / Mediji i komunikacije, br. 6, 21-31.
- Oliveira, Madalena., Stachyra, Grażyna & Starkey, Guy (2014). Introduction, in Radio: The Resilient Medium, ed. M. Oliveira, G. Stachyra & G. Starkey (Sunderland: Centre for Research in Media and Cultural Studies University of Sunderland): iii-vi, pristupljeno 25.6.2017. URL:<http://eprints.bournemouth.ac.uk/23272/7/Radio%20The%20Resilient%20Medium%20-%20paperback%20final.pdf>
- Reis, Ana Isabel (2014). „Radio news on the internet: is sound still dominant?“, in Radio: The Resilient Medium, ed. M. Oliveira, G. Stachyra & G. Starkey (Sunderland: Centre for Research in Media and Cultural Studies University of Sunderland): 41-51, pristupljeno 25.6.2017, URL: <http://eprints.bournemouth.ac.uk/23272/7/Radio%20The%20Resilient%20Medium%20-%20paperback%20final.pdf>
- Ugrinić, A. & Veljanovski, R. (2014). Savremeni radio sa praktikumom radio novinarstva, Beograd: Fakultet političkih nauka, Čigoja štampa.
- Vivian, J. (2008). Media of Mass Communication, 9th Edition, Boston: Allyn & Bacon.
- Wielopolska-Szymura, Mirosława (2014). Radio as an old and a new medium: Sustaining cultural identities of listeners, in Radio: The Resilient Medium, ed. M. Oliveira, G. Stachyra & G. Starkey (Sunderland: Centre for Research in Media and Cultural Studies University of Sun-

derland): 115-124, pristupljeno 25.6.2017, URL: <http://eprints.bournemouth.ac.uk/23272/7/Radio%20The%20Resilient%20Medium%20-%20paperback%20final.pdf>

THE SIGNIFICANCE OF LOCAL RADIO ON THE INTERNET – THE CASE OF MONTENEGRO

Summary

Radio, as the first electronic mass media, due to numerous technological advances has undergone a transformation into a new media – radio on the Internet. This has significantly changed the basic features of radio that, until a few decades ago, were its characteristics. First of all we imply the thought of auditory features and ephemerality of radio. In this work, the focus is primarily on local public radio stations in Montenegro, which are the specificity of the media system. As the theory often cited, the radio has continuously changed the program from the radio that offers “something for everyone” to radio offering “everything for someone. In addition, the radio as a whole, therefore the local too, becomes more significant with the possibility of presenting the content on the Internet. In fact, this way of presenting the content has offered journalists a number of possibilities – in addition to text and audio records, there are now videos too, as well as the photo galleries. Also, no less important, in terms of journalistic genres these changes have further contributed to their hybridization, while for the employees in the media this means continuous training for the so-called 24/7 coverage. By using descriptive methods we will point out the main characteristics of the Montenegrin media system, and through historical method we will clarify the order of occurrence of the local public radio station in Montenegro. After that we will analyze how local radio in Montenegro took advantage of the benefits of the Internet in the example of representative examples and thus met the communication needs of the audience, now no longer just local, but thanks to the Internet – far more numerous.

Key words: local public radio, the Internet, online media, , mediamorphosis, Montenegro

Nataša Ružić
Fakultet političkih nauka
Univerzitet Crne Gore
Podgorica, Crna Gora

UDC 654.195:004.738.5(497.5)“RADIO DUX”

MODERNIZACIJA PORTALA MANJINSKIH NARODA (STUDIJA SLUČAJA: *RADIO DUX*)

APSTRAKT

Nesumnjivo je da su manjinski mediji oduvijek imali ključnu ulogu u informisanju svoje nacionalne zajednice, kao i promovisanju nacionalnog i kulturnog identiteta. Razvoj tehnologije otvorio je nove mogućnosti pred manjinskim medijima koji su počeli da koriste prednosti digitalnog svijeta, suočavajući se ujedno i sa problemima koje sa sobom donosi *World Wide Web*. Postalo je očigledno da osnivanje portala, reklamiranje i šerovanje sadržaja na različitim platformama nije garancija za bolju posjećenost bez proizvodnje kvalitetnog sadržaja. Konvergencija tehnologije, vizualizacija, podcast samo su neke od prednosti veb radija. Radio je, kao fleksibilan medij, pretrpio značajne izmjene u pogledu načina prezentiranja programskog sadržaja, načina obraćanja i komuniciranja sa publikom. Imajući u vidu pomenute promjene na savremenom tržištu, u ovom radu ćemo analizirati stepen modernizacije manjinskih medija na primjeru medija hrvatske nacionalne manjine.

Ključne riječi: manjine, informisanje, online mediji, konvergencija tehnologije, *radio Dux*

Uvod

Jedno od osnovnih prava manjinskih naroda je pravo na osnivanje sopstvenih medija i informisanje na maternjem jeziku. Ovo pravo je zagantovano članom 9 Okvirne Konvencije za zaštitu nacionalnih manjina. Glavnu nedoumicu u ostvarivanju ovog prava predstavlja pitanje kako očuvati i zaštititi manjinske medije imajući u vidu da je riječ o neprofitabilnim medijima koji ne mogu samostalno opstati na tržištu. Još osamdesetih godina XX vijeka mnoge zemlje su se trudile da na različite načine pruže podršku manjinskim medijima. U SAD 1978. godine usvojena je *Politika davanja prednosti* prema kojoj su prilikom dodjele dozvola za rad, prednost imali oni mediji u čijoj vlasničkoj strukturi su bile zastupljene manjine. Vrijeme je pokazalo da mediji podliježu zakonima tržišta i stoga vlasnik kao pripadnik manjinske grupe nije garancija da će se taj medij baviti sopstvenom manjinom. (Korni, 1999: 108) *BBC* je pokušao poboljšati stepen informisanja i vidljivosti manjina zapošljavanjem predstavnika manjinskih naroda jer su smatrali da su oni bolje upoznati sa položajem svojih sunarodnika, što će rezultirati kvalitetnijim izvještavanjem o manjinskim temama. Ali, ispostavilo se da ovaj pokušaj nije donio očekivani rezultat i da su manjinski mediji zapravo najbolji instrument očuvanja nacionalnih, kulturnih, jezičkih i vjerskih osobenosti. Kroz programske sadržaje na sopstvenom jeziku, manjine će očuvati jezik, kulturu, tradicije i običaje svog naroda, ali će ujedno i promovisati svoju kulturu među mlađom populacijom

sunarodnika. Manjinski mediji predstavljaju važan kanal komunikacije prije svega unutar samih manjina, a zatim i između manjine i većine, kao i manjine i matične države. Mirosljub Radojković i Branimir Stojković smatraju da najvažniji problem manjinskih medija predstavlja odnos sa globalnim društvom koji može rezultirati dvijema krajnostima „prevelika orijentacija na nezavisnost dovodi u pitanje integritet globalnog društva, dok premalo distance u odnosu na većinsko društvo može da vodi asimilaciji i nestajanju manjina...“ (Radojković, Stojković, 2009: 132) Stoga je potrebno naći zlatnu sredinu po ovom pitanju.

Radojković i Stojković izdvajaju četiri modela u odnosu između države i manjinskih medija: država preduzimač, država blagostanja, država partner i liberalni model. U prvom slučaju država finansira manjinske medije pomoću subvencija što se odražava na uređivačku politiku. Država blagostanja za razliku od države preduzimača takođe finansijski pomaže manjinskim medijima, ali se ne miješa u njihov rad. Država partner ima pravo da interveniše u oblasti manjinskih medija ne vodeći računa o opstanku tih medija. (Radojković, Stojković, 2009:132) Na današnjem tržištu dominira model liberalne države koji je manjinske medije u potpunosti prepustio tržištu. Manjinski mediji u tim uslovima su dužni da se takmiče sa komercijalnim, mainstream medijima i nađu alternativne izvore prihoda jer nisu „privlačni“ najvećem broju oglašivača.

U Crnoj Gori manjinski mediji su zaštićeni jer dobijaju finansijsku podršku od države kroz Fond za zaštitu i ostvarivanje manjinskih prava. Naravno, ta sredstva nisu dovoljna za ležeran rad medija, ali u uslovima ekonomske krize, kada je javni dug veći od 63.19% BDP-a, nerealno je očekivati da država poveća izdvajanja za manjinske medije. Ne treba zaboraviti da uspješan rad manjinskih medija umnogome zavisi ne samo od finansija, već i od samih manjina, njihovog uloženog truda i želje da učine svoj medij boljim. U Crnoj Gori manjine su osnovale svoje medije, ali postavlja se pitanje da li ti mediji pružaju kvalitetan sadržaj svojim sunarodnicima i koliko prate promjene na savremenom tržištu. U ovom radu ćemo na primjeru medija hrvatske nacionalne manjine *Radija Dux* analizirati fleksibilnost ovog medija i pokušati odgovoriti na pomenuto pitanje.

Metodologija

U radu polazimo od pretpostavke da manjinski mediji ne koriste prednosti nove tehnologije. U cilju utvrđivanja stepena modernizacije *Radija Dux* korišćemo metodu analize sadržaja. Prilikom analize korišćen je kodni list koji sadrži varijable: teme, žanr, autorstvo, obilježja autorstva, metode prikupljanja informacija, izvori. Međutim, u analizi ćemo se posebno fokusirati na vizuelnu prezentaciju i grafičku opremu koja će nam najbolje pokazati stepen korišćenja konvergencije tehnologije. Jedinicu analize čine tekstovi objavljeni u periodu od 13. jula do 13. avgusta 2017. godine. Ovaj period smo odabrali jer obiluje tradicionalnim kulturnim dešavanjima poput Don Brankovih dana muzike u sklopu međunarodnog muzičkog festivala *Kotor Art*.⁸¹

⁸¹ Međunarodni festival KotorArt datira još iz 2001. godine. Cilj Festivala je promovisanje nacionalne i lokalne kulturne baštine, kao i kulturna razmjena na međunarodnom nivou. Od 30. juna do 14. avgusta 2017. godine održan je deveti Međunarodni festival Kotor Art, koji je okupio preko 1.500 učesnika iz 20 zemalja. Počasni predsjednik KotorArta i jedan od njegovih osnivača bio je poznati književnik, intelektualac i katolički sveštenik Don Branko Šbutege, pa dio muzičkog programa Međunarodnog festivala Kotor Art nosi naziv „Don Brankovi dani muzike“. Ovaj muzički program tradicionalno počinje na Dan državnosti,

Pravo na informisanje manjina u Crnoj Gori

Pravo na informisanje zagarantovano je nacionalnim manjinama Ustavom Crne Gore, Zakonom o manjinskim pravima i slobodama, kao i medijskim zakonima. Prema članu 79 Ustava Crne Gore manjine imaju pravo na razvoj i očuvanje nacionalne, kulturne i vjerske posebnosti, na korišćenje nacionalnih simbola i obilježavanje nacionalnih praznika, na školovanje i informisanje na maternjem jeziku, na zastupljenost u Skupštini Crne Gore i u organima državne vlasti i lokalne samouprave, na osnivanje prosvjetnih, kulturnih i vjerskih udruženja, kao i na osnivanje Savjeta za zaštitu i unaprijeđenje ljudskih prava. (Službeni list Crne Gore br. 1/2007) Član 12 Zakona o manjinskim pravima i slobodama omogućava manjinskim narodima osnivanje medija i nesmetan rad zasnovan na slobodi izražavanja mišljenja, slobodnom protoku informacija, slobodi istraživanja, prikupljanja i objavljivanja informacija. Osim toga, javni servis se obavezuje da najmanje jednom mjesečno emituje programski sadržaj posvećen životu, kulturi i identitetu manjinskih naroda na službenom jeziku. (Službeni list Republike Crne Gore br. 031/06, 051/06, 038/07, 002/11, 008/11, 031/17)

Medijski zakoni takođe garantuju manjinama pravo na informisanje na maternjem jeziku. Na primjer, član 3 Zakona o medijima nalaže državi da obezbijedi dio finansijskih sredstava za programske sadržaje na albanskom jeziku i jezicima drugih nacionalnih manjina. (Službeni list Crne Gore br. 051/02, 062/02, 046/10, 073/10, 040/11) Država ispunjava navedene obaveze finansirajući štampanje nedjeljnika na albanskom jeziku *Koha Javore*, kao i proizvodnju programskog sadržaja u okviru javnog emitera koji je namijenjen manjinama. Prema članu 9 Zakona o javnim radio-difuznim servisima iz 2012. Godine, *RTCG* ima obavezu da afirmiše i njeguje kulturni i etnički identitet manjinskih zajednica.⁸² Za potrebe informisanja manjinskih naroda, proizvodnju kulturnog i obrazovnog programa i informisanje osoba sa invaliditetom država je svake godine preko Ministarstva kulture u prosjeku izdvajala po 200.000 eura,⁸³ ali na osnovu programsko-produkcionog plana *TVCG* možemo zaključiti da obaveze prema manjinama nijesu ispunjene. U 2015. i 2016. godini program za manjine je činio svega 2% ukupne programske šeme na *TVCG*. Možemo slobodno reći da je javni emiter postao prepoznatljiv u javnosti po tome što je sredstva iz budžeta koristio za kupovinu filmskog i sportskog programa zalazeći u polje komercijalnog emitera i zbog toga je nevladin sektor često kritikovao i prozivao *RTCG*. Upravo iz tog razloga prema najnovijim izmjenama Zakona o nacionalnom javnom emiteru *Radio i Televizija Crne Gore*, tačnije članu 9a, *RTCG* je dužna da pripremi programsko-produkциони plan i sprovede javnu raspravu u trajanju od 45 dana da bi se utvrdilo da li javni emiter ispunjava programske obaveze prema javnosti. Nakon toga se potpisuje Ugovor između Vlade i *RTCG* kojim se utvrđuje visina sredstava i izvor za njihovo finansiranje. Ugovorom se definišu i programski sadržaji namijenjeni manjinama (Službeni list Crne Gore br. 079/08, 045/12, 043/16, 054/16).

Jasno je da komercijalni mediji nisu u obavezi da proizvode sadržaje za manjinske zajednice. Osim toga, zakoni tržišta nalažu mainstream medijima da se vode prvenstveno ekonomskim interesima. U tim uslovima javni emiter ostaje jedini medij koji može integrisati manjine u društvo

odnosno 13. jula ispred Katedrale Svetog Tripuna.

⁸² Zakon o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore, Službeni list Crne Gore br. 79/2008

⁸³ Prema finansijskim izvještajima, *RTCG* je za ove potrebe u 2013. godini dobio 200.000 eura, naredne godine – 290.000 eura, 2015 – 150 000 eura.

kroz proizvodnju i emitovanje sadržaja kroz koje bi se javnost mogla upoznati sa tradicijom, kulturom i običajima manjinskih naroda. Imajući u vidu da *RTCG* do sada nije ispunio svoje obaveze prema manjinskim zajednicama, manjinski narodi su pokrenuli svoje medije.

Manjinski mediji na crnogorskom tržištu

Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine u Crnoj Gori živi 28,73 % Srba, 8,65% Bošnjaka, 4,91% Albanaca, 3,31% Muslimana, 1,01% Roma i 0,97 % Hrvata (Monstat, 2011). U skladu sa zakonskom regulativom i pravom na informisanje na maternjem jeziku, manjine su osnovale svoje medije koji su uglavnom stacionirani u područjima u kojima živi najveći broj predstavnika određene manjinske grupe. Na primjer, mediji albanske nacionalne manjine se nalaze u Ulcinju ili Tuzima, a hrvatske nacionalne manjine u Tivtu.

Shvatajući ulogu i značaj medija u očuvanju i promovisanju nacionalnog i kulturnog identiteta, sve manjinske grupe osnovale su svoje medije. Srpska nacionalna manjina je pokrenula radijsku stanicu *Radio Cool*, kao i portal www.srpskenovinecg.com u okviru kojeg se može pratiti *Srpski radio* i *Srpska televizija*, Bošnjaci izdaju *Bošnjačke novine*, a imaju i svoj portal www.bosnjak.me. Albanska nacionalna manjina informiše svoje sunarodnike kroz nedeljnik *Koha Javore*, *Radio Teuta*, *TV Teuta*, *Radio Elita* i *TV Boin*. Romi pokušavaju očuvati svoj kulturni identitet kroz časopis *Alav*, *Romski radio* i portal www.rae-portal.com. Muslimani su osnovali portal www.muslimanicg.info, kao i medije religioznog karaktera poput radijske stanice *Fatih*, novine *Elif*, portala www.monteislam.com, dok su Hrvati pokrenuli mjesečnik *Hrvatski glasnik* i *Radio Dux*.

Manjinski mediji finansiraju se raspodjelom novčanih sredstava putem konkursa preko Fonda za zaštitu i ostvarivanje manjinskih prava, podrškom iz matične države, kao i donacijama iz dijaspore. Ta sredstva im omogućavaju da jedva opstaju, ali ne i da se razvijaju u smislu ulaganja u modernizaciju samog medija, opremu, edukaciju i stručno usavršavanje novinara.

Razvoj tehnologije podstiče medije da se konstantno mijenjaju i prilagođavaju u želji da zadrže svoju publiku. Savremene radijske stanice u poređenju sa tradicionalnim pretrpjele su značajne izmjene koje su rezultirale gubitkom pojedinih funkcija i specifičnih obilježja radija kao medija, ali su i olakšale posao u pogledu praćenja publike. Radio više nije nevidljiv medij, niti je medij jedne dimenzije, a uz vizualizaciju se polako gubi i funkcija sekundarnosti, kao i podsticanje imaginacije kod slušaoca što je u prošlosti navođeno kao glavna prednost radija. Osim toga, zahvaljujući tehnologiji znatno je povećana interaktivnost radijskog programa. Rade Veljanovski objašnjava da je interaktivnost oduvijek postojala na radiju i u prošlosti se manifestovala kroz uključanja u kontakt program, ali danas uz pomoć podkasta slušaoci mogu da oblikuju sadržaj kako žele (Veljanovski, 2014: 184). Ključna prednost interaktivnosti ogleda se u „demokratizaciji samog radija jer povećava uticaj publike na njegovu koncepciju“ (Veljanovski, 2014: 184).

Brojni trendovi na savremenom tržištu poput pojave novih medija i konvergencije, omogućili su manjinskim zajednicama da lakše osnivaju medije, jeftinije proizvode sadržaj, budu dostupniji publici i privuku zemljake iz dijaspore kroz kvalitetniji programski sadržaj i na takav način obezbijede sebi dodatne izvore prihoda. Kroz konvergenciju tehnologije, odnosno spajanje različitih alata za proizvodnju i distribuciju vijesti novinar može zanimljivije plasirati priču i detaljnije informisati publiku o nekom događaju ili važnom društvenom problemu. Ali, sa nekreativnim i

amaterskim sadržajima manjinski mediji ne mogu očekivati posjećenost među mladom generacijom svojih sunarodnika. Sudeći po portalima, manjinske zajednice nisu prepoznale prednosti novog medija ili nisu zainteresovane za modernizaciju svojih elektronskih publikacija.

Radio Dux

Prema podacima Monstata, najveći broj Hrvata živi u Tivtu, Kotoru, Podgorici i Herceg Novom, stoga ne treba da čudi što su upravo u nekim od pomenutih gradova osnovana dva medija hrvatske nacionalne manjine. To je štampani mjesečnik *Hrvatski Glasnik* i *Radio Dux*. Prvi broj *Hrvatskog Glasnika* izašao je 2003. godine zahvaljujući nevladinoj organizaciji Hrvatsko građansko društvo (Ružić, 2013:176), dok je *Radio Dux* osnovala NVO Dux Croatorum 2009. godine. Online izdanje *Hrvatskog Glasnika* je dostupno na sajtu Hrvatskog građanskog društva,⁸⁴ dok se štampano izdanje može naći u Katedrali Sv. Tripuna u Kotoru, u prostorijama same nevladine organizacije, kao i kod Andrije Krstovića. Mjesečnik izlazi uz finansijsku podršku Fonda za zaštitu i ostvarivanje manjinskih prava, Dubrovačko-Neretvanske županije, Turističke zajednice grada Zagreba i državnog ureda za Hrvate izvan Hrvatske. Međutim, evidentno je da i pored odličnog kvaliteta štampe ovog mjesečnika u cilju približavanja digitalnoj generaciji neophodno ga je osavremeniti, unaprijediti sadržaj i pokušati privući pažnju mlađe publike kroz moderniji portal. Sva dosadašnja istraživanja su pokazala da mlađa generacija nema naviku čitanja štampanih izdanja (dnevni novina, nedjeljnika i mjesečnika), pa je praktičnije uložiti finansijska sredstva u pokretanje online izdanja.

Za razliku od *Hrvatskog Glasnika*, *Radio Dux* vodi računa o promjenama na tržištu, pa je ovaj medij dostupan starijoj publici na frekvencijama 97,4 fm i 100,8 fm, ali i digitalnoj generaciji koja može pratiti program putem interneta na portalu www.radiodux.me. Medij hrvatske nacionalne manjine uživo emituje program i pruža svojim slušaocima mogućnost da se informišu o najvažnijim dešavanjima kroz nekoliko rubrika: Društvo, Hrvatska, Kultura, Sport, Svijet i regija. Na portalu se takođe mogu poslušati raznovrsne emisije „Tragom Hrvata Boke i događaja”, „Bokobran”, „U svjetlu kulture”, „Kutak za poslovni trenutak” i „Mladi Hrvati Boke”. U okviru emisije „Tragom Hrvata Boke i događaja” novinari jednom nedeljno ugoste poznatog umjetnika, naučnika, odnosno istaknutu ličnost hrvatskog porijekla koja živi na teritoriji Boke kotorske, odnosno Crne Gore. Emisija „Bokobran” je posvećena umjetnosti Boke kotorske. Kao što i sam naziv govori emisija „U svjetlu kulture” se bavi kulturnim dešavanjima kroz intervju sa umjetnicima. U emisiji „Kutak za poslovni trenutak” uspješni biznismeni dijele savjete i otkrivaju tajne uspješnog poslovanja slušaocima *Dux radija*. Emisiju „Mladi Hrvati Boke” vode i uređuju srednjoškolci iz Kotora i Tivta koji shodno svojim interesovanjima biraju teme iz oblasti kulture, jezika, istorije, sporta, muzike, itd. Naravno, programska šema na radiju se mijenja. Na primjer, prije par godina na *Radiju Dux* su se mogle pratiti emisije „Eko Boka” i „Neptun”. Prva je bila posvećena ekološkim pitanjima, a druga se bavila pomorstvom, nautičkim turizmom i ribarstvom (Ružić, 2013: 178). Na veb stranici *Radio Duxa* izdvojena je rubrika Domaćica kroz koju se slušateljke i slušaoci mogu upoznati sa receptima mediteranske kuhinje. Kao izdvojenju rubriku nalazimo Izbori 2016 u okviru koje se plasiraju informacije vezane za partiju Hrvatska građanska inicijativa i njene kandidate za odbornike na lokalnim i parlamentarnim izborima. Kao i na svim radijskim

⁸⁴ www.hrvaticg.com

stanicama, u programskoj šemi *Dux radija* preovlađuju muzički formati. U muzičkom dijelu programa uglavnom se mogu poslušati pjesme savremenih hrvatskih izvođača i mediteranska muzika. *Radio Dux* ne emituje informativni program, već servisne informacije o najvažnijim društvenim i kulturnim zbivanjima toga dana.

Kao što smo već rekli u Uvodu, u cilju utvrđivanja stepena modernizacije ovog medija odlučili smo da analiziramo sadržaj *Radija Dux* u periodu od 13. jula do 13. avgusta fokusirajući se na rubrike Društvo i Kultura. U pomenutom periodu se pored Don Brankovih dana muzike održavaju brojne kulturne i društveno-kulturne manifestacije, poput Kotorskog karnevala, Fašinade, Skalinade, pozorišne predstave, koncerti klasične muzike, izložbe, itd.

Istraživanje je pokazalo da je od sredine jula do sredine avgusta u rubrikama Društvo i Kultura objavljeno 129 tekstova, tačnije 87 u rubrici Društvo i 42 u rubrici posvećenoj kulturnim dešavanjima. U rubrici Društvo zastupljene su raznovrsnije teme: informacije iz oblasti politike, društveno-kulturne, vijesti posvećene religioznim svetkovinama, servisne informacije, dok u kulturnoj rubrici nalazimo informacije o koncertima klasične muzike, promocijama knjiga, izložbama slika, itd.

Tabela 1. Teme

Kulturni događaji	54
Društveno-kulturni događaji	11
Društveno-muzičko-turistički	10
Religiozne svetkovine	11
Muzički događaji	12
Umjetnička dešavanja	5
HGI	7
Hrvatsko nacionalno Vijeće	4
Matica Hrvatska	2
Društveni događaji	4
Takmičenja	2
Krizne situacije	1
Servisne informacije	1
Društveni problem	2
Politika	1
Prava manjina	1
Reklamiranje medija hrvatske nacionalne manjine	1

Kao što možemo vidjeti iz date tabele, u istraživačkom periodu dominiraju informacije iz oblasti kulture iz kojih publika može saznati o predstojećim kulturnim dešavanjima. Podjednak broj tekstova je posvećen društveno-kulturnim događajima poput različitih karnevala, Fašinade, itd. U društveno-kulturno-muzičke događaje svrstali smo manifestacije „Ljeto dobrog ukusa”, Lastovske fešte na kojima se uz druženje i muzički program degustira hrana i piće. Pod umjet-

ničkim događajima podrazumjevamo revije filmova, izložbe fotografija, itd. U ovom periodu nalazimo dvije informacije o društvenim problemima: pravilno korišćenje ponti i podizanje svijesti o značaju dojenja novorođenčadi. Neznatan broj tekstova je posvećen politici HGI, tačnije informacije o zvaničnim susretima ministrice bez portfelja Marije Vučinović sa ambasadorom Slovenije i otpravnikom poslova ambasade Republike Makedonije, intervjui poslanika Adrijana Vuksanovića, itd.

Dvanaest vijesti koje su objavljene u rubrici Društvo prije bismo mogli svrstati u kulturnu rubriku. Zanimljivo je da su tekstovi o početku (www.radiodux.me, 14. 7. 2017) i završetku (www.radiodux.me, 14. 7. 2017) Don Brankovih dana muzike objavljeni u rubrici Društvo, iako bismo ih mogli prije svrstati u kulturnu rubriku. Informacije o najavama jedne te iste pozorišne predstave nalazimo u obje rubrike. Na primjer, „Predstava za djecu Elza i zaleđeni Hans na Ljetnoj pozornici Tivat” objavljena je u rubrici Kultura 18. jula, a u rubrici Društvo 6. avgusta.

Tabela 2. Žanr

Vijest	115
Izveštaj	10
Intervju	3
Reportaža	1

Žanrovski ubjedljivo preovlađuju vijesti, ali nalazimo i neznatan broj intervju a i izvještaja. Novinari su koristili izvještaje, odnosno duže forme sa većim brojem citata pri informisanju javnosti o otvaranju Don Brankovih dana muzike, sastanku Odbora Mreže parlamentarnih odbora za ekonomiju, finansije i evropske integracije zemalja Zapadnog Balkana, sastanku premijera Hrvatske sa članovima partije HGI, itd. U ovom periodu objavljena su tri intervju a sa prof. Ivom Županovićem, poslanikom Adrijanom Vuksanovićem i umjetnikom Stevanom Lutovcem.

Tabela 3. Metode prikupljanja informacija

Novinar izvještava sa mjesta događaja	26
Obrada saopštenja	4
Preuzeta informacija o događaju	10
Najava događaja	83
Teško je utvrditi	6

S obzirom da na portalu preovlađuju najave događaja, jasno je da se do najvećeg broja informacija dolazi pretragom interneta, odnosno vijesti se pronalaze u redakciji, a ne izvan nje. Ne treba zaboraviti da su na *Radiju Dux* zaposlene dvije novinarke, stoga ne možemo očekivati drugačiji način dolaska do informacija. Novinarke su izvještavale sa mjesta događaja o pojedinim kulturnim događajima i dešavanjima koja se tiču Hrvata: izbor Zvonimira Dekovića za predsjednika Hrvatskog nacionalnog Vijeća, osnivačka Skupština Matice Hrvatske, okrugli sto o Nacrtu Zakona o isticanju i upotrebi nacionalnih simbola, otvaranje Internacionalnog ljetnjeg karnevala, itd.

Najveći broj informacija (127) potpisano je od strane samog medija, odnosno nije ukazano niti ime niti prezime ili inicijali novinarki. Naravno, način obilježja autorstva zavisi od uređivačke politike medija. Samo dvije vijesti su potpisane drugim medijem, odnosno veb-stranicom državne institucije. U tekstu „Vuksanović: Bojkot opozicije ne ugrožava europski put” u svojstvu autora se navodi *RTCG*, a web-stranica skupstina.me ukazana je kao autor vijesti „Predsjednik Odbora za bezbjednost i odbranu sastao se s veleposlanikom Republike Hrvatske”.

Tabela 4. Grafička oprema

Tekst i fotografija	85
Tekst i ilustracija	5
Tekst i plakat	32
Tekst, fotografija i video-snimak	2
Fotografija i audio-snimak	3
Tekst, fotografija, audio i video-snimak	2

Kada je u pitanju vizuelna prezentacija, sve informacije su praćene grafičkom opremom, tačnije fotografijama ili ilustracijama. Tri teksta su opremljena fotografijom i audio-snimkom, dok u dva slučaja tekst sadrži raznovrsnu grafičku opremu – fotografije, video-snimak, audio-snimak, kao i fotografiju i video-snimak. U ovom periodu objavljeno je ukupno 513 fotografija, četiri video-snimka i pet audio-zapisa. Na primjer, tekst „Sedmo izdanje SeaRock festivala 21. i 22. 7. u Kotoru” sadrži promotivni video-snimak. U tekstu „Energičnim koncertom KIC POP zbora otvoren 16. Internacionalni ljetnji karneval” kroz video-snimak se prenosi dio koncerta i atmosfere sa mjesta događaja. Audio-snimak u kojem možemo poslušati mini-intervju sa profesorom Ivom Županovićem nalazimo u tekstu „Upravljanje pontama u Boki kotorskoj u pravcu potpune održivosti”. Pojedine političke teme i društveno-kulturna dešavanja praćeni su fotografijama, audio i video-snimkom. Na primjer, susret premijera Republike Hrvatske Andreja Plenkovića sa članovima HGI-ja u Podgorici sadrži više kategorija (www.radiodux.me, 2. 8. 2017) kao i tekst o muzičkom nastupu klape Cambi. (www.radiodux.me, 9. 8. 2017)

Tabela 5. Sadržaj grafičke opreme

Obilježje institucije	2
Osoba koja se spominje u tekstu ili citira	19
Osoba koja se spominje u tekstu i mjesto događaja	19
Mjesto događaja i objekat koji se spominje	9
Mjesto događaja	15
Informacije o događaju na plakatima	32
Objekat koji se spominje	16
Pozivnica na kulturni događaj	2

Osoba koja se spominje u tekstu, objekat koji se spominje i pozivnica	1
Tekst koji se citira i osoba koja se spominje u tekstu	1
Iz promotivnog videa	1
Teško je utvrditi	12

U sadržaju grafičke opreme dominiraju plakati sa informacijom o događaju. Podjednako je zastupljena kategorija osobe koja se spominje ili citira u tekstu i osobe koja se spominje u tekstu u kombinaciji sa mjestom događaja. Pod mjestom događaja podrazumijevamo fotografije sa same svečanosti, promocije, mise ili mjesto, odnosno grad gdje je održan neki društveni ili kulturni događaj. U 16 informacija nalazimo objekat koji se spominje u tekstu, tačnije fotografije promovisane knjige, umjetničkih slika i građevina. Fotografije su u vezi sa tekstom, ali u pojedinim slučajevima prilikom najave nekog događaja nalazimo nepotpisanu fotografiju na osnovu koje ne možemo doći do zaključka da li je snimljena prošle ili prethodne godine, s obzirom da je riječ o tradicionalnim kulturnim dešavanjima i da se u tekstu najavljuje taj događaj.

Jedan od etičkih problema predstavlja neukazivanje izvora prilikom objavljivanja fotografija. Imajući u vidu da je ovaj medij prvenstveno najavljiavao događaje, jasno je da je i preuzimao fotografije sa drugih sajtova, ali nije ukazivao izvor. Samo u sedam tekstova nalazimo izvore fotografija. Na primjer, Skupština Crne Gore je izvor fotografije u tekstu „Predsjednik Odbora za bezbjednost i odbranu sastao se s veleposlanikom Republike Hrvatske”, a fotografije sa susreta ministricе bez portfelja Marije Vučinović sa ambasadorom Slovenije, kao i susreta sa otpravnicom poslova ambasade Republike Makedonije preuzete su sa sajta gov.me. Fotografije sa nastupa poznatog violiniste Stefana Milenkovića i ansambla Tango Compas, kao i sa koncerta „Music Forces United” su preuzete sa sajta KotorArt.

Svi naslovi su informativnog tipa, ali u jednom slučaju nalazimo netaktičan naslov, a u jednom nezgrapnan. U tekstu „Karadaglić i vrhunski umjetnici nastupaju večeras” naslov je netaktičan imajući u vidu da je i Miloš Karadaglić renomirani izvođač koji je međunarodno priznat, ali ovakva oprema teksta navodi na drugačiji zaključak. Tekst posvećen otvaranju Don Brankovih dana muzike opremljen je nezgrapnim naslovom: „Kao neka vječna glazba naše slave, našeg jada, zvonila su od davnina stara zvona moga grada”. Ovaj naslov jeste u vezi sa tekstom, ali ne odražava srž i suštinu događaja.

Tabela 6. Izvori

Službeni	47
Sekundarni	2
Nije ukazan	79
Neimenovani	1

Radio Dux najčešće koristi službene izvore, odnosno izjave ministrica bez portfelja Marije Vučinović, poslanika HGI Adrijana Vuksanovića, sveštenika don Iva Čorića, umjetnika koji nastupaju, itd. Kao sekundarni izvori informacija se koriste programi manifestacija. U tekstu „Počeo Kotorški vremeplov” nalazimo citat u kojem nije ukazan izvor informacija. Kao što smo već rekli, u ovom mediju preovlađuju najave događaja u kojima uglavnom nijesu ukazani izvori, ali su tekstovi korektno obrađeni. Na osnovu analize ove varijable došli smo do zaključka da ni manjinski mediji nisu zaobišli copy-paste novinarstvo. U periodu istraživanja nalazimo potpuno ili djelimično kopiranje šest tekstova koji su kroatizovani. Naravno, ova brojka je neznatna imajući u vidu da je *Radio Dux* u ovom periodu objavio 129 informacija. Vijesti „KotorArt u znaku Tanga”, „Potpora velikih glazbenika Kotor Artu” „Karadaglić i vrhunski umjetnici nastupaju večeras”, „Luka Kotor dobitnik Cruise Critic nagrade” su copi- pastovane sa drugih sajtova ili medija. Informacija o održanoj misi „Blagdan Gospe od Snijega obilježen u crkvi na Verigama” sadrži bekgraund u kojem se objašnjava porijeklo naziva Blagdana. Iako je novinarka označila tekst italicom, nije ukazala da je kopirala pomenuto objašnjenje iz Wikipedie. Takođe u tekstu „Blagdan Svete Klare Asiške” pojašnjenje u bekgraudu o Klari Offreduccio je kopirano sa interneta bez ukazivanja izvora.



www.rtcg.me, 25.07.2017.



www.radiodux.me, 26.07.2017.

Zaključak

Na osnovu istraživanja dolazimo do zaključka da je *Radio Dux* relativno modernizovan medij. Zašto relativno modernizovan medij? Pohvalno je što ovaj manjinski medij ima svoju veb-stranicu jer dobar dio radijskih stanica u Crnoj Gori su odustali od svoje publike i ne žele da ulažu u veb-izdanje radi uštede sredstava. Većina radijskih stanica ne pruža informativni sadržaj publici, dok veb-izdanje služi isključivo za slušanje programa preko live streaminga. Pored veb-stranice sa informativnim sadržajem, *Radio Dux* je prisutan na društvenoj mreži Facebook na kojoj redovno ažurira stranicu i ima 2.541 prijatelja, kao i na Twitteru. Osim toga, pomenuta radijska stanica ima i svoj Youtube kanal, tako da možemo reći da koristi prednosti novih medija.

Međutim, analiza sadržaja je pokazala da se konvergencija tehnologije na *Radiju Dux* gotovo ne koristi i zastupljena je u svega sedam tekstova. Ova radijska stanica još uvijek nije vizualizovana, a nema ni svoj podcast. U cilju modernizacije ovog manjinskog medija prvenstveno je neo-

phodno povećati broj zaposlenih jer samo na takav način ovaj manjinski medij može napredovati i pružiti kvalitetniji sadržaj svojim sunarodnicima koji se neće zasnivati samo na najavi događaja. Pored direktorice na *Radio Dux* zaposlene su i dvije novinarke, muzička urednica i web administrator, odnosno tehnički urednik.⁸⁵ Tokom ljeta kada se svi kulturni događaji „sele” na primorje dvije novinarke ne mogu izvještavati o najvažnijim događajima. Istraživanje je pokazalo da se situacija sa manjkom kadra odražava na kvalitet informisanja, pa i poštovanje profesionalnih i etičkih standarda.

Ne treba zaboraviti da se karakteristike tradicionalnih radijskih stanica razlikuju od veb-stanica. Ukoliko je u prošlosti radio smatran sveprisutnim, sekundarnim, najbržim, nevidljivim, fleksibilnim medijem (Baraković, Mahmutović, 2013:10), razvoj tehnologije promijenio je karakteristike radija i dao mu nove prednosti. Radio više nije nevidljiv medij jer sve više radijskih stanica postavlja kamere u studio, odnosno danas možemo govoriti o vizualizaciji radija kao medija. Ukoliko su u prošlosti televizijski voditelji bili prepoznatljiva lica nekog medija, danas su takav status dobili i radijski voditelji. Podkast je sastavni i obavezni dio svake radijske stanice koji otvara nove mogućnosti u pogledu plasiranja sadržaja, kao i privlačenja pažnje mlađe generacije. Međutim, ključna odlika svakog medija je fleksibilnost. Ukoliko se medij ne bude prilagođavao publici, savremenim tehnologijama, teško da može imati i planirati budućnost.

Literatura

- Baraković V., Mahmutović M. (2013). *Osnovi radijskog novinarstva*. Tuzla: Off-set.
- „Kao neka vječna glazba naše slave, našeg jada, zvonila su od davnina stara zvona moga grada”, *Radio Dux*, URL: <http://www.radiodux.me/vijesti/drustvo/kao-neka-vjecna-glazba-nase-slave-naseg-jada-zvonila-su-od-davnina-stara-zvona-moga> (datum posjete: 14. 7. 2017).
- „Koncertom „Music Forces United” završeni šesnaesti Don Brankovi dani muzike”, *Radio Dux*, URL: <http://www.radiodux.me/vijesti/drustvo/koncertom-music-forces-united-završeni-sesnaesti-don-brankovi-dani-muzike> (datum posjete: 14. 8. 2017).
- Korni, Daniel (1999). *Etika informisanja*. Beograd: Clio.
- Popis stanovništva, domaćinstava i stanova u Crnoj Gori 2011. godine, Monstat, URL: [https://www.monstat.org/userfiles/file/popis2011/saopštenje/saopštenje\(1\).pdf](https://www.monstat.org/userfiles/file/popis2011/saopštenje/saopštenje(1).pdf)
- Radojković M., Stojković B. (2009). *Informaciono komunikacioni sistemi*. Beograd: Clio.
- Ružić N. (2013). *Mediji nacionalnih manjina u borbi za opstanak na tržištu* objavljeno u „Informisanje na jezicima manjina na zapadnom Balkanu: Sloboda, pristup, marginalizacija” (ur. D. Marko). Sarajevo: Media plan Institut.
- „Trajna potpora zaštiti hrvatskog identiteta”, *Radio Dux*, URL: <http://www.radiodux.me/vijesti/drustvo/trajna-potpota-zastiti-hrvatskog-identiteta> (datum posjete: 2. 8. 2017).

⁸⁵ <http://www.radiodux.me/vijesti/impressum>

„U sklopu obilježavanja Sv. Ane u Đurićima, glazbeni nastup klape Cambi za pamćenje”, *Radio Dux*, URL:<http://www.radiodux.me/vijesti/drustvo/u-sklopu-obiljezavanja-sv-ane-u-durici-ma-glazbeni-nastup-klape-cambi-za-pamcenje> (datum posjete: 9. 8. 2017).

Ustav Crne Gore, Službeni list Crne Gore br. 1/2007.

Veljanovski R. (2014). Savremeni radio sa praktikumom radio novinarstva. Beograd: Fakultet političkih nauka, Čigoja štampa.

Zakon o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore, Službeni list Crne Gore br. 79/08.

Zakon o manjinskim pravima i slobodama, Službeni list Republike Crne Gore br. 031/06, 051/06, 038/07, 002/11, 008/11, 031/17.

Zakon o medijima, Službeni list Crne Gore br. 051/02, 062/02, 046/10, 073/10, 040/11.

Zakon o nacionalnom javnom emiteru Radio i Televizija Crne Gore, Službeni list Crne Gore br. 079/08, 045/12, 043/16, 054/

MODERNIZATION OF MINORITY NATION PORTALS (CASE STUDY: RADIO DUX)

Summary

Minority media have undoubtedly always played a key role in informing their national community, and in promoting national and cultural identity. The development of technology has opened up new possibilities for minority media and they have started to take advantage of the digital world, but are also facing the problems that the World Wide Web brings along. It is clear that the setting up of portals, advertising and sharing contents on different platforms do not guarantee more visits without the production of quality content. The convergence of technology, visualization, podcast – these are just some of the benefits of web radio. Radio as a flexible medium has suffered significant changes regarding the way the program content is presented and the ways of addressing and communicating with the audience. Having in mind the above changes in the modern market, this paper will analyze the level of modernization of minority media based on the example of the Croatian national minority media.

Key words: minorities, informing, online media, convergence of technology, *radio Dux*

Nevena Simić
ACIMSI: Centar za rodne studije
Univerzitet u Novom Sadu
Novi Sad, Srbija

UDC 061-055.2(=214.58):004.738.5(497.11)

ANALIZA SADRŽAJA FEJSBUK STRANICA ROMSKIH ŽENSKIH ORGANIZACIJA U SRBIJI

APSTRAKT

Nove informaciono-komunikacione tehnologije pružaju veliki potencijal za razmenu informacija, međusobno povezivanje i aktivizam žena, naročito onih koje su često isključene iz ozbiljnih medijskih sadržaja i dvostruko diskriminisane, na osnovu roda i rase. Sajber prostor predstavlja autonomni prostor za bavljenje različitim značajnim pitanjima kao što su ona koja se tiču roda, rase, klase, seksualnosti, politike i mesto za feminističke glasove. U sajber prostoru žene iz marginalizovanih grupa imaju šansu da same postanu izvor informacija koje su im značajne, da na nov način oblikuju rodne uloge, da ukažu na probleme sa kojima se suočavaju u različitim sferama, da osude svaku vrstu nasilja nad ženama i decom, diskriminaciju, rasizam. Ovaj prostor je veoma važan za osnaživanje Romkinja. Cilj mi je da istražim sadržaje koje ženske romske organizacije prezentuju na internetskoj društvenoj mreži Fejsbuk, teme koje su za njih najrelevantnije i način na koji koriste ovaj medij kako bi ukazale na ono što im je važno. Metod koji koristim je kvantitativna i deskriptivna analiza sadržaja na Fejsbuk stranicama ženskih romskih organizacija. Rezultati istraživanja pokazuju na koji način se romske ženske organizacije predstavljaju na društvenoj mreži Fejsbuk, koje su teme kojima se bave, njihov društveni angažman i aktivizam putem ove mreže i kako je koriste kao informativni prostor gde čine vidljivijim pitanja koja smatraju značajnim.

Ključne reči: aktivizam, analiza sadržaja, Fejsbuk stranica, objava, romske ženske organizacije

Uvod

Sajtovi društvenih mreža omogućavaju ne samo sopstveno predstavljanje i održavanje veza sa prijateljima već i aktivizam koji služi postizanju određenog cilja. To su mesta gde ljudi učestvuju u društvenim aktivnostima, umrežavaju se, prosleđuju informacije, dele ih sa drugima, sklapaju prijateljstva, javno ispoljavaju emocije, društvenu brigu i održavaju postojeće veze (Radovanović 2010: 21). Popularni su širom sveta i privlače korisnike svih starosnih doba.

Zahvaljujući internetu svako je u mogućnosti da javno saopšti poruku i da dođe do informacija na osnovu ličnog izbora i vrednosne procene. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, u Srbiji se u 2016. godini za 1,4% povećao broj korisnika interneta u odnosu na 2015. godinu (RZS 2016: 23). Internet je najviše korišćen za gledanje video sadržaja (84,2%), čitanje onla-

in novina i časopisa (77%), traženje informacija o robi i uslugama (71,3%) i učešće na društvenim mrežama kao što su Fejsbuk i Tviter (68,7%).

Kako navodi *Cloud Media*, Fejsbuk je najpopularnija i najprofitabilnija društvena mreža na svetu koja ima 1,44 milijarde aktivnih korisnika na mesečnom nivou⁸⁶. U Srbiji ima oko 3,6 miliona korisnika. Svakodnevno se uloguje više od 60%, a nedeljno više od 80%. U proseku svaka druga osoba u Srbiji ima otvoren Fejsbuk nalog, a u urbanim sredinama taj procenat iznosi i do 75%. Ovo ukazuje na to da moć društvenih mreža kao digitalnog medijskog prostora postaje sve veća i ne sme se zanemariti.

Na društvenim mrežama sami kreiramo digitalni medijski sadržaj, delimo informacije koje su nam značajne, lakše proširujemo svoje društvene krugove, organizujemo akcije, poput onih humanitarnog karaktera koje predstavljaju mobilisajući potencijal ovog medija. Ovaj treći prostor je, po mišljenju sociologa Reja Oldenburga, najvažniji za čoveka jer predstavlja neutralno tlo gde sagovornici stiču osećaj društvene jednakosti, psihološke udobnosti i podrške (prema Radojčić 2008: 50). Na ovaj način razvija se sloboda govora, stvaranje javnog mnjenja u prostoru bez cenzure klasičnih medija, organizuju socijalni protesti, prevazilaze hijerarhije i razlike.

Romski ženski aktivizam skreće pažnju na marginalizovane grupe i svakodnevnu diskriminaciju koju trpe pripadnice romskog naroda. U pitanju je višestruka diskriminacija, odnosno intersekcionalnost, jer se dešava ne samo zato što su žene i zato što pripadaju manjinskoj, marginalizovanoj etničkoj grupi već i po drugim osnovama (klasa, rod, seksualna orijentacija, religijsko opredeljenje, zdravstveno stanje itd.). U borbi za nalaženje rešenja za probleme sa kojima se suočavaju, romske aktivistkinje koriste potencijal koji nude društvene mreže. One pružaju mogućnost stvaranja prostora za samoprezentaciju, lišenog stereotipa, prakse isključivanja i marginalizacije koja vlada u javnoj sferi. To je prostor u kojem mogu da daju doprinos svojoj zajednici, ispričaju svoje priče, proizvode sopstveni sadržaj, distribuiraju informacije, slobodno biraju diskurzivne pozicije, aktivno učestvuju u kreiranju svog identiteta i smanje osećaj otuđenosti od društvenopolitičkih procesa.

Dosadašnja istraživanja koja su se bavila prezentacijom Romkinja i Roma u medijima uglavnom su se fokusirala na elektronske medije (radio, televizija) i štampu. U akademskom korpusu Srbije, po mom saznanju, nema istraživanja o tome na koji način ženske romske organizacije koriste tehnološki kapital koji pružaju društvene mreže u borbi za rešavanje brojnih problema sa kojima se suočavaju.

Cilj istraživanja

Cilj mi je da istražim sadržaje koje ženske romske organizacije prezentuju na internetskoj društvenoj mreži Fejsbuk, teme koje su za njih najrelevantnije i način na koji koriste ovaj medij kako bi ukazale na ono što im je važno.

⁸⁶ <http://www.cloudmedia.rs/facebook-oglasavanje/>

Metod istraživanja

Metod koji koristim je kvantitativna i deskriptivna analiza sadržaja Fejsbuk stranica ženskih romskih organizacija koja se odnosi na pružanje informacija o samoj organizaciji i njeno predstavljanje (logo, datum osnivanja, broj članova, misija, link ka zvaničnoj internet stranici), na vrstu i sadržaj objava (informacije u vezi sa konkursima, organizovanjem akcija, skupova, fotografije, video materijal, objave u medijima, postignuća, nagrade), broj pratilaca, jezik koji se koristi, komentare ispod objava, postojanje kontakt informacija (e-mail, telefon).

U Srbiji postoji oko pedeset udruženja Romkinja. Neka od njih imaju Fejsbuk stranice, a neka su kreirala grupe. Analizom su obuhvaćene isključivo Fejsbuk stranice šest romskih ženskih udruženja i njihovih poslednjih trideset objava (ukupno 180). Jedinica analize je svaka objava pojedinačno. Sadržaj komentara ispod objava nije predmet analize, već samo konstatujem da li posetioci komentarišu sadržaje i da li sama organizacija učestvuje u takvoj komunikaciji. Datum poslednjeg pregleda je 22. maj 2017. godine.

Iako je broj udruženja koja imaju svoje Fejsbuk stranice znatno veći, na mnogima od njih nema objava i aktivnosti tokom prethodnih godinu dana. U analizu nisu uključena udruženja koja nemaju objave u prethodnih godinu dana, kao ni udruženja koja imaju samo nekoliko objava u poslednje tri godine. Uzeta su u obzir samo ona udruženja koja su relativno aktivna i poseduju određeni kontinuitet u postavljanju sadržaja.

Rezultati

Udruženje Romkinja *OSVIT*

Fejsbuk stranica Udruženja Romkinja „Osvit“ iz Niša ima logo udruženja, ali u okviru informacija nema drugih podataka o udruženju, nastanku, misiji, ciljevima. Postoji link ka zvaničnoj internet stranici.

Analizirane objave, poslednjih trideset, obuhvataju period od 21. novembra 2016. do 20. maja 2017. U toku 2017. godine bilo je 16 objava, dok je 14 objava iz 2016. godine.

Najveći broj objava odnosi se na temu nasilja nad ženama, ukupno dvanaest. U pitanju su uglavnom fotografije sa održanih radionica, seminara, okruglog stola, uličnih akcija povodom 16 dana aktivizma u borbi protiv nasilja nad ženama. Ovoj temi su posvećena i dva snimka, od kojih je jedan proprćen informacijama o obeležavanju 16 dana aktivizma, čiji je cilj podizanje vidljivosti problema nasilja nad ženama.



Tri objave se tiču porodičnog nasilja. Dve objave čine fotografije iznad kojih piše da je reč o praćenju primene novog Zakona o sprečavanju nasilja u porodici, dok iznad treće stoji informacija da je Ana Saćipović predstavila rad udruženja „Osvit“ na suzbijanju i prevenciji porodičnog i partnerskog nasilja nad Romkinjama.

Problem ranih brakova je još jedna od tema kojom se ovo udruženje bavi. Postoje tri objave, odnosno fotografije, koje su u dva slučaja praćene informacijom o povodu okupljanja i datumu. U pitanju su fotografije sa sastanka lokalnog tima i gostovanja u školama. Treća objava sadrži podatke o projektu „*Prevencija maloletničkih brakova na teritoriji opštine Aleksinac*“.



Četiri objave odnose se na različite vrste manifestacija kojima su prisustvovala članice udruženja. Postavljene su fotografije iznad kojih piše datum i mesto. U pitanju su Sajam socijalnih usluga, zatim konferencija „*Romkinje u Srbiji – dostignuća, izazovi i perspektive*“, Javno zashtupanje (Program za osnaživanje ženskih organizacija i pokreta za borbu protiv nasilja nad ženama), konferencija „*Različitost u primeni Konvencije ‘SE’ – Pozitivni i negativni primeri prakse*“ (postoje i dva snimka gostovanja na *TV Zona Plus* povodom ove konferencije).

Kada je reč o aktivizmu, na stranici se nalaze fotografije koje se odnose na obeležavanje Meseca romskog ženskog aktivizma, sastanak upravnog odbora Romske ženske mreže kao i one koje su dodate u album pod nazivom *Aktivizam, volonterizam i mobilnost mladih*.

Što se tiče značajnih datuma, objavljene su fotografije povodom obeležavanja Osmog marta i Svetskog dana ljudskih prava.

Na Fejsbuk stranici organizacije nalazi se obaveštenje o besplatnom pozivu SOS telefona na romskom i srpskom jeziku.

Udruženje Romkinja „Osvit“ na Fejsbuku ima 513 pratilaca (zaključno sa 20. maj 2017). Sve objave su na srpskom jeziku. Postoje komentari od strane posetilaca u vezi sa objavljenim sadržajem ispod sedam objava.

Može se zaključiti da Udruženje Romkinja „Osvit“ u najvećoj meri koristi virtuelni prostor za sadržaje čija je tema borba protiv nasilja nad ženama i decom, odnosno porodičnog nasilja. Uglavnom se objavljuju fotografije sa različitih događanja u vezi sa ovom temom, ali postoje i informacije o tome na koji način žene mogu da prijave nasilje. Osim toga, organizacija je posvećena i radu na prevenciji ranih brakova, o čemu svedoče fotografije na kojima se vidi edukovanje mladih u osnovnim školama. Svaka objava je praćena odgovarajućom fotografijom.

Od kontakt podataka postoji broj telefona. Moguće je uspostaviti komunikaciju i slanjem poruka putem Fejsbuka.

Udruženje građanki *ŽENSKI PROSTOR*

Stranica Udruženja građanki „Ženski prostor“ sadrži logo, podatke o osnivanju i misiji i link. Ova organizacija je jedna od osnivačica Romske ženske mreže Srbije i u tom smislu podstiče aktivizam unutar samih marginalizovanih i deprivilegovanih društvenih grupa.

Posmatrane su objave od 15. marta 2017. do 22. maja 2017.

Na Fejsbuk stranici „Ženskog prostora“ nalazi se veliki broj obaveštenja o radionicama, skupovima, konkursima, seminarima, protestima, događajima u regionu. Veći deo sadržaja odnosi se na pružanje podrške LGBT osobama i ukazivanje na probleme LGBT populacije.

„Ženski prostor“ koristi Fejsbuk stranicu kako bi pozvala na učešće u različitim vrstama akcija kao što su obeležavanje Međunarodnog dana borbe protiv homofobije, lezbofobije, bifobije i transfobije, zatim Prvog maja, Međunarodnog dana devojčica.

Povodom Međunarodnog dana Romkinja i Roma, „Ženski prostor“ se na svojoj Fejsbuk stranici oglasio čestitanjem praznika, a tome je prethodila najava dokumentarnog filma „*Inspiracija*“ koji je u okviru kampanje Mesec romskog ženskog aktivizma producirala ova organizacija.

Osim ovog filma, na stranici je podeljen i film „*Ja hoću da imam izbor*“, koji je nastao prethodne godine tokom kampanje *Mesec romskog ženskog aktivizma* u cilju ukazivanja na probleme sa kojima se mlade Romkinje svakodnevno susreću u našem društvu. Time je obeležen Međunarodni dan borbe protiv rasizma.

Na stranici se nalaze sadržaji koji ukazuju na nasilje nad ženama, pre svega ono koje je seksualne prirode.



Jedan sadržaj se odnosi na vređanje žena. Postoji i obaveštenje o konkursu za Nacionalnu školu tranzicione pravde i prijava za učešće u letnjoj feminističkoj školi.

O učešću žena u politici postoje dva sadržaja na ovoj stranici.

Feminizam je tema koja je isto tako prisutna u vidu tekstova, poruka, podrške, preporučene literature, događanja u regionu.



Fejsbuk stranica „Ženskog prostora“ ima 1.696 pratilaca. Gotovo svaka objava je praćena odgovarajućom fotografijom, a komentara na postavljene sadržaje skoro da nema (samo jedan). Objave su uglavnom na srpskom jeziku. Postoje četiri objave na engleskom jeziku.

U skladu sa onim što predstavlja misiju organizacije, Fejsbuk stranica se u velikoj meri koristi za pružanje podrške, osnaživanje, aktivizam, povećanje vidljivosti marginalizovanih društvenih grupa i ukazivanje na probleme sa kojima se suočavaju. Osim toga, ovaj prostor je iskorišćen za feminističke glasove.

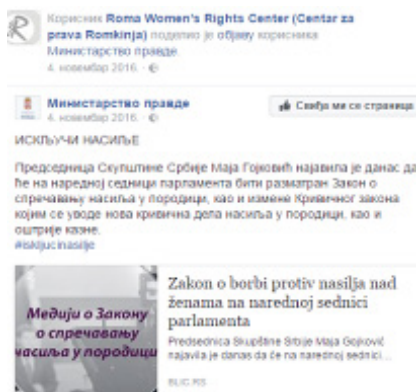
Kontakt podataka nema, ali postoji mogućnost slanja poruka.

Roma Women's Rights Center (*CENTAR ZA PRAVA ROMKINJA*)

Stranica Roma Women's Rights Center (Centar za prava Romkinja) sadrži logo i podatke o datumu osnivanja, motivima za osnivanje i misiji. Misija je jačanje pozicije Romkinja u srpskom društvu. Podaci su na engleskom jeziku.

Posmatrani sadržaj je objavljen u periodu od 30. jula 2016. do 7. aprila 2017. Analizirano je 20 objava iz 2016. i 10 objava iz 2017.

Na stranici Centra za prava Romkinja nalaze se sadržaji kojima se ukazuje na postojanje nasilja nad ženama, informacije o Zakonu o sprečavanju nasilja u porodici, apel Autonomnog ženskog centra u vezi sa porodičnim nasiljem, poruka povodom Međunarodnog dana borbe protiv nasilja nad ženama, Zakon o sprečavanju nasilja u porodici, informacije o „Internet savetovalištu“ za žrtve porodičnog nasilja, izveštaj zaštitnika građana o propustima u radu nadležnih organa i službi u slučajevima ubistva žena, apel da se reaguje na ispovest nekadašnjeg neonaciste o brutalnom nasilju nad Romima i pripadnicima LGBT populacije.



Podeljena je objava *European Roma Rights Centre*, na engleskom jeziku, u kojoj se navodi da je službenik Gradske uprave Valjeva ošamario romskog dečaka koji je svirao harmoniku.

Jedna objava podseća na to da se ne smeju zaboraviti strahote Holokausta.

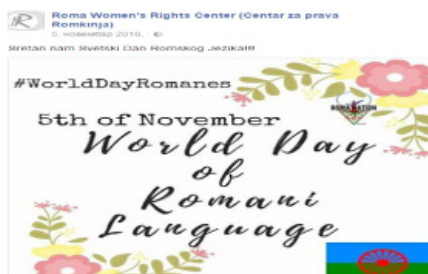
Podeljena je objava Autonomnog ženskog centra, uz pružanje podrške ovom saopštenju, koja se odnosi na reakciju direktorke Kancelarije za ljudska i manjinska prava na slučaj Marije i Siniše Malog.

U vezi sa temom nasilja u porodici, na stranici se nalazi link za informacije o tome kako bi trebalo da postupa Centar za socijalni rad nakon prijave nasilja.

Jedna objava se odnosi na problem ranih brakova. U pitanju je album *NGO Praxis Serbia* koji je podeljen na ovoj stranici.

Povodom Međunarodnog dana devojčica, *Roma Women's Rights Center* (Centar za prava Romkinja) ukazuje na veliki procenat romskih devojčica koje rano napuštaju školovanje.

Podeljena je čestitka povodom Svetskog dana romskog jezika.



Povodom Međunarodnog dana borbe protiv fašizma podeljena je objava koja podseća da se i dalje treba boriti protiv diskriminacije, rasizma i fašizma, što je pokazano i fotografijama koje prate objavu.

Na Međunarodni dan tolerancije *Roma Women's Rights Center* (Centar za prava Romkinja) izražava „*zabrinutost zbog porasta nacionalizma i lošeg stanja u medijima*“.

Na stranici se nalazi izvod iz knjige Nenada Jašića „Stari niški Romi“ u kome se govori o prazniku Vasilici.

Koordinatorica Centra za prava Romkinja uputila je poruku ženama povodom Osmog marta.



Na stranici *Roma Women's Rights Center* (Centar za prava Romkinja) nalaze se dve objave koje se tiču rodne ravnopravnosti.

Podeljena je vest koju je objavio *kurir.rs* o predsedniku Nacionalnog saveta koji je optužen da je oštetio državu za 600.000 dinara izdavanjem lažnih računa za kupovinu stvari za sunarodnike.

Na stranici je podeljena i objava *b92.net* o dodeli porodijske naknade ženama koje su vlasnice gazdinstava na selu.

Objava o standardima koje treba da zadovolji Zakon o besplatnoj pravnoj pomoći podeljena je na stranici *Roma Women's Rights Center* (Centar za prava Romkinja). Osim toga, tu je i podrška

inicijative za povlačenje Predloga Uredbe za ograničenje istraživanja u oblasti odbrane. Dve objave se odnose na iseljenje porodice Felbab iz Radojeva koja broji 11 članova.

Među analiziranim objavama je jedan video zapis *European Roma Rights Center* koji se odnosi na molbu stanovnika naselja Crvena Zvezda u Nišu da dobiju električnu energiju koju će individualno plaćati.

Fejsbuk stranica *Roma Women's Rights Center* (Centar za prava Romkinja) ima 675 pratilaca. Objave su uglavnom na srpskom jeziku, ali postoje i tri na engleskom. Na engleskom jeziku su i informacije o samom Centru. Ima ukupno četiri komentara kada je reč o analiziranim objavama.

Sadržaj objava je u velikoj meri posvećen temi nasilja nad ženama i porodičnog nasilja. U tom smislu prate se sva aktuelna dešavanja i pruža se pomoć i podrška žrtvama nasilja putem informacija o načinu na koji se mogu zaštititi. Osuđuju se diskriminacija, rasizam, fašizam. Ukazuje se na postojanje takvih slučajeva i apeluje na potrebu da se i dalje vodi borba. Velika podrška se pruža ženama i devojkicama, ali i čitavoj romskoj zajednici putem sadržaja koji ukazuju na probleme sa kojima se suočavaju i apeluje da se nađu humana rešenja.

Na stranici postoji e-mail adresa i mogućnost slanja poruka putem Fejsbuka.

BIBIJA Romski ženski centar

Fejsbuk stranica Bibije Romskog ženskog centra sadrži logo, link i u okviru informacija navedena je godina osnivanja kao i misija. Analizirane su objave postavljene u periodu od 1. juna 2016. do 12. maja 2017.

Najveći broj objava tiče se informacija o održanim sastancima i konferencijama. U pitanju su fotografije sa sastanka u Kancelariji za ljudska i manjinska prava drugih, zatim obaveštenje o početku konferencije „*Rani razvoj kao mogućnost napretka*“. Tu su i fotografije sa sastanka sa organizacijom *Kvinno-och Tjejjouren Huddinge* iz Švedske, sa javnog slušanja Strategije za socijalno uključivanje Roma i Romkinja u Republici Srbiji za period 2016–2025, radnog sastanka u Koordinacionom telu za rodnu ravnopravnost, izveštaj sa konferencije „*Romkinje u Srbiji, dostignuća, izazovi i perspektive*“, fotografije i informacije o učešću na Sajmu EU projekata „*EU i Srbija na delu*“, fotografije sa sastanka sa zamenicom zaštitnika građana i godišnje skupštine Romske ženske mreže.



Na stranici su i informacije o aktuelnim projektima kao što je „Evropska podrška za inkluziju Roma“, zatim „Integracije Roma 2020“, „Za aktivnu inkluziju prava Romkinja na Zapadnom Balkanu“.

Značajan deo podeljenih objava odnosi se na različite vrste edukacije, treninge, seminare, konkurse, svečano uručenje uverenja, besplatno pohađanje pripremnih nastava, štampanje udžbenika, sastanak sa romskim diplomcima i studentima koji žele da nastave studije i usavrše znanje engleskog jezika, sastanak povodom uvođenja romskog jezika u obrazovni sistem.

Podeljena je jedna objava koja se tiče diskriminacije Roma.

Jedna objava se tiče ranih brakova u sklopu 16 dana aktivizma povodom akcije „Dečji brak nije tradicija Roma i Romkinja“.

Povodom kampanje „16 dana aktivizma protiv nasilja nad ženama“ podeljene su tri objave, jedna u kojoj je objašnjeno šta kampanja podrazumeva uz spisak ustanova kojima se mogu obratiti. Druga objava je kratak snimak, delimično na romskom, u kome je data statistika kad je reč o romskim ženama. Treća objava je okrugli sto čija je tema nasilje nad ženama.

Jedna objava predstavlja obaveštenje da je u toku kampanja „Mesec romskog ženskog aktivizma“.



Fejsbuk stranicu Bibije Romskog Ženskog Centra prati 980 pratilaca. Objave su uglavnom na srpskom jeziku, samo jedna delimično na romskom. Postoji 11 komentara, u najvećoj meri se odnose na nejasnoće u vezi sa konkursom, i na pitanja su dati odgovori. Sve objave su praćene fotografijama.

Bibija Romski ženski centar na svojoj stranici redovno deli informacije o aktuelnim konkursima, projektima, kampanjama. Posebna pažnja se poklanja edukaciji, različitim vrstama obuka i treninga, odnosno uspešnim polaznicima. Pruža se podrška svima koji su zainteresovani da napreduju kroz blagovremeno obaveštavanje o mogućnostima za školovanje ili zaposlenje. Veliki broj objava se odnosi na učešće Bibije Romskog Ženskog Centra na konferencijama, skupovima, okruglim stolovima koje svedoče o posvećenosti rešavanju problema romske populacije. Tu je i borba protiv nasilja nad ženama i prevencija ranih brakova.

Što se tiče komunikacije, moguće je stupiti u kontakt putem poruke.

Romsko udruženje *BELA ROMKINJA*

Fejsbuk stranica Romskog udruženja Bela Romkinja sadrži logo. U okviru infomacija nema nikakvih podataka o udruženju.

Praćene objave obuhvataju period 13. marta 2017. do 19. maja 2017.

Na stranici Romskog udruženja „Bela Romkinja“ nalazi se veliki broj snimaka, ukupno 14 od poslednjih 30 objava u naznačenom periodu. Snimci su uglavnom sa proba u okviru priprema za Romski bal, ali i sa same proslave.



Dva snimka o predstojećem događanju u Budimpešti, podeljena su zajedno sa informacijama na romskom jeziku. Podeljeno i jedno obaveštenje o tome, sa istog profila.



Tri objave čine fotografije svečanih haljina. Iznad fotografija se nalazi naziv modnog ateljea i adresa. U pitanju je isti atelje u sve tri objave.

Devet objava je posvećeno obeležavanju Svetskog dana Roma. Za sve zainteresovane data su obaveštenja o rezervacijama, mestu i vremenu održavanja a potom i snimci sa proslave. Na Đurđevdan je objavljena čestitka na romskom jeziku.

Povodom Dana otpora Roma podeljena je objava jednog korisnika u kojoj podseća na prvi organizovani otpor Roma i Sinta nemačkim vojnicima.

Fejsbuk stranicu Romskog udruženja „Bela Romkinja“ prati 156 pratilaca. Objave su uglavnom na srpskom jeziku. Postoje četiri koje su na romskom. Komentara je malo, ukupno sedam.

Što se tiče sadržaja objava, najviše je snimaka sa proba i održanih proslava. Velika pažnja se poklanja obeležavanju Svetskog dana Roma i snimci pokazuju ozbiljne pripreme za taj događaj kao i uživanje u igri i pesmi i dobru atmosferu na samoj proslavi. Deo objava se odnosi na najavu kongresa koji treba da bude održan u Budimpešti, zatim tu je i podsećanje na događaje u Aušvicu, povodom Dana otpora Roma i čestitanje Đurđevdana. Kao što je veliki broj snimaka na ovoj stranici, tako postoji i veliki broj fotografija.

Kontakt se može ostvariti slanjem poruke. Nema podataka o broju telefona ni e-mail adresi.

Romski centar *DAJE*

Na Fejsbuk stranici Romskog centra Daje ne nalazi se logo. Nema podataka o godini osnivanja ni misiji.

Objave na ovoj stranici su praćene u periodu od 18. februara 2017. do 18. maja 2017.

Najveći broj objava su podeljene vesti iz različitih izvora koje se pre svega tiču romske populacije. Jedan link se odnosi na predstavljanje projekta „*Osnaživanje mladih romskih porodica*“, zatim tu je vest o održanoj sednici Nacionalnog saveta romske nacionalne manjine, snimak na temu traženja odštete za stradanja u Drugom svetskom ratu, vest o održanom sastanku povodom predstavljanja Drugog izveštaja o sprovođenju Akcionog plana za ostvarivanje prava nacionalnih manjina, informacije o konkursima Nacionalne službe za zapošljavanje, o povratku u Srbiju po sporazumu o readmisiji i problemima Roma, a naročito Romkinja, na tržištu rada, vest o novcu

koji nemačka banka izdvaja za obrazovanje i zapošljavanje Roma, vest o uznemiravanju stanovnika romskog dela naselja, o napadu skinheda na pripadnike romske nacionalne manjine, o tome šta je „*Dekada za inkluziju Roma*“ zaista doprinela u pogledu rešavanja problema ove nacionalne manjine, o maltretiranju romskog bračnog para od strane policije.

Osim vesti koje se tiču romske populacije, na Fejsbuk stranici Romskog centra Daje nalaze se i druge vesti koje su podeljene sa različitih portala, o vozaču koji zaustavlja decu i nudi im slatkiše kako bi ih namamio da uđu u vozilo, o nasilju nad poznatom košarkašicom, o nasilniku koji je pušten na slobodu, ocu koji je nožem izbo bebu, početku rada telefonskog broja na koji je moguće prijaviti zloupotrebu interneta i ugrožavanje bezbednosti dece na internetu, najjeftinijoj kući na svetu, o porođaju devoјčice iz Niša stare 13,5 godina, o opasnoj video-igri zbog koje tinejdžeri izvršavaju samoubistvo.

Podeljena je jedna objava na engleskom jeziku u kojoj se daju saveti roditeljima kako da decu vaspitavaju tako da ona budu lišena rodniх ili rasniх stereotipa. Ukazuje sa na opasnosti koje stereotipi uzrokuju jer mogu uticati ne samo na uverenja već i na ponašanje dece od najranijeg uzrasta.

Romski centar Daje je na svojoj stranici podelio besplatan vodič za upis u srednju školu, kao pomoć roditeljima i deci pri donošenju odluke o izboru škole.

Podeljena je objava dr Zorana Tairovića koja govori o „romskom narodu-pesniku“.



Podeljena je objava prof. Ivice Trajkovića u kojoj upozorava državnu vlast „na rast prikrivenog nacionalizma prema Romima“.

Podeljena je objava Jelene Mačić koja se odnosi na izlazak naroda na glasanje.



Na stranici je podeljen i jedan apel da se deli vest o nestaloј devoјčici.

Među objavama se nalaze četiri snimka. Dva predstavljaju korisne savete i uputstvo kako da sami napravimo određene stvari, treći snimak je povodom Osmog marta, a četvrti sa stranice *Mama Africa* kao čestitka povodom Dana majki.

Fejsbuk stranicu Romskog centra Daje prati 593 pratioca. Objave su uglavnom na srpskom jeziku, ali postoji i jedna na romskom i nemačkom, tri na engleskom jeziku. Može se uočiti kontinuitet u objavljivanju sadržaja na ovoj Fejsbuk stranici budući da nema dužih vremenskih razmaka između objava. Postoje komentari ispod osam od ukupno trideset analiziranih objava, ali ne i od strane Romskog centra.

Kada je u pitanju sadržaj objava, u najvećem broju se radi o informacijama i vestima koje se tiču romske populacije, a pojavljuju se na različitim portalima (ukupno je podeljeno 12 ovakvih objava). Zatim slede aktuelne vesti pre svega na temu nasilja, a onda i one koje se tiču dece, njihove bezbednosti, vaspitanja i obrazovanja.

Kontakt sa Romskim centrom Daje može se ostvariti slanjem poruke. Postoji adresa centra, ali ne i broj telefona i e-mail adresa.

Rezultati istraživanja pokazuju da pet od šest ženskih romskih organizacija koristi logo kao profilnu sliku, polovina ima link ka stranici. Što se tiče istorije organizacije i misije, 50% pruža ove podatke (dve trećine organizacija koriste srpski jezik, a jedna trećina engleski). Može se zaključiti da ovaj sadržaj nije predstavljen u dovoljnoj meri na Fejsbuk stranici.

Kada je u pitanju sadržaj koji se objavljuje, najviše je objava o učešću na različitim skupovima i okupljanima (46), potom objave koje se tiču svih vrsta nasilja – nad ženama i porodičnog nasilja i načinima zaštite od nasilja (40), zatim objave povodom obeležavanja značajnih datuma (20), najviše Osmog marta (50% ovih objava). Dalje slede objave na temu obrazovanja, vaspitanja, obuka, treninga (17), diskriminacije romske populacije (10), aktivizma (9), socijalnih pitanja (8), ranih brakova (5), feminizma (5), podrške LGBT populaciji (4), reklame (3), poruke (2), diskriminacije žena (1), ostali sadržaji, koji se nalaze na dve fejsbuk stranice, poput uputstava kako da nešto sami napravimo (10).

Dakle, romske ženske organizacije, pre svega, koriste Fejsbuk stranicu da postavе značajne informacije u vezi sa svojim učešćem na različitim vrstama skupova koji su u vezi sa rešavanjem problema sa kojima se suočava romska populacija, posebno Romkinje. Ovo predstavlja dobar podsticaj i motivaciju za aktivno uzimanje učešća u ovakvim aktivnostima i pokazuje veliko zalaganje i predanost žena koje su „uzele stvari u svoje ruke“.

Nasilje se prepoznaje kao jedan od ključnih problema jer gotovo da nema organizacije koja ne objavljuje sadržaje na ovu temu. Ne samo da ukazuju na postojanje nasilja već pružaju i podršku žrtvama (SOS telefon, informacije o postupanju u slučaju nasilja, prijava zlostrebe interneta, Sigurna kuća). Ženske romske organizacije ne žele da dozvole da ovakav način ponašanja u XXI veku ostane prihvatljiv, kao što je često slučaj u okviru patrijarhalnog društva. One šalju poruku da žena ne sme da trpi nasilje, ni u braku ni u širem okruženju, niti da smatra da postoji bilo kakvo opravdanje za nasilje i kontrolu muškaraca nad njom.

Objave povodom značajnih datuma prvenstveno se odnose na Osmi mart, kada se koristi prilika da se izrazi solidarnost sa svim ženama, ali i na druge datume koji se tiču zaštite ljudskih prava, borbe protiv rasizma, podsećanja na stradanja Romkinja i Roma. Može se zaključiti da romske ženske organizacije na ovaj način pokazuju da ta borba još uvek traje, da problemi u društvu postoje ali i da su spremne da izraze svoj feministički otpor i bore se za bolje sutra.

Romske ženske organizacije u velikoj meri pružaju informacije o različitim vrstama obuka, usavršavanja, konkursa kao i o olakšicama i pomoći koje je moguće ostvariti. Aktivno rade na podsticanju romske populacije da se uključi u sferu rada i obrazovanja. Posebno je teška pozicija višestruko diskriminiranih žena (etničkim poreklom, rodnim aspektom, socioekonomskim statusom) i zato ove organizacije podstiču, naročito devojčice, da se obrazuju i razviju socijalne veštine. Kao dodatni motiv služe fotografije polaznica i polaznika sa diplomama nakon završenih kurseva i obuka.

Diskriminacija je neizbežna tema i uglavnom se dele vesti sa različitih portala kojima se ukazuje na postojanje diskriminacije i apeluje da se preduzmu mere. Na ovaj način postaju vidljiviji problemi sa kojima se romska populacija suočava na svakom koraku usled postojećih predrasuda.

Ovo su sadržaji kojima je posvećeno najviše prostora, ali su svakako prisutne i druge teme poput učešća žena u politici, rešavanja socijalnih pitanja, ranih brakova i katastrofalnih posledica takve tradicije, izražavanja feminističkog otpora, podrške LGBT populaciji.

Fotografije prate gotovo svaku objavu na svim stranicama koje su predmet analize, dok je video materijal prisutan u manjoj meri i uglavnom je sa proslava ili je podeljen sa profila drugih korisnika.

Jezik koji se koristi je uglavnom srpski. Mali je broj objava sa tekstem ili delom teksta na romskom jeziku (ukupno 6). Na engleskom jeziku je 10 objava, na nemačkom jedna (delimično). Smatram da bi se ovaj prostor mogao znatno više iskoristiti za informisanje na sopstvenom jeziku čime bi se doprinelo njegovom održanju.

Broj pratilaca Fejsbuk stranica ovih organizacija varira i kreće se od 156 do 1696. Treba uzeti u obzir da se ovi podaci odnose na period u kome je rađeno istraživanje tako da su podložni promeni. Međutim, broj komentara je relativno mali i odnosi se na 42 objave od 180 analiziranih. Samo jedna organizacija daje odgovor na komentare, te se može zaključiti da su pasivne u smislu interakcije sa pratiocima.

Ako se posmatra kontinuitet objava, tri organizacije se izdvajaju (svih 30 objava je iz 2017), dok je druga polovina malo manje aktivna. Aktivnost nije nešto što se može zanemariti kada su u pitanju Fejsbuk stranice jer je potrebno pravovremeno deliti informacije, u suprotnom pratioci nemaju razlog da posećuju stranicu.

Najzad, kada je reč o mogućnostima stupanja u kontakt sa organizacijama, e-mail kontakt postoji samo na Fejsbuk stranici jedne organizacije, isto je i sa kontaktom telefonom, dok sve pružaju mogućnost direktnog slanja poruke.

Zaključak

Društvene mreže otvaraju novi prostor u kome žene, koje su višestruko diskriminirane, često lišene mogućnosti da ispričaju svoje priče i da učestvuju u donošenju odluka, imaju mogućnost da postanu subjekti koji se aktivno bore za bolju budućnost.

Ovo istraživanje je pokazalo da su ženske romske organizacije prepoznale taj potencijal i koriste ga za povećanje vidljivosti problema sa kojima se suočavaju, za nalaženje rešenja, za

ostvarivanje svojih prava, za obrazovanje, rad, zapošljavanje, za borbu protiv nasilja, rasizma, diskriminacije, za svoje mesto u javnom i kulturnom životu. Taj potencijal nije u potpunosti iskorišćen, pre svega kada je reč o informisanju na sopstvenom jeziku. Osim toga, neophodna je kontinuirana aktivnost koja je znak profesionalnosti i posvećenosti.

Literatura

- Andrić, Nevena (2016). „Identiteti obrazovanih Romkinja i Roma na društvenoj mreži Fejsbuk“, u *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 6*, ur. D. Pralica, N. Šinković, Novi Sad: Filozofski fakultet, 11–27
- Ćeran, Kornelija (2016). Roma youth and online participatory politics. Novi Sad: Univerzitet u Novom Sadu i Udruženje Ženske studije i istraživanja, Škola romologije 12, 13. 2. 2016.
- Haigh, M. Michel (2014). Comparing how organizations use websites and social media to maintain organisation-public relationships. *Prism 11*(2):
<http://www.prismjournal.org/homepage.html>
- Jovanović, Jelena (2013). Reprezentacija Romkinja na hrvatskom i srpskom internet forumu. *Interkulturalnost br. 5*. Zavod za kulturu Vojvodine, 148–160.
- Kende, Anna et al. (2015). Putting the social (psychology) into social media. *European Journal of Social Psychology 45*, 277–27.
- Laganin, M. et al. (2015). *Smernice za upotrebu društvenih mreža u organima državne uprave autonomne pokrajine i jedinica lokalne samouprave*. Beograd: Direkcija za elektronsku upravu, Ministarstvo uprave i lokalne samouprave.
- Medvecki, Darija et al. (2017). Analiza upotrebe Fejsbuka u cilju promocije visokoobrazovnih institucija u Republici Srbiji. *XXIII skup Trendovi razvoja: „Položaj visokog obrazovanja i nauke u Srbiji“*, Zlatibor. URL:
http://www.trend.uns.ac.rs/stskup/trend_2017/radovi/T1.4/T1.47.pdf
- Milivojević, Snježana (2004). Žene i mediji: Strategija isključivanja. *Genero*, 4–5: 11–24
- Milinković, Marija (2015). Učešće u virtuelnim zajednicama: onlajn i oflajn život. *CM: Communication and Media Journal 34*, 73–96
- Radojičić, Miroslav (2008). *Istraživanje virtuelnih zajednica i javnog mnjenja na internetu*. Beograd: Službeni glasnik.
- Radovanović, Danica (2010). „Internet paradigma, struktura i dinamika onlajn društvenih mreža: Fejsbuk i mladi u Srbiji“. *Pančevačko čitalište VIII/17*, 20–26

RZS (2016). *Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, 2016* Beograd: Republički zavod za statistiku Srbije.

Valić Nedeljković, Dubravka (2008). (Ne)vidljivost žena u političkom TV spotu? Analiza diskursa političkog TV spota u predizbornoj kampanji 2008. u Srbiji. *Kandidatkinje* (D. Valić Nedeljković, ur.). Novi Sad: Novosadska novinarska škola, 147–164.

Valić Nedeljković, Dubravka (2011). Rod i mediji. *Uvod u rodne teorije* (I. Milojević, S. Markov, ur.). Novi Sad: Mediterran Publishing, 447–459.

Višnjić, Jelena (2016). *Rodna analiza teksta u online štampanim medijima u Srbiji*. Novi Sad: ACIMSI. URL:

<http://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/7754/Disertacija8049.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Onlajn izvori

Facebook oglašavanje. Pregledano 24. 5. 2017. *Cloud Media*. URL:

<http://www.cloudmedia.rs/facebook-oglasavanje/>

Počeci organizovanja Romkinja na našim prostorima. Pregledano 27. 5. 2017. URL:

Od Fejsbuka do Skupštine. Pregledano 24. 3. 2015. *Dnevnik*: URL:

<https://www.dnevnik.rs/drustvo/od-fejsbuka-do-skupstine>

In/visible Roma Women: Celebrating Spaces of Self – representation. Retrieved 12th March 2014. *Romedia Foundation*. URL:

CONTENT ANALYSIS OF THE FACEBOOK PROFILES OF ROMA WOMEN ORGANIZATIONS IN SERBIA

Summary

The aim of this paper is to research the contents presented on the Facebook accounts of Roma women organizations in Serbia. Cyber space is very important in the process of empowering Roma women. New technologies have great potential to connect Roma women in a network of information exchange and offer them possibilities for improving their visibility. For women this is an autonomous space where they can express their attitudes about important issues concerning gender, ethnicity, class, sexuality, politics, etc. In cyber space there is more freedom for women from marginalized groups to talk about issues that are important to them. The research has been done by using the qualitative method of content analysis. It focuses on the way the Roma women organizations use this social network for their activism. The results show the most important topics which were shared on these profiles

Keywords: activism, content analysis, empowerment, Facebook, Roma women organizations.

Zorica Stanisavljević Petrović
Anastasija Mamutović
Faculty of Philosophy
University of Nis
Nis, Serbia

UDC: 004.793.7:373.2

COMPUTER GAMES IN THE SERVICE OF DEVELOPING DIGITAL LITERACY IN PRE-SCHOOL CHILDREN

SUMMARY

This paper discusses the role of computer games in the development of digital literacy of pre-school children. The theoretical framework presents results of a number of foreign research studies that showed that educational computer games have significant potential for the development of preschoolers' competencies. Adequate digital knowledge and skills that children acquire from parents in the family environment, and later from educators in preschools, are necessary for the use of computer games. The main objective of the study was to examine opinions of preschool teachers regarding the development of digital literacy in preschool children using computer games. A structured interview was used as an instrument for data collection, and the research sample consisted of 50 teachers employed in the city of Nis. The results suggest that teachers are not sufficiently familiar with the possibilities of educational computer games for the development of children's potentials, as well as in the field of digital literacy. Similar to other research findings from our region, the results point to insufficient equipment of kindergartens with modern media resources, which is the main reason for the lack of application of adequate educational computer games. The study concluded that there is a need for the systemic solutions at the level of preschool education in order to develop digital competencies necessary for life in modern society.

Keywords: computer games, digital literacy, preschool, preschool teacher

Introduction

Over the course of the last decade an intensive development of new media technologies has drawn attention to the controversial issue of relationship between children and the media. At first glance one may presume that one deals with a polarised approach which, on the one hand, implies a negative influence of the media on children's development. On the other hand, however, there are opposing attitudes according to which new technologies constitute an integral part of children's life and growth. Although it is challenging to conclusively establish the impact of new media technologies on children's growth and development, especially if one bears in mind individuality and particularity of each child, one can safely assert that the media constitute the context within which children of today grow up. With reference to children's interests in new media technologies a significant place is occupied by computer games, which have become increasingly popular, not only with respect to fun and entertainment, but also with respect to education.

Computer games and digital literacy

In modern times the importance of digital literacy is increasingly emphasised because it implies “the basic knowledge, skills and attitudes which all citizens require in order to use computer technology in everyday life” (Tsai, 2002:69). Digital literacy implies multiple skills and abilities which enable one to run different software and use digital devices. The framework of digital literacy encompasses a number of diverse cognitive, motor, social and emotional skills which a modern man needs to properly function in a digital environment (Eshet-Alkalai, 2004, 94). If one bears in mind the importance of digital literacy, one’s exigency to closely study this phenomenon is quite understandable whereby, from the pedagogical standpoint, one can clearly single out the two main questions: (1) when should one initiate the development of digital literacy; (2) what is the manner in which this important ability can be developed.

The pre-school period can be considered especially sensitive regarding the contact between children and new media technologies, because it plays the critical role in laying the foundations for the use of different literacy skills which children will find necessary throughout their lives in the digital era (Hillman, Marshall, 2009, 256-257). With the first contact between children and new technologies children develop digital literacy which is nowadays equally important as traditional forms of literacy, such as writing and reading. The first encounter between a child and a keyboard is as important as the first touch of a book cover and it can act as support for any further use of new media technologies (Poynton, 2005, 861-863).

The issue of a manner in which digital literacy can be developed is certainly more complex, but not less significant. The complexity of this issue derives from the fact that children encounter digital technologies at a very early age, even in the family environment. Thus, it is difficult to systematically monitor the manners and paths of acquiring the first digital skills and knowledge. Should, however, one bear in mind that play is the primary activity of pre-school children, one can surmise that the first contacts with the media in early childhood are connected with play. It is considered that games are the most popular digital activity for children after the second year of life, especially games on mobile devices (Gutnick & Robb, 2010).

In a wider sense, computer games can be defined as programmes in which one or more participants are occupied with a task the completion of which is conditioned by certain rules. The process of solving the task comprises a series of cause-and-effect connections, and every reaction of participants causes certain changes in the computer environment (Vogel et al, 2006, 230). Zyda believes that rules are an important part of a computer game (Zyda, 2005, 26-27), and he maintains that computer games represent a mental competition which takes place under certain rules and that they can be used for the purposes of both entertainment and education. A special group of computer games constitute the so-called educational computer games which indubitably have educational potential and they are frequently related to innovative approaches to learning (Connolly, Stansfield & Boyle, 2009). Due to their allurements and modern design, these games can significantly contribute to modernisation and efficiency in education (Lieberman, Fisk & Biely, 2009, 299).

By means of computer games, children develop digital literacy in an informal and non-mandatory manner (Ma & Oikonomou, 2017; Blanchard & Moore, 2010). One can attest to significant benefits of computer games regarding children’s growth and learning reflected in the development of an entire spectrum of skills which provide children with the support for digital literacy. It is be-

lieved that the development of early digital literacy is in the service of preparing children for acquiring knowledge in the field of science and technology which are increasingly based on the manipulation of images on the screen (Gros, 2007:29). Early contacts between children and computer games facilitate the use and understanding of technology, which is very important for the development of a positive attitude of children towards computers as learning tools.

Educational computer games efficiently promote conceptual learning, problem-solving skills, co-operation and inclusion. They are considered to be a powerful context for learning because they enable one to create a virtual world which is so inherent in and attractive to children. By playing in an imagined world, children understand better the world which surrounds them and build their identities, common values and ways of thinking. Therefore, computer games are often considered the future of learning (Shaffer, Squire, Halverson & Gee, 2005, 104-106). It is considered that computer games enrich learning activities and produce positive effects in different educational fields. Hence, they are recommended in the process of implementing pre-school curricula (Drigas, Kokkalia & Lytras, 2015, 119-120). In research studies during the last decade of the 20th century it was proved that educational computer games assist the skills of understanding pictures and diagrams, which is the basis for future reasoning in a scientific and technical manner (Greenfield et al., 1994, 60). Interesting data were provided by research studies which stated that the complexity of a computer game played a significant role in the development of skills and abilities. Consequently, more complex computer games have the potential of supporting the cognitive processing and development of strategic abilities (Smith, Savill-Smith, 2004). With respect to academic performances, it is asserted that brain oscillations occur more frequently while playing complex games, which increases the user's learning abilities and positively affects one's academic, social and computer literacy (Natale, 2002). Children age 4 to 8 do not always exhibit the same patterns of behaviour at the computer. Four-year-old children prefer online games, while older children, aside from playing games, also visit educational sites. Still, all children who have been introduced to technology access the digital world more easily. Through play, they learn how to download films, master complex online games, create music, etc. (Hill, 2010, 315). Essentially, computer games are considered the basis for a relatively seamless introduction of multimedia literacy in pre-school children (Sung et al, 2008, 1037-1038).

Over the course of the last decades developed countries have been paying special attention to the implementation of personal computers in educational institutions for the purposes of an optimal use of the potentials of educational computer games. The central effects of this process are reflected in the development of digital literacy and integration of new media into the process of education. The leading role in the process of implementation is played by pre-school teachers, being the ones responsible for the process of education. Consequently, it would be very important to examine the attitudes of pre-school teachers towards the development of digital literacy.

Research methodology

Research goals and hypotheses

The main goal of this paper is to examine the attitudes of pre-school teachers towards the role of computer games in the development of digital literacy in pre-school children. In accordance

with the research goal the following hypotheses have been set: General hypothesis: (1) It is assumed that pre-school teachers believe that computer games play a significant role in the development of digital literacy in pre-school children; (2) It is assumed that pre-school teachers are not sufficiently acquainted with the potentials of educational computer games, both regarding the development of a child's general abilities and the development of digital literacy; (3) It is assumed that pre-school teachers believe that pre-school institutions are not adequately equipped with new technology tools, and thus do not have the conditions for applying computer games.

Research methods, samples, and instruments

In accordance with the set goal, the paper resorted to the descriptive method. For the purposes of collecting data the authors applied interview techniques, and they used intentionally structured interview as an instrument. The research instrument comprised 15 questions, whereby in this paper the authors encompassed only those questions which dealt with the attitudes of pre-school teachers towards computer games. The research sample is intentional and it comprises 50 pre-school teachers from the territory of the city of Niš.

The data presented in this paper constitute a part of a pilot study into pre-school teachers' attitudes towards computer games which was conducted in March and April, 2017. The research data were processed in a qualitative manner, by means of a description and analysis of typical answers of pre-school teachers.

Data presentation and interpretation

In accordance with the set goals and hypotheses, the presented results have been obtained by means of an analysis of respondents' answers.

By means of an analysis of the responses relating to the significance of computer games for the development of digital literacy in pre-school children the authors obtained results which unequivocally show that pre-school teachers highly value the significance of computer games in the domain of digital literacy development. Therefore, all respondents among pre-school teachers concur in the view that digital literacy is important for life in the future, that present-day pre-school children shall perform duties which will require digital competences, that new media technologies shall have an increasing role in the future, and that the knowledge and managing of new media tools shall be the component part of every profession. In that regard, pre-school teachers concede that computer games can make a good starting point for the development of digital literacy. In support of this stance, we present some concrete answers of the respondents:

„Digital literacy is very important even today, while in the future it shall play a far more significant role. It is important to know how to use modern media in everyday life because without that knowledge we would not be able to use mobile phones, computers and other devices which characterise our everyday life. I believe that this shall be even more important in the future because new tools emerge every day and their utilisation is becoming increasingly complex. It is somewhat easier for children. They learn through computer games and thus acquire knowledge of digital literacy in a simple manner“ (Slobodanka, a pre-school teacher in nursery school)

„It is important for life in the future to develop digital literacy. As time goes by one bears witness to the emergence of new tools which are hard to handle if one is not trained in how and what to do. We, the elderly, find it quite difficult to manage all that modernity since we were educated in a world unaware of such tools. Nowadays, children know more than we do. I often ask my own children to help me. It is important to be digitally literate, but that is even more important for the younger generation. For instance, children of today know a lot, they play alone at the computer and learn by themselves“. (Danijela, a pre-school teacher in pre-primary school)

„I do believe that digital literacy is extremely important and that it shall be even more important in the future because one will not be able to live without it. Even today we are all bound to use digital technologies in everyday life, both at home and at work, for the purposes of preparing materials for educational activities. We mostly use materials from the Internet and that requires knowledge of where and how to seek these materials, as well as of how to work on the computer in the most elementary terms. In the future these skills shall be even more necessary because everything points in that direction. New tools emerge every day and it is necessary to be prepared to use them. And yes, in order to develop digital literacy it is necessary to play computer games. Children play these games at home and parents allow it. There are no conditions for that in kindergartens“. (Jasna, a pre-school teacher in nursery school)

The research results show that even though pre-school teachers believe that computer games play a significant role in the development of digital literacy, they are not sufficiently acquainted with the possibilities offered by educational computer games, both in terms of developing general abilities in children and in terms of digital literacy. More precisely, more than half of respondents have not provided concrete answers to the question regarding the role of computer games in the development of general abilities in children. On the contrary, most of them listed the possible negative effects, especially with respect to social and physical development, and children's health. Among those responses one can particularly point out those which emphasise negative influences of modern media tools with respect to education, children's isolation from the community, lagging behind in physical development, illnesses such as obesity, eye disease due to excessive screen exposure, media addiction, etc. Generally speaking, pre-school teachers are not aware of the benefits offered by modern media technologies though these have been ascertained through numerous research studies worldwide (Sharkins et al. 2016; Bourbour, Vigmo, Samuelsson, 2015; Veličković, 2014; Brooker, 2003). On the other hand, they are aware that there is a connection between computer games and development of digital literacy (Buckingham, Willett, 2013; Marsh, 2005). Although they failed to provide a single concrete piece of information relating to their own experiences in working with pre-school children, their responses lead to a conclusion that children who play computer games are more comfortable with computers, that they have no trouble using mobile phones, and that many of them have tablets at home. In that respect, one can assert that pre-school teachers are fairly reserved towards the positive effects of computer games and they surmise that there are negative effects regarding the further general development, but they clearly discern the connection between computer games and digital literacy.

It is assumed that pre-school teachers are not sufficiently acquainted with the potentials of educational computer games, both in terms of developing general abilities in children and in terms of digital literacy.

„Nowadays, children play with their computers and tablets at home. Some even use mobile phones with the permission of their parents. However, I am not so confident about children's well-being, especially in terms of their development. I believe that pre-school children benefit the most when playing outside, in the open air. Playing on the computer can be useful only with respect to digital literacy. Otherwise, it is not good because it can leave consequences. Children become aggressive because they play aggressive games and they spend entire days at the computer, which means that they do not socialise with other children. Essentially, the greatest benefit is the computer literacy”. (Danica, a pre-school teacher in nursery school)

It is interesting that in the largest number of pre-school teachers' responses one can discern attitudes favouring the opinion about negative impact of computer games upon children's development. However, when asked to state a concrete example from their educational practice, pre-school teachers could not provide a response. Their attitudes were mostly based on something they heard from their colleagues or children's mothers, or on something they read. This indicates that pre-school teachers are not sufficiently acquainted with the impact of computer games, as well as that there are stereotypes regarding the impact of new technologies in general.

„I am aware that there are educational computer games, but I am not certain about how frequently children play them. We do not have computers at the kindergarten, so they do not play on them here, but I am aware that they play on them at home. I heard that some of those games were not suitable for children, that there is a lot of aggressive content and that is certainly not good for children. I also heard that they could cause the Internet addiction disorder, as well as some diseases, poor vision, etc. No, I did not experience anything of that sort, but I heard that there could be consequences. As far as digital literacy is concerned, it is certain that children develop literacy because they play on the computers. They could not play those games without certain instructions and knowledge. They probably learn from their parents how to play games. We do not teach them that at the kindergarten“ (Sanja, a pre-school teacher in nursery school)

In the greatest number of pre-school teachers' responses one discerns caution with respect to sharing opinions regarding the positive impact of computer games on the development of general abilities in children. Hence, the largest number of respondents believes that one should treat computer games with care because they can leave consequences, but that they could be used periodically and at short time intervals. However, when the development of digital literacy is concerned, a prevalent attitude is that some aspects of information technologies should be introduced even in kindergartens. In favour of this stance the authors offer the following opinions:

„Digital literacy is important and children should be introduced to it in a timely manner. When children are timely introduced to digital tools, it will be easier for them to recognise the ever-present dangers. Some computer games can be quite constructive and beneficial to children, because they shall learn something about computer science that could be useful later in life...” (Milica, nursery school)

„Children should most certainly be introduced to specific contents regarding digital literacy. However, it should be done with great care because there needs to be a variety of activities so that children do not become computer slaves. Nowadays, children are surrounded by different media devices. Hence, they need to learn how to use them in a timely manner. They should learn how to

protect themselves from dangers which lurk on the Internet“ . (Tanja, pre-school teacher in a day-care service)

As a significant cause of insufficient use of educational computer games in kindergartens pre-school teachers state the lack of modern media tools in kindergartens. With respect to the issue of equipment pre-school teachers were unanimous in their responses: they all assert that pre-school institutions are not equipped with new media tools. Pre-school teachers do not have computers in their rooms. As a result, they can either use their mobile phones or DVD players and those are modern media that they have at their disposal. Consequently, there are no adequate opportunities for using computer games in kindergartens. In their responses pre-school teachers emphasise the necessity of equipping kindergartens:

„All kindergartens and groups should be equipped with new media tools...Kindergarten equipment is still at the most basic level...Kindergartens are not equipped with new media tools...One should work on providing the proper equipment and tools...Kindergartens are poorly equipped...Kindergartens are not equipped at all and it would be more than desirable...It would be nice to equip at least a certain number of kindergartens...New media tools would mean a lot to pre-school teachers and it would facilitate their work a good deal“ . (pre-school teachers in a day care service, nursery school and pre-primary school).

In addition to the lack of equipment in kindergartens, pre-school teachers have also provided suggestions regarding digital literacy. Their suggestions are directed towards seeking systemic solutions which should be provided by the authorities and these imply better equipment and a systematic education of both pre-school teachers and parents. When digital literacy of pre-school children is concerned, pre-school teachers believe that one needs to take gradual steps forward as well as to talk with children and properly guide them.

„In order to develop digital literacy it is necessary to engage the entire society and educate everyone...It is necessary to constantly train teachers and parents, as well as to stay in touch with innovations...Digital literacy should be introduced gradually...Children should be properly guided from an early age...We should talk with children about that...It is necessary to organise seminars for pre-school teachers because, in order to guide a child, I need to be literate myself...“ (pre-school teachers in a day care service, nursery school and pre-primary school).

Conclusion

On the basis of the obtained results one can assert that the general hypothesis, which assumes that pre-school teachers believe computer games to play a significant role in the development of digital literacy in pre-school children, has been confirmed. On the basis of pre-school teachers' responses one can conclude that pre-school teachers recognise the connection between digital literacy and the use of computer games at the pre-school age. Hence, pre-school teachers believe that the development of digital literacy is extremely important for the lives of children in the future society and that accordingly the use of computer games can create a good basis for the development of children's competences in this field. It is interesting that the largest number of pre-school teachers emphasised the importance of digital literacy, while on the other hand they were somewhat reserved towards the use of computer games. The research results have shown that pre-school teach-

ers are not sufficiently acquainted with the potentials offered by educational computer games, both in terms of developing general abilities in children and in terms of developing digital literacy. On the contrary, the largest number of respondents indicates the possible negative impact of computer games regarding the social and physical development of children.

The third research hypothesis, which dealt with the accoutrement of pre-school institutions with new media technologies as a precondition of the development of digital literacy, has entirely been confirmed. All respondents stated that kindergarten equipment was not at a satisfactory level and that steps should be taken in that direction.

Although this research has been conducted on a relatively small sample, the obtained data can be significant regarding the development of digital literacy of pre-school children. The attitudes of pre-school teachers towards the need for developing digital literacy, equipping pre-school institutions with new media tools and organising suitable training for pre-school teachers, parents and others included in the process of pre-school education can be the basis for planning the future steps towards media literacy.

References

- Blanchard, J., & Moore, T. (2010). *The digital world of young children: impact on emergent literacy*. Arizona University: College of Teacher Education and Leadership.
- Bourbour, M., Vigmo, S., & Samuelsson, I.P. (2015). Integration of interactive whiteboard in Swedish preschool practices. *Early Child Development and Care*. 185(1): 100–120.
- Brooker, L. (2003). Integrating New Technologies in UK Classrooms - Lessons for Teachers From Early Years Practitioners. *Childhood Education*. 75(5): 261–267.
- Buckingham, D., & Willett, R. (2013). *Digital Generations: Children, Young People, and the New Media*. Abingdon: Routledge.
- Connolly, T.M., Stansfield, M.H. & Boyle, E. (Eds.) (2009). *Games-based learning advancement for multisensory human computer Interfaces: Techniques and effective practices*. Hershey: Idea-Group Publishing.
- Drigas, A., Kokkalia, G., & Lytras, D.M. (2015). Mobile and multimedia learning in preschool education. *Journal of Mobile Multimedia*, 1(1&2), 119–133.
- Eshet-Alkalai, Y. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*; ■13(1), 93–106.
- Greenfield, P.M., Camaioni, L.E., Ercolani, P., Weiss, L., Lauber, B.A. & Perucchini, P. (1994). Cognitive socialization by computer games in two cultures: Inductive discovery or mastery of an iconic code? *Journal of Applied Developmental Psychology*, 15, 59–85.
- Gros, B. (2007). Digital Games in Education. The Design of Games-Based Learning

- Environments. *Journal of Research on Technology in Education*, 40(1), 23–38.
- Gutnick, A., & Robb, L.T. (2010). *Always connected: The new digital media habits of young children*. New York: The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop.
- Hill, S. (2010). The millennium generation: Teacher-researchers exploring new forms of literacy. *Journal of Early Childhood Literacy*, 10(3), 314–340.
- Hillman, M., & Marchall, J. (2009). Evaluation of digital media for emergent literacy. *Comput. Sch.* 26(4), 256–270.
- Lieberman, D.A., Fisk, M.C., & Biely, E. (2009). Digital Games for Young Children Ages Three to Six: From Research to Design. *Computers in the Schools*, 26(4), 299–313.
- Ma, M., & Oikonomou, A. (2017). *Serious Games and Edutainment Applications, Volume II*. Berlin, Germany: Springer Science & Business Media.
- Marsh, J. (2005). *Popular Culture, New Media and Digital Literacy in Early Childhood*. Howe, UK: Psychology Press.
- Poynton, A.T. (2005.) Computer literacy across the lifespan: a review with implications for educators. *Computers in Human Behavior*, 21, 861–872.
- Shaffer, D.W., Squire, K.D., Halverson, R., & Gee, J.P. (2005). Video games and the future of learning. *Phi Delta Kappan*, 87(2), 104–111.
- Sharkins, A.K., Newton, B.A., Albaiz, A.N.E., & Ernest, M.J. (2016). Preschool Children's Exposure to Media, Technology, and Screen Time: Perspectives of Caregivers from Three Early Childcare Settings. *Early Childhood Educ J*, 44, 437–444.
- Sung, Y., Chang, K., & Meng-DaLee, M. (2008). Designing multimedia games for young children's taxonomic concept development. *Computers & Education*, 50(3), 1037–1051.
- Tsai, M.-J. (2002). Do male and female students often perform better than female students when learning computers?: A study of Taiwanese eight graders' computer education through strategic and cooperative learning. *Journal of Educational and Computing Research*, 26(1), 67–85.
- Veličković, S. (2014). Edukacija vaspitača za primenu IKT u vrtiću. *Sinteza 2014*, 375–378.
- Vogel J.J., Vogel D.S., Cannon-Bowers J., Bowers C.A., Muse K. & Wright M. (2006). Computer gaming and interactive simulations for learning: a meta-analysis. *Journal of Educational Computing Research*, 34, 229–243.
- Zyda, M. (2005). From visual simulation to virtual reality to games. *Computer*, 38, 25–32.

Norbert Šinković
Filozofski fakultet
Univerzitet u Novom Sadu

DIGITALNA MRŽNJA: NETRPELJIVOST PREMA MIGRANTIMA U *FEJSBUK* KOMENTARIMA

APSTRAKT

Razvojem tehnologije, polje društvenih debata više nije ograničeno samo na interpersonalnu komunikaciju ili klasične medijske prostore, kao što su TV, radio ili štampa, već je ono prošireno i na virtuelne. Popularne društvene mreže kao što su *Tviter* (Twitter) ili *Fejsbuk* (Facebook) danas čine deo takozvane demokratske arene, u kojoj se zajedno sa oflajn prostorom stvara debatni prostor za društvene pojave. Ovaj rad se bavi analizom sadržaja komentara na *Fejsbuk* objave jedinog dnevnog lista na mađarskom jeziku u Srbiji *Mađar so-a* a u vezi sa migrantskom krizom u Evropi. Kao deo ovog istraživanja analizirani su komentari koji su objavljeni u intervalu od dva i po meseca na zvaničnoj stranici ovog lista na pomenutoj socijalnoj mreži. Kao glavne nalaze možemo izdvojiti naglašenu netrpeljivost kao i pozivanje na nasilje prema migrantima, što ispunjava uslove da se ti komentari definišu kao govor mržnje, čije sankcionisanje predviđeno je i zakonskim odredbama u Srbiji.

Ključne reči: *Mađar so*, migranti, izbeglice, netrpeljivost, *Fejsbuk*.

1. Uvod

Namera ovog rada je da analizom komentara na društvenoj mreži *Fejsbuk* (Facebook) predstavi stavove publike dnevnog lista *Mađar so* u vezi sa migrantskom krizom u Evropi. Ono što je nekada bila privilegija klasičnih medija – da ponude prostor za javnu debatu i da informišu – danas je proširena i na internet, odnosno društvene mreže i onlajn medije. Kao deo tog prostora, aktivnosti publike postaju vidljivije, a društvene mreže dobijaju sve veći značaj u informisanju.

Ako posmatramo Srbiju, o korišćenju društvenih mreža imamo vrlo ograničen broj istraživanja na raspolaganju ali prema nekim izvorima korišćenje tih mreža (pre svega *Fejsbuka* i *Jutjuba* – YouTube) u privatne svrhe (98 posto) je znatno iznad globalnog proseka (58 posto) (Tns-Media-Gallup, 2014). O broju korisnika *Fejsbuka* u Srbiji tačni podaci nisu dostupni (prvenstveno zbog mogućnosti da postojeći nalozi na toj mreži nisu aktivni ili nisu verifikovani). Ipak, prema procenama statističkog portala *Statista*, u 2017. godini ova mreža ima 3,4 miliona korisnika i pokazuje trend rasta u odnosu na period 2015-2016 (*Statista*, n.d.). Pouzdane informacije o tome kako građani Srbije koriste *Fejsbuk*, takođe nisu dostupne, kao ni analize o tome u kojoj meri su medijske organizacije prepoznale značaj korišćenja društvenih mreža i kakvo je njihovo iskustvo. Ali ako uzmemo primer SAD-a, prema iskustvu američkih medija koji su omogućili komentare na onlajn objave putem *Fejsbuka*, kvalitet diskusija je ipak poboljšan (*Sonderman*, 2017). Naime, uključivanjem društvenih mreža u proces komentarisanja smanjen je procenat anonimnosti, pa je

to dovelo do kvalitetnijih debata. Kleut, navodeći druga istraživanja (McCluskey i Hmielowski, 2012) u svom radu iznosi podatke koji ukazuju na to da „do 2010. godine, 92 posto vodećih informativnih medija u SAD uvelo je opciju komentarisanja“ (Kleut, 2015: 296). Ona konstatuje da nekoliko godina kasnije mnogi mediji su ograničili ili izmenili svoju politiku komentarisanja sadržaja na sajtovima.

Naše istraživanje fokusiralo se na komentare korisnika *Fejsbuka* koji su ostavljeni ispod objava *Mađar so-a* na temu migrantske krize. Ovaj manjinski list ima najdužu tradiciju informisanja na mađarskom jeziku u Srbiji. Prvi broj lista objavljen je 1944. godine u Novom Sadu, tada još pod imenom *Slobodna Vojvodina* („Szabad Vajdaság“). Od septembra 1945. godine list izlazi pod imenom *Mađar so*. 2004. godine osnivačka prava sa Skupštine Autonomne Pokrajine Vojvodine prenose se na Nacionalni savet mađarske nacionalne zajednice. Od promene osnivača dolazi do bitnih promena: 2005. redakcija se premešta iz Novog Sada u Suboticu kao deo plana reorganizacije lista. Od 2011. godine dolazi do smene i tadašnjeg glavnog i odgovornog urednika lista uz negodovanje ne samo stručne javnosti već i međunarodnih organizacija. Osnivač kao razlog smene navodi da uređivačka politika nije u skladu sa ciljevima lista, te da list treba više da se fokusira na sopstvenu zajednicu (Šinković, 2013:483). Uređivačka politika lista od 2011. godine mahom je okrenuta ka Savezu vojvođanskih Mađara (Šinković, 2014; 2014a) koji čini većinu u Nacionalnom savetu Mađara.— Kao što smo naveli, u okviru ovog rada predstavimo analizu sadržaja komentara na *Fejsbuk* profilu lista *Mađar so*, pokušavajući odgovoriti na nekoliko istraživačka pitanja (IP).

IP1: Kako Mađar so izveštava o migrantskoj krizi?

IP2: Kako aktivna čitalačka publika Mađar so-a reaguje na migrantsku krizu u Evropi?

IP3: U kojoj meri je prisutna netrpeljivost ili govor mržnje u komentarima korisnika?

2. Teorijski okvir

Koncept aktivne publike označava aktivnosti i poduhvate samih recipijenata mas-medijskih poruka. Teoriju recepcije Stjuarta Hol prvi put je prezentovao 1973. godine u eseju „Encoding and Decoding in the Television Discourse“ u kom navodi tezu da medijska poruka koja se šalje auditorijumu ima svoju „preferirano“ značenje ili čitanje, dok posmatrajući prijem te poruke kod publike, on iznosi nekoliko mogućih pozicija auditorijuma: *dominantna/hegemonistička* pozicija, *pregovarana* pozicija i *suprotstavljajuća* pozicija (Hall, 1973). Prema Holu prva pozicija je „kad gledalac uzima konotirano značenje iz, recimo, televizijskih vesti ili nekog aktuelnog programa, u celini i izravno, i dekodira poruku u okvirima referentnog koda u kome je ona kodirana, moglo bi se reći da gledalac deluje unutar dominantnog koda“ (Hol, 2008: 284), druga pozicija „priznaje legitimnost hegemonističkih definicija da prave velika pojednostavljenja (apstraktno), ali na ograničenijem situacionom nivou pravi vlastita pravila - funkcioniše na osnovu izuzeća od pravila. [...] Zadržava sebi pravo na njihovu dogovornu primenu na 'lokalne uslove'“ (Hol, 2008: 285), dok treća pozicija podrazumeva da primalac poruke „savršeno razume i bukvale i konotativne naznake diskursa, ali da dešifruje poruku na *globalno* suprotan način. On detotalizuje poruku u poželjnom kodu da bi je retotalizovao u nekom alternativnom referentnom okviru“ (Hol, 2008: 285).

Ova Holova teza još više dolazi do izražaja razvojem onlajn (medijskog) prostora koji često postavlja ozbiljne etičke i profesionalne izazove pred novinare. „Nedovoljno problematizovanje klasično shvaćene aktivnosti publike dovela je do toga da je sektor novinarstva iznenađen obimom delatnosti publike kojoj je tehnologija ‘odrešila ruku’” (Kleut, 2010:54).

To, kako publika koristi onlajn prostor u velikoj meri je kulturološki uslovljen, kako to Ruiz i drugi primećuju u svom istraživanju (2011), kontekst kulture određuje demokratski kvalitet eventualne debate (Ruiz et al., 2011: 482). U pomenutoj analizi, autori su se bavili kvalitetom onlajn debate u komentarima na tekstove na sajtovima pet nacionalnih medija (The Guardian, Le Monde, The New York Times, El País i La Repubblica). Jedan od zaključaka je i to da se komentari drže ideoloških okvira vesti i da samo u malom delu se reflektuje manjinski aspekt, odnosno drugačiji pristup (Ruiz et al., 2011: 482). Zbog ovih razloga uz analizu komentara prikazaćemo i vrednosne stavove u tekstovima *Mađar so*.

U ovom radu bavimo se i prisustvom sajbermržnje. Onlajn govor mržnje (eng. *cyberhate*) ili sajbermržnja označava mržnju prema nekoj zajednici u onlajn prostoru (Blazak, 2009; Hawdon, Oksanen i Räsänen, 2016). Razlika između sajber-maltretiranja (eng. *cyberbullying*) je u tome da govor mržnje u onlajn prostoru fokusira se na jednu celu grupu umesto na pojedinca (Costello, Hawdon, Ratliff, 2016:2). Osnovu takvom napadu čine neke grupne karakteristike kao što su nacionalnost, etnička pripadnost, vera, rasa, seksualna orijentacija, rod ili nešto drugo. Virtualni prostor, odnosno internet kao i društvene mreže postaju sve popularniji u širenju govora mržnje, delimično zbog lakšeg pristupa i moguće anonimnosti (Christopherson, 2007). Prema našem mišljenju ovim razlozima treba dodati i mogućnost da korisnici ovih mreža onlajn prostor doživljavaju više kao lični prostor a ne kao deo *javnog* u kom važe jasnija pravila ponašanja i osuda javnosti u slučaju antisocijalnog ponašanja. Ovo omogućuje pojedincima da koriste društvene mreže za lakše targetiranje pojedinaca, grupa koji su „drugačiji“ u ideološkom, političkom ili nekom drugom smislu (Taras, 2012).

3. Metodologija

Za analizu komentara korištena je analiza sadržaja. Analiza sadržaja prema Berelsonu objektivno, sistematično i kvantitativno opisuje sadržaj komunikacije (Berelson, 1952:18). Ova definicija doživela je do danas neke promene, suštinski se i dalje oslanja se na karakteristike koje je definisao Berelson. Po Krippendorfu (Krippendorff) „analiza sadržaja je istraživačka tehnika koja daje validne zaključke o kontekstu upotrebe tekstova (ili drugih stvari)“ (Krippendorff, 2004:18). Krippendorf ukazuje na to da tekst, odnosno sadržaj ne postoji sam od sebe, već je uvek u interakciji sa vrednostima publike, kao i da sadržaj može imati više značenja, i može da se percipira iz više aspekata u zavisnosti od publike, konteksta, itd. (Krippendorff, 2004:23-25).

Za ovu analizu kreiran je poseban kodni list koji je ukupno beležio deset kategorija, kao što su: (ne)postojanje grafičkih elemenata –*emoji* u komentarima, tema teksta, tema komentara, - (ovo nisam ja beležio sa time mi je stigao rad) odrednice koje karakterišu sliku migranata, odnos korisnika prema tekstu, postojanje ili odsustvo govora mržnje u komentarima. Posebna kategorija je beležila formu govora mržnje u slučaju da je on detektovan. Poslednja kategorija je evidentirala međusobnu interakciju korisnika. *Jedinicu analize* činili su komentari sa pratećom opremom.

Uzorak ove analize čine svi komentari koji su objavljeni na zvaničnom *Fejsbuk* profilu *Mađar so-a*, a koji su ostavljeni na tekstove koji su se bavili migrantskom krizom. Period sakupljanja podataka bio je od 1. januara do 15. marta 2017. godine. Opravdanost izbora ovog perioda vidimo u sledećim činjenicama: 1) vremenske neprilike su bile karakteristične u ovom periodu pa se očekivalo da su socijalno ugrožene u fokusu izveštavanja; 2) 15. mart je nacionalni praznik mađarske zajednice u Srbiji ali i državni praznik u Mađarskoj (Dan sećanja na početak revolucije 1848/1849 – buđenje nacionalne svesti kod Mađara). Podaci su prikupljeni pomoću softvera NodeXL koji je dizajniran za analizu socijalnih mreža uz prikupljanje podataka sa istih. Svi komentari su anonimizirani pomoću navedenog softvera i njima je, u zavisnosti od pozicije ispod teksta, automatski dodeljene šifre u formatu: xxx_x, gde prvi broj označava broj objave, dok drugi se odnosi na poziciju komentara (nula označava poslednji komentar, a veći brojevi označavaju prve komentare).

Uz komentare analizirani su i sami tekstovi u vezi sa krizom. U slučaju tekstova beležen je odnos novinara prema temi, odnosno da li je on negativan, pozitivan, neutralan ili i pozitivan i negativan.

4. Empirijski nalazi

Kao *politički/društveni kontekst* analize uzimamo red događaja koji svoj početak beleži 2015. godine, kada je krenuo najintenzivniji talas migranata/izbeglica⁸⁷ sa Bliskog istoka u Evropu. Prema procenama Visokog komesarijata za izbeglice pri UN, u toj godini skoro milion migranata je pristiglo u Evropu. Sredinom juna 2015. u Mađarskoj počinje antiimigrantska kampanja dok Srbija zastupa stav „otvorenih vrata“. Prvi konflikt između Srbije i Mađarske javlja se u septembru kada na zajedničkoj granici dolazi do sukoba migranata i policije a Mađarska počinje sa dizanjem ograde. U martu 2016. godine Evropska unija u koordinaciji sa njenim članicama zatvara takozvanu balkansku rutu, nakon čega sledi dogovor EU – Turska. Politička elita Srbije kritikuje odluku EU i traži rešenje za status onih migranata koji su ostali na teritoriji Srbije. U februaru 2017. godine počinje izgradnja druge ograde na srpsko-mađarskoj granici, istovremeno prema podacima Komesarijata za izbeglice u Srbiji je oko 6,5 hiljada migranata.

Uzorak za ovu analizu formiran je na osnovu 4425 komentara koliko ih je bilo u analiziranom periodu. Od ovih komentara ukupno je izdvojeno 255, koliko je objavljeno kao reakcija na objave o migrantskoj krizi na zvaničnom *Fejsbuk* profilu *Mađar so-a*.

Pre nego što predemo na same nalaze koji su proistekli iz analize komentara, nekoliko reči o samim tekstovima koji su objavljeni onlajn, na zvaničnoj stranici *Mađar so-a*, a istovremeno su činili osnovu postova ovog lista na *Fejsbuk* profilu lista.

⁸⁷ Prema klasifikaciji Visokog komesarijata Ujedinjenih nacija za izbeglice (UNHCR) Izbeglica je osoba koja beži od proгона ili ratnom zahvaćenih područja. Oni su zaštićeni i njihov status je definisan međunarodnim pravom. Migrant napušta svoju domovinu ne zbog rata i nasilja već da bi unapredio svoje životne okolnosti kao što su posao, studiranje, spajanje sa porodicom, itd. Azilanti su oni migranti ili izbeglice koji su u nekoj zemlji tražili zaštitu od potencijalne pretnje u njihovoj domovini (UNHCR, 2015). U ovom radu reči migrant i izbeglica korišćene su kao sinonimi da bi se izbeglo često ponavljanje i navođenje svih pojmova.

Analiza 46 tekstova (Šinković, u štampi), koji su objavljeni u istom periodu kada je i monitoring komentara nastao, a na temu migrantske krize, pokazala je da se izbeglička kriza najviše pojavljivala u okvirima crne hronike. Tekstovi su markirali antisocijalno ponašanje. Isto istraživanje bavilo se i prototipom izbeglice u tekstovima, a rezultati pokazuju da se mahom govori o muškarcu koji je nasilan, mlad i neuredan. Opis relacije glavnih činilaca u tekstu sa migrantima, mahom je neutralan ili negativan (Šinković, u štampi).

4.1. Tema objave i komentara, odnos korisnika prema temi objave

Tematski okviri za detektovanje tema kao i komentara postavljeni su široko da bi ti sadržaji mogli lakše da se klasifikuju. U analiziranom periodu najviše *Fejsbuk* postova bilo je na temu crne hronike, odnosno podeljeni su tekstovi i sadržaji koji su se bavili migracijom u kontekstu kriminala. Na osnovu analize vidimo da je *Mađar so* svom onlajn auditorijumu osim crne hronike ponudio i sadržaje u vezi sa merama Srbije za upravljanje migrantskom krizom (smeštaj, administracija, zdravstvo, socijalna pitanja, školovanje, itd.) Tabela br. 1. pokazuje da su sve ostale teme daleko ispod ove dve kategorije.

Tabela br.1. Tema objava na Fejsbuk profilu Mađar so-a

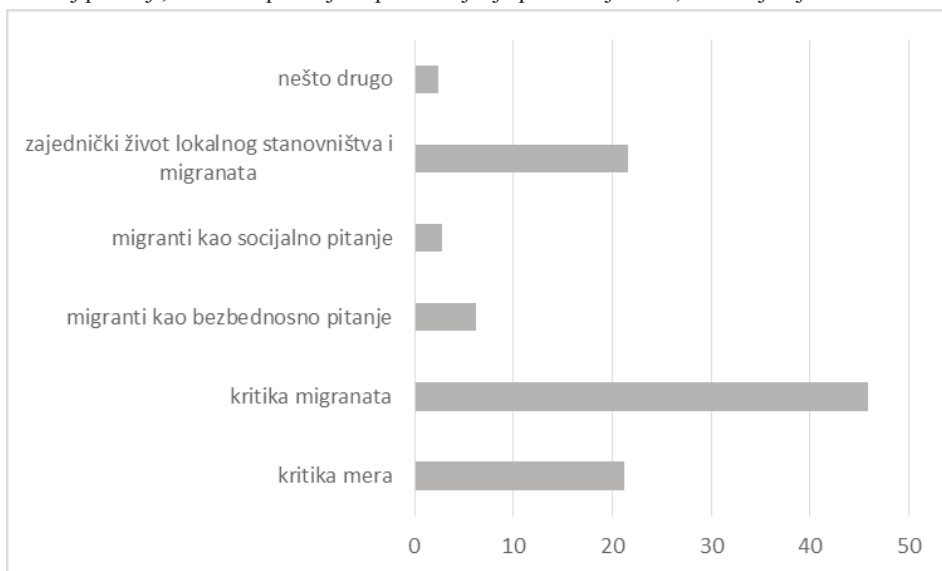
kategorija	n	procenat
mere Mađarske	0	0.00
mere Srbije	54	21.18
mere Nemačke	0	0.00
mere Evropske unije	14	5.49
crna hronika	169	66.27
situacija na Bliskom istoku	0	0.00
socijalna zaštita migranata	7	2.75
volonteri i migranti	8	3.14
građani i migranti	2	0.78
policija i migranti	0	0.00
nešto drugo	1	0.39

U analiziranom periodu objave su naglasak stavile na antisocijalno ponašanje pojedinaca dok prosocijalno ponašanje nije predstavljeno ni u jednoj. Džajls (Giles) navodi da ono šta je anti- a šta prosocijalno varira od jednog društva do drugog. Dok „debatu o nasilju u medijima moramo razumeti i delom kao moralnu debatu o načinima na koje ljudi u društvu vode svoj život“ (Džajls, 2010:40). Ako prihvatamo Holovu tezu o unapred definisanom ideološkom kontekstu medijske poruke koji se kreira prilikom kodiranja poruka od strane medija, onda je stavljanje migrantske krize u okvire crne hronike vodi ka negativnoj ideološkoj matrici.

Ako posmatramo kakve reakcije su kreirale ove objave (grafikon br.1.), vidimo da su dve kategorije dominantne: kritika samih izbeglica (Primer br. 1), i odnos domicilnog stanovništva i migranata.

Primer br.1. (šifra komentara: 397_30): „Možemo mi njih primiti, sve da im damo... to neće biti njima dovoljno, pravac Nemačka!“ Ovaj komentar se pojavio kao reakcija na objavu čija je tema bila posvećena nesreći kod Martonoša, kada se jedan migrant utopio u Tisi.

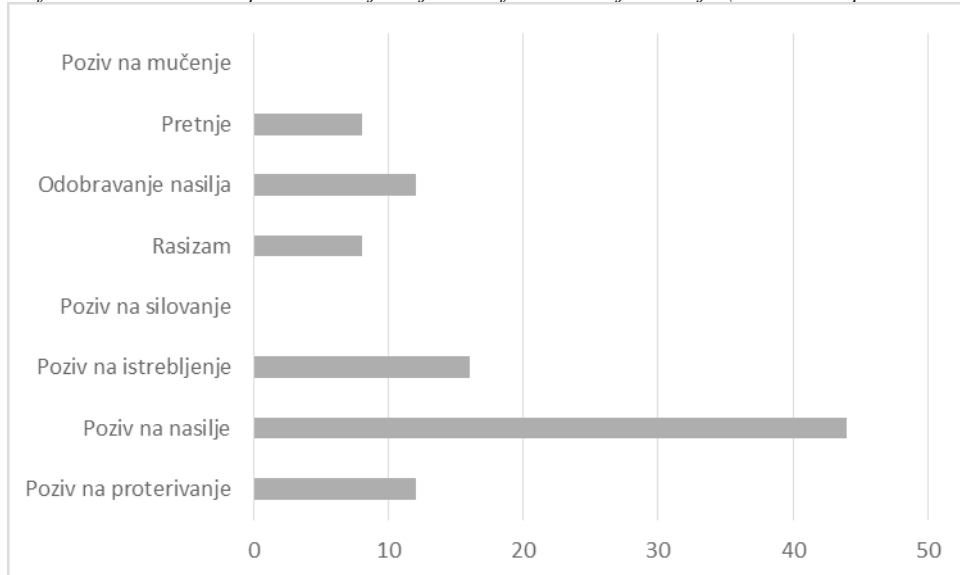
Odnos lokalnog stanovništva prema izbeglicama bliže objašnjava sledeća kategorija, odnosno mišljenje korisnika o temi objave. Videćemo da je ono mahom negativno (76,08%). Postavljajući ovo u korelaciju sa našim teorijskim polazištem, jasno je da po Holovoj kategorizaciji pozicije recipijenta medijskih poruka ovde je reč o dominantnoj/hegemonističkoj poziciji. Nasuprot ovoj poziciji, odnosno pozicija suprotstavljanja prisutna je u 18,43% objavljenih komentara.



Grafikon br.1. Tema komentara Fejsbuk korisnika (pokazatelji u procentima)

4.2. Sajbermržnja u komentarima

U našoj analizi eksplicitni primeri sajbermržnje detektovani su u 9,41% komentara. Dok u ostalim komentarima mahom je reč o negativnom stavu prema migrantskoj krizi. Posmatrajući strukturu poruka sa mržnjom, najdominantniji su pozivi na nasilje i istrebljenje a onda pozivi na proterivanje (vidi grafikon br.2.)

Grafikon br.2. Struktura poruka u kojima je identifikovana sajbermržnja (vrednosti u procentima)

Jedan od primera je i komentar koji poziva osim na ubijanje i na odbijanje davanja svake vrste pomoći izbeglicama.

Primer br.2. (šifra komentara: 125_9): „Samo ih ubiti i ne dati im ništa, neka crknu od gladi“. Ovaj komentar se pojavio kao reakcija na objavu čija je tema bila posvećena broju migranata u Srbiji i radu nevladinih organizacija.

Slična, negativna reakcija je detektovana i u slučaju jedne druge objave u kojoj se govorilo o tome da u severnim opštinama sve je više izbeglica. Ovaj medijski sadržaj je među najkomentarisanim, ukupno smo zabeležili 53 komentara.

Primer br.3. (šifra komentara: 143_08): „Streljati ih sve u Tisu, i one koji im pomažu“.

Ovi primeri pokazuju ekstremnu mržnju prema migrantima, ali i prema onima koji su solidarni sa njima (volonteri, nevladine organizacije). Osim pozivanja na ubistvo, u ovoj kategoriji su i poruke koje pozivaju na nasilje a istovremeno stvarajući konekciju sa stanjem u privredi tako što se ukazuje na javni novac koji se troši na pomoć ljudima.

Primer br.4. (šifra komentara: 142_34): „Dajte im metak umesto novog Doma zdravlja, jef-tiniji je! Na ovakve stvari odlazi novac poreskih obveznika!“. Ovo je komentar na vest koja govori o tome da je otvorena posebna ambulanta za izbeglice gde mogu dobiti zdravstvenu negu.

Od poruka mržnje druga najzastupljenija kategorija u ovom monitoringu su pozivi na istrebljenje, od kojih su neki manje eksplicitni i zahtevaju određeno predznanje. Najbolji primer takvih poruka je ostavljena na istu objavu kao i u primeru br.3.

Primer br.5. (šifra komentara:142_43): „Odveo bih ja njih na *kampovanje* u Poljsku“. Korisnik aludira na nacistički kamp za istrebljenje Jevreja i drugih u Aušvicu za vreme Drugog svetskog rata u nacističkoj Nemačkoj.

Treći tip najzastupljenijih poruka u ovoj kategoriji odnosi se na proterivanje ljudi. U primeru br.5. korisnik je, kako on navodi, zbog lošeg bezbednosnog stanja zastupa stav da migrante treba proterati zajedno sa izbeglicama sa Kosova.

Primer br.6. (šifra komentara: 125_0): Vratiti ih tamo odakle su došli jer ceo grad se boji od njih, decu ne smemo pustiti uveče da odu da se zabavljaju, a ne samo njih treba proterati, nego i ove sa Kosova koji će vas pokrasti i po danu“.

U ostalim porukama sa govorom mržnje, imamo primere i na versku diskriminaciju gde aludiraju na korišćenje mesnih proizvoda od svinje (zbog tradicije u islamskoj zajednici da ne konzumiraju svinjske proizvode), ali i primere napada na one korisnike *Fejsbuka* koji brane ljude koji su stigli sa ratom zahvaćenih područja.

Ovde ćemo navesti još jedan signifikantan pokazatelj: dve su kategorije objava bile najviše komentarisane, one u vezi sa socijalnom zaštitom migranata i one u vezi sa bezbednosnim stanjem u selima i gradovima. Značajan podatak je i to da je 90,6 posto komentara ne sadrži govor mržnje ali opšti ton komentara jeste negativan, uglavnom sa referisanjem na loše ekonomsko i socijalno stanje domicilnog stanovništva.

Iako je bilo očekivano, korisnici su u malom procentu referisali na druge komentare. Jedna trećina (32,55%) komentara je bila deo interakcije korisnika. Jedan od mogućih razloga za ovakav pokazatelj je i opšti ton tekstova ali i komentara, odnosno homogeno mišljenje koje je bilo ispoljeno u komentarima koje je dovelo do osećaja pripadanja manjini kod onih koji drugačije misle.

5. Zaključak

Kulturološke razlike, ekonomski i socijalni problemi kao i nedostatak medijacije i plana integracije i rada sa stanovništvom mogu dovesti do problema u budućnosti između domicilnog stanovništva i izbeglica u Srbiji. Sajbermržnja ili onlajn govor mržnje jedan je od pokazatelja ovog trenda koji lako može da se prelije iz onlajn sfere u oflajn svet.

Ovaj rad pokušao je dati kratak uvid u dešavanja u onlajn svetu analizirajući *Fejsbuk* komentare na zvaničnom profilu jednog manjinskog lista u Srbiji, *Mađar so-a*. Komentari koji su analizirani kroz nekoliko aspekata pokazuju generalno negativan ton u debati o migrantskoj krizi (IP1). Istovremeno prisutan je jedan značajan procenat ekstremnih poruka (10%) u analiziranom uzorku koji mora da bude deo debate o ulozi medija u borbi protiv diskriminacije i mržnje (IP2). Monitoring je pokazao da loša ekonomska situacija i socijalno stanje značajno utiču na stavove korisnika, i da kao podtekst u svim kritikama na račun migranata javlja se referisanje na sopstveni loš položaj.

Analiza je utvrdila da korisnici u relativno niskom procentu referišu ili ostvaruju komunikaciju ili debatu sa ostalima, dok je vrlo izražena netrpeljivost prema onima koji su u svojim stavovima ili ideološki na suprotnoj poziciji u odnosu na većinu (IP3). Naglašena reakcija i odbijanje dijaloga pokazuje značajan jaz u samoj domicilnoj zajednici u vezi sa migrantskom krizom, što bi

trebalo da bude poruka državnim institucijama da je neophodan širi i otvoren dijalog u društvu uz sankcionisanje govora mržnje u skladu sa zakonskim odredbama.

Literatura

- Blazak, R. (2009). Toward a working definition of hate groups. U Perry, B, Levin, B, Iganski, P, Blazak, R, i Lawrence F. (ur.). *Hate crimes*. Westport, CT: Greenwood Publishing Group. str 133–148.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: The Free Press.
- Christopherson, K. (2007). The Positive and Negative Implications of Anonymity in Internet, Nobody Knows You're a Dog. *Computers in Human Behavior* 23 (6). str.3038–3056.
- Costello, M, Hawdon, J, Ratliff, N.T.(2016). Confronting Online Extremism: The Effect of Self-Help, Collective Efficacy, and Guardianship on Being a Target for Hate Speech. *Social Science Computer Review*. str.1-19. DOI: 10.1177/0894439316666272
- Džajls, D. (2010). *Psihologija medija*. Beograd: Clio.
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. (pristup: http://epapers.bham.ac.uk/2962/1/Hall%2C_1973%2C_Encoding_and_Decoding_in_the_Television_Discourse.pdf)
- Hawdon, J., Oksanen, A., & Räsänen, P. (2014). Victims of online hate groups: American youth's exposure to online hate speech. U Hawdon, J, .Ryan,J, i Lucht, M. (ur.), *The causes and consequences of group violence: From bullies to terrorists*. Lanham, MD: Lexington Books. str.165–182.
- Hol, S. (2008). Kodiranje, dekodiranje. U Đorđević, J. (ur.) *Studije kulture - Zbornik 2*. Beograd: Službeni glasnik. str. 275-285.
- Kleut, J. (2010). Aktivna publika i novinarstvo. U *Mesto i značaj medijskih studija za međuregionalnu saradnju*. Novi Sad: Filozofski fakultet u Novom Sadu. str. 47–56.
- Kleut, J. (2015). Komentari korisnika na informativnim veb-sajtovima: pregled pristupa. U Valić Nedeljković, D. i Pralica, D. (ur.), *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene: medijska istraživanja: zbornik radova IV*. Novi Sad: Filozofski fakultet. str. 296–305.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis - an introduction to its methodology*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Ruiz et al. (2011). Public Sphere 2.0? The Democratic Qualities of Citizen Debates in Online Newspapers. *The International Journal of Press/Politics* 16(4). str. 463–487.
- Shearer, E, Gottfried, J.(2017). *News Use Across Social Media Platforms*. Pew Research Center. (pristup:http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2017/09/13163032/PJ_17.08.23_socialMediaUpdate_FINAL.pdf)

- Šinković, N. (2013). „Mađarska reč“: Od opozicije do pozicije. *Medijski dijalozi – Časopis za istraživanje medija i društva Vol. VI, No.16*. Podgorica: Istraživački medijski centar. str.481-490.
- Šinković, N. (2014). Medijska nezavisnost u ogledalu parlamentarnih izbora u Srbiji –primer lista „Mađar so“. *Medijski dijalozi*. Vol. VII, No.19. Podgorica: Istraživački medijski centar. str.317-324.
- Šinković, N. (2014a). Rezultati monitoringa lista na mađarskom jeziku „Magyar Szó“ tokom predizborne kampanje za parlamentarne izbore 2014. godine. Koga su mediji izabrali, a šta su partije nudile – medijski monitoring predizborne kampanje. *Časopis Medijska sfera* br.7. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.str. 68-78.
- Šinković, N. (2017). *Izbeglička kriza u tekstovima dnevnog lista „Mađar so“*. U štampi.
- Sonderman, J. (2011). *News sites using Facebook Comments see higher quality discussion, more referrals*. Poynter. (pristup: <https://www.poynter.org/news/news-sites-using-facebook-comments-see-higher-quality-discussion-more-referrals>)
- Statista (n.d.). *Forecast of Facebook user numbers in Serbia from 2015 to 2022 (in million users)*. (pristup: <https://www.statista.com/statistics/568833/forecast-of-facebook-user-numbers-in-the-serbia/>).
- Taras, R. (2012). *Xenophobia and Islamophobia in Europe*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Tns-MediaGallup (2014). *Social Networks Survey Online, Društvene mreže – globalna studija*. (pristup: http://www.tnsmediumgallup.co.rs/newsletters/Drustvene%20mreze_Medjunarodna%20studija_srp_TNSMediumGallup_Dec_10.pdf)
- UNHCR - United Nations Refugee Agency (2015). *UNHCR viewpoint: 'Refugee' or 'migrant' - Which is right?*. (pristup: <http://www.unhcr.org/55df0e556.html>)

DIGITAL HATE: INTOLERANCE FOR MIGRANTS IN FACEBOOK COMMENTS

Summary

By developing technology, the field of social debate is no longer limited to interpersonal communication or classic/old media, such as TV, radio or print, but it is also extended to virtual ones. Popular social networks, such as *Twitter* or *Facebook*, today are the part of the so-called democratic arena, which creates space for debate about different social phenomena. This paper analyzes the content of comments on Facebook's posts of the only daily newspaper in Hungarian in Serbia, *Mađar so*, in connection with the migrant crisis in Europe. As main findings, we can emphasize intolerance as well as referring to violence against migrants and hate speech, which is forbidden by the law in Serbia.

Key words: *Mađar so*, migrants, refugees, intolerance, *Facebook*.

Dubravka Valić Nedeljković
Filozofski fakultet
Univerzitet u Novom Sadu
Novi Sad, Srbija

UDC: 271.222(497.11):004.738.5

POUKE.ORG – PRAVOSLAVNA INTERNET ZAJEDNICA

APSTRAKT

Crkve, verske zajednice i drugi oblici okupljanja na osnovu religijskog opredeljenja uveliko su sa zemaljskih susretanja prešle na virtuelnu prostor-vreme sabornost. Najviše multimedijalnih platformi na srpskom jeziku prema www.rsportali.com pripada Srpskoj pravoslavnoj crkvi odnosno njenim vernicima, zatim su tu oni multikonfesionalni poput Sionska truba, kao i platforme koje su posvećene Bibliji (SvetoPismo.info), hrišćanskim praznicima (Crkveni kalendar). Po složenosti sadržaja, pristupu, orijentaciji i inovacijama, zatim interaktivnosti i digitalnoj filozofiji izdvaja se multimedijalna platforma Pouke.org. Cilj ovog rada je dekonstrukcija uređivačke politike multimedijalne platforme Srpske pravoslavne crkve kao dominantne konfesije u Srbiji Pouke.org. Metodologija – u istraživanju su korišćene kritička analiza medijskog diskursa i deskriptivna analiza sadržaja.

Ključne reči: multimedijalne platforme, crkve, verske zajednice, Srpska pravoslavna crkva

Uvodna razmatranja

Teorijska i stručna literatura ne nudi obilje tekstova koji se bave analizom odnosa crkava i verskih zajednica prema virtuelnoj evangelizaciji i uopšte sabornosti na internetu u različitim pojavnim oblicima bilo da je reč o blogovima, multimedijalnim platformama, socijalnim mrežama, ponudama na Jutjubu audiovizuelnih sadržaja sa verskom tematikom prozjuma, ali i medijskih profesionalaca.

Raspoloživa literatura bi se mogla podeliti na informativne i istraživačke medijske tekstove u nedeljnicima, zatim stručna razmatranja, pre svega osoba vezanih profesionalno za crkve i verske zajednice, o mogućnostima koje pruža internet sa, uglavnom, veoma malo kritičkih pogleda, i na kraju na naučno-istraživačke radove, kojih je i najmanje, posebno u produkciji na jezicima Jugoistočnog, i delimično Zapadnog, Balkana.

Mediji se relativno od skora bave internetom u kontekstu crkava i verskih zajednica. Medijske/novinske agencije prenose i vesti koje se tiču novih trendova, ili politika crkava i verskih zajednica, pa se tu svrstavaju i one o prodoru u sferu digitalnog komuniciranja.

Čim je pokrenuta društvena mreža Srpske pravoslavne crkve (SPC), tu vest su 2016. preneli svi mediji u Srbiji. Javnom servisu Srbije intervju je dao, između ostalih osnivača mreže Crkva.net članova Misionarskog odeljenja SPC-a, veroučitelj Aleksandar Milojkov koji je između ostalog naveo da je tehnološki slična Fejsbuku i Tviteru, po sadržaju odgovarajuća svom nazivu. Za

nekoliko dana okupila je 2.000 ljudi i laika i sveštenih lica. Stevan Jovanović, veroučitelj i član Misionarskog odeljenja SPC-a naveo je u intervjuu za RTS razlog pokretanja Crkva.net ističući da na tom internet prostoru ima toliko informacija, da ako ne budu oni „sejali na način na koji se seje – sejaće neko drugi“.

Valja podsetiti da je prema međunarodnom istraživanju Hootsuite⁸⁸ i We are Social u svetu ima više korisnika društvenih mreža nego ukupno stanovnika Amerike, Indije i Kine, tačnije tri milijarde i osamsto miliona žitelja naše planete je onlajn svakodnevno od čega ih je dve milijarde na Fejbuku. Na drugom mestu po posećenosti je Jutube sa jednom i po milijardom, slede WhatsApp i Mesindžer sa po jednom milijardom i dvesta miliona korisnika (ASMEDI Newsletter avgust 2017, No 299).

Marko Nedeljković još 2011. u nedeljniku *Vreme* analitički pristupa ovoj temi navodeći obilje podataka i između ostalog ističe „2009. godine u svojoj knjizi *Duhovni razgovori vođeni preko Skajpa* iguman manastira Lepavina arhimandrit Gavriilo, monah za koga kažu da ima najviše duhovne dece. A razlog je jednostavan – svakodnevno putem Skajpa i Fejsbuka otac Gavriilo komunicira sa vernicima širom sveta, pruža im savete, podršku, pomoć. Iako se, kako kaže, na početku plašio da mu ta 'kutija ne remeti molitveni poredak', danas verovatno najuspešnije na ovim prostorima sprovodi crkvenu misiju u virtuelnom svetu, misionarski rad putem interneta“. Pri čemu autor ističe da je granica između duhovnog i svetovnog na internetu sve manje jasno uočljiva. Službeni sajtovi i multimedijalne platforme uglavnom se drže etičkih i moralnih normi, ali oni sadržaji koji se postavljaju na socijalne mreže prema istraživanju Marka Nedeljkovića zahtevaju ozbiljnu kritičku analizu. „Tako pojedini sveštenici iznose političke stavove, koriste 'slobodnu terminologiju', protive se promenama u Libiji, 'lajkuju' grupe poput 'Ko tebe grudvom, ti njega ledenicom', 'Pet najjačih psovki' ili 'Svi mi koji silujemo profil one osobe na koju se ložimo'“.

David Gibson u časopisu *Christian Century* (June 25, 2014:17–18) objašnjavao je nove trendove u katoličkoj crkvi nakon dolaska Papa Franje i moderan pristup velikih protestantskih crkava prema novim medijima. Opšti trend je otvaranje prema svim raspoloživim komunikativnim kanalima bilo da je reč o multimedijalnim oficijelnim platformama ili socijalnim mrežama jer tamo gde je pastva tamo moraju biti i njeni pastiri.

Američki novinar Džim Mekdermont (Jim Mc.Dermott) u članku „Going Totally Digital“ (2016) iznosi primer nadbiskupa Hozea Gomeza (José Gómez) koji je početkom 2013. angažovao stručnjaka za medije Meta Miksa (Matt Meeks) sa zadatkom da privuče/vrati mlade crkvi i veri. U vreme objavljivanja teksta (2016) digitalni tim od 12 osoba nadbiskupove kancelarije vodio je 15 Fejzbuk strana i više od tuceta Tviter naloga i Instagrama. Objave nadbiskupa Gomeza 2016. čitalo je sedmično i sa njim komuniciralo između 3,5 i 7 miliona osoba iz celog sveta.

Osobe profesionalno vezane za crkve i verske zajednice otvorile su se prema sajber svetu početkom Trećeg milenijuma. Tako je na primer Erik Stolc (2001:16) stručnjak za veb razvoj i odnose sa javnostima objavio tekst u časopisu *AmerikaPress* o internetskoj strategiji za lokalne crkve u kojoj upućuje sveštenstvo i monaštvo na koje sve načine prisutnost na internetu može da unapredi delovanje njihove lokalne crkve. Stolc (2001:17) navodi da sveštenici moraju imati u vidu ko-

⁸⁸ Svi nazivi literature, kao i međunarodnih dokumenta, koji nisu prevedeni na srpski jezik radi autentičnosti i autorskih prava ostavljeni su u originalu.

munikativne potrebe njihove lokalne zajednice i tako formatira veb-sajt. Ističe primer njegove lokalne crkve u Los Angelesu čija pastva su uglavnom pripadnici LGBT zajednice, stoga njihov sajt sadrži kompletan tekst biskupskog pastoralnog pisma „Uvek naša deca“ („Always Our Children” 1997) koje se odnosi na stav crkve prema pripadnicima te marginalizovane grupe. Posebno savetuje da kako lokalni sveštenici, tako i biskupi, moraju biti izrazito otvoreni za onlaj komunikaciju, nove vidove evangelizacije i duhovnog uzrastanja putem striming audio-vizuelnih sadržaja. Cilj bi trebalo da bude, savetuje Stolz, stvaranje onlaj verske/duhovne zajednice (2001:19).

U knjizi *40 Days and 40 Bytes: Making Computers Work for Your Congregation* (2004) Arona Spigla, Nensi Armstrong i Brent Bil (Aaron Spiegel, Nancy Armstrong, and Brent Bill) koji pripadaju Kongregacijskom centru Indijanapolisa upućuju početnike u digitalnom ponašanju crkvenih opština kako da upotrebljavaju Kongregacijski menadžment softver (CMS). Autori se zalažu da kongregacija cela treba da bude računarski pismena, a ne samo njen tehnički tim, jer će tek tad imati pravi učinak.

Džon Džouel (John P. Jewell) nudio je u knjizi *Wired for Ministry: How the Internet, Visual Media, and Other New Technologies Can Serve Your Churchy* (2004) niz preporuka kako Internet, nove tehnologije i vizuelni mediji mogu spasiti crkvu.

Naučno-istraživački radovi i stručni tekstovi su takođe retki. Na sajtu Srpske pravoslavne crkve objavljen je transkript javnog predavanja na Pravnom fakultetu u Nišu prezvitera Oliver Subotića koji objašnjava kako danas različiti teorijski pristupi (metod generalizacije, istorijsko-analitički metod, taksativni pristup, konceptualni pristup) objašnjavaju internet. Na kraju autor zaključuje „već neko vreme se nameću ideje o ispovesti preko interneta, pri čemu je u poslednjih nekoliko godina i taj predlog ‘prevaziđen’ s obzirom na ideje o formiranju virtuelnih parohija i episkopija. Doduše, ti ‘projekti’ su uglavnom prisutni na Zapadu, među nepravoslavnim hrišćanima, ali sve više postaju zanimljivi i pravoslavnima. Da li se iko od tih tehno-pravoslavaca zapitao kako će se pričestiti u virtuelnoj parohiji?“⁸⁹

Istraživače analize diskursa interesovalo je pre svega koje jezičke strategije odabiraju internet korisnici kada su u onlajn komunikaciji o temama vezanim za politike crkava i verskih zajednica i koji su to događaji o kojima se izveštava na multimedijalnim platformama koji ih motivišu da reaguju. Dosadašnja istraživanja (uporedi, na primer, Valić Nedeljkovi, Ganzevoort i Srećmac, 2017) ukazuju da je uglavnom tema o kojoj su korisnici Interneta najviše onlajn polemisali odnos crkve i države.

Cilj, metod, korpus

Cilj ovog rada je dekonstrukcija uređivačke politike multimedijalne platforme koja neguje stavove i dogmatiku Srpske pravoslavne crkve kao dominantne konfesije u Srbiji Pouke.org sa fokusom na odnos prema vernicima, modelu odabira događaj, drugim crkvama i verskim zajednicama.

⁸⁹ http://www.spc.rs/sr/prezviter_oliver_subotish_internet_razlichiti_pristupi (pregledano avgusta 2017).

Metodologija – u istraživanju su korišćene kvalitativna kritička analiza medijskog diskursa i deskriptivna analiza sadržaja.

Korpus čini random odabrani sadržaj multimedijalne platforma Pouke.org.

Minimalna jedinica analize je svaka pojedinačna informacija počevši od naslova do potpisa autora uz prateći video materijal i fotografije, crteže itsl. kao i svaki pojedinačni post/status/komentar korisnika od identifikacije, datuma postavljanja, vrste, pa do narednog sadržaja drugog autora.

Rezultati analiza sa diskusijom

Sajt *Pouke.org* reklamira se kao najposećeniji sajt koji promoviše Srpsku pravoslavnu crkvu. Statistika sajta upućuje da je registrovano 21.068 korisnika od kojih je istovremeno najviše posetilo ovu stranicu 8.610 korisnika.

Definisana su jasna pravila za upotrebu sajta „Све поруке на форуму, осим званичних саопштења **Српске Православне Цркве** су искључиво лична мишљења чланова форума ‘Живе Речи Утехе’ и уредништво не сноси никакву материјалну и кривичну одговорност услед погрешних информација. Објављивање информација са сајта у некомерцијалне сврхе могуће је само уз навођење URL адресе дискусије.⁹⁰”

Kreatori sajta pozivaju korisnike da se registruju, zatim da preuzmu aplikacije za android i ajfon. „Takođe nude i mesto za upoznavanje u „virtuelnom prostor-vremenu”.

Na ovaj način sajt prati trendove u modernoj onlajn komunikaciji i u tehničko/tehnološkom (nudi aplikacije) i u sadržajnom smislu jer zahteva poštovanje drugog i drugačijeg i upotrebu tolerantnog diskursa kao i poštovanje ljudskih prava.

Sajt sadrži četiri tipa sadržaja.

1) informacije različitih vrsta: a) vesti koje prenose sa zvaničnog sajta (SPC), b) vesti koje sami proizvode o delatnostima pre svega crkvenih velikodostojnika SPC (njihove izjave, radne posete itsl.), zatim crkvenih opština, kao i različitih organizacija koje su vezane za SPC, c) priče o verskim praznicima njihovom poreklu, simbolici, načinu obeležavanja u srpskoj tradiciji, d) informacije o delatnostima drugih crkava i verskih zajednica, e) vesti koje su obeležile dan van delatnosti crkava i verskih zajednica (domaće vesti, vesti iz sveta, vesti iz društva, vesti iz kulture, sportske vesti itd.).

2) Mesto za međusobno upoznavanje „Kana Galilejska”.

3) Prostor za ostavljanje komentara (statusi) u okviru klubova.

4) Blogovi.

5) Analitika (teorijski, naučni tekstovi)

⁹⁰ Sadržaji na sajtu Pouke.org se objavljuju isključivo na srpskoj cirilici tako da će svi primeri koji budu direktno citirani u ovom radu biti preneseni u izvornom obliku i pismu bez ikakvih intervencija niti u sadržaju, niti u formi, niti u pismu.

Pouke.org suštinski odgovara na komunikativne potrebe verujućih i u potpunosti sledi preporuke koje su još početkom trećeg milenijuma dali crkvama i verskim zajednicama Džon Džouel (2004) i Erika Stolca (2001), kao i savremenijih autora poput Džima Mekdermonta (2016).

Obrazac selekcije vesti

Galtung i Ruž su (1973) definisali obrasce novinarske selekcije događaja: frekvencija, informativni prag, kulturna bliskost, neočekivanost, već vest, elitne ličnosti i elitne države, jasnoća, nezasićenost tematskih blokova, „loša vest je omiljena vest“, ideološka prihvatljivost.

Frekvencija događaja – ovaj faktor nije relevantan za onlajn medije jer se informacije postavljaju onim tempom kojim stižu. Sajt Pouke.org nije informativni medij, u najužem smilu te reči, te njima i nije presudna brzina postavljanja vesti, niti im je važno da prate dinamiku i frekvenciju događaja.

Informativni prag – sve vesti koje su objavljene na naslovnici u sekciji *Žive reči utehe* prelaze informativni prag jedne verske multimedijalne platforme jer se tiču isključivo pitanja vezanim za religiju u najširem smislu od „Posta u čast presvete Bogorodice“ pa do „Kako će da izgleda srpsko-ruski hram u Banjaluci“.

Kulturna bliskost je jedan od presudnih obrazaca za selekciju vesti na ovom sajtu. Zemlje okruženja posebno one u kojima živi srpsko pravoslavno stanovništvo kao što je to Bosna i Hercegovina u fokusu su sajta („U Trebinju osveštan spomenik blagopočivšemu patrijarhu Pavlu“). Posebna pažnja je posvećena događajima na Kosovu koje SPC smatra neotudivim delom Srbije i „kolevkom srpstva“ („Međunarodni festival srednjovekovne muzike 26. i 27. avgusta u hramu Svetog Spasa u Prizrenu“). Prisutne su vesti i iz zemalja u kojima su hramovi srpske pravoslavne crkve kao što je Grčka u kojoj Sveta Gora (gde se nalazi najpoznatiji manastir SPC Hilandar) ima svojevrsnu autonomiju („Počela berba grožđa u vinogradima manastira Hilandar“, „Arhiepiskop Anastasios neće da bude predsednik Grčke“). I naravno tu su informacije i iz kulturološki bliske najmnogoljudnije pravoslavne zemlje Rusije („Ruska crkva: mediji koji plasiraju vesti o skorom kraju sveta pišu gluposti“), kao i drugih pravoslavnih zemalja u regionu Bugarske, Makedonije, Crne Gore, Hrvatske.

Neočekivanost je retko korišćen obrazac za selekciju vesti. Primenjuje se pre svega kada su u pitanju opšte vesti, dakle one izvan religijskog korpusa („U Sloveniji vanredno stanje“).

Elitne ličnosti i elitne države su najčešći obrazac za selekciju vesti. Najprisutnije su informacije o aktivnostima i stavovima patrijarha („Patrijarh Irinej: ‘Ugledajmo se na svetog despota Stefana Lazarevića i njegovu majku’“), zatim mitropolita („Mitropolit Amfilohije: srce majke je srce Bogomajke“, „Mitropolit Pavle: ko vlada Grčkom?“) i episkopa („Ustoličen episkop Mileševski g. Atanasije Rakita“), kao i analitičara, eksperata i profesora na visokim verskim školama („Milo-van Balaban: globalizam, nacionalni identiteti i smisao podrievanja SPC I i II“, „Katolički teolog dr Adalbert Rebić o misi za Pavelića“).

Ideološka prihvatljivost kao najčešće korišćen obrazac u svim medijima koji na implicitan način podstiče samocenzuru, jeste jedan od dominirajućih i na sajtu Pouke.org. Nema disonantnih tonova, kontroverznih intonacija, kao i suprotstavljenih mišljenja u odnosu na stavove i politiku SPC.

Citatnost

Najcitiranija osoba je patrijarh SPC Irinej. Svakodnevni sadržaj su objave sa njegovim izjavama („Niko nema pravo da kaže da nije video Boga”), saopštenjima („Patrijarh Irinej izrazio saučešće patrijarhu Kirilu”), učešćima na događajima („Patrijarh na Ivanjdan bogoslužio u hramu Rođenja svetog Jovana Krstitelja”).

U sekcijama „Vesti iz ostalih crkava”, „Vesti iz regiona” i „Vesti iz sveta” gde bi se očekivalo da budu citirani i predstavnici drugih crkava i verskih zajednica ipak se retko navode takvi izvori informacija. U slučajevima da postoji direktni, ili indirektni, citat to su osobe koje su na određen način vezane za pravoslavne crkve (Ruska, Grčka, Gruzijaska). Od ostalih crkava i verskih zajednica samo je Papa citiran, retko, u situacijama kada su informacije „u korist”, ili u direktnom interesu pravoslavnih crkava („Vaseljenski Patrijarh i Papa Francisko će se zajedno sresti sa Kairskim imamom”).

U sekciji „Vesti iz drugih crkava” nema citiranih osoba, a informacije se tiču delatnosti Amiša, Anglikanaca, Islamista i selektovane su po istom obrascu, direktna i indirektna veza sa pravoslavnim/hrišćanskim crkvama („Rijaset Islamske zajednice Srbije podržao Srpsku pravoslavnu crkvu po pitanju bogohulne izložbe”).

Teme

Sekcija „Vesti iz Srbije” ima nekoliko podsekcija „Aktuelne vesti iz zemlje”, „Društvo”, „Kultura”, „Sport”. Dakle sadržaj je klasifikovan po uvreženom obrascu tematskih blokova svih informativnih medija.

Sekcija „Vesti iz Srbije: aktuelne vesti iz zemlje” objavljuje informacije koje su vezane na bilo koji način za SPC. Dakle ne bilo koje relevantne informacije iz unutrašnje politike, već one sa jasnom konotacijom na dešavanja za koja je SPC direktno zainteresovana („Veliko interesovanje učenika za veronauku”).

Drugu grupu informacija čine one iz korpusa humanitarnih akcija („Skupljen novac za malu Petru. Čestitamo!”), „Humanitarna organizacija Srbi za Srbe-Dijaspore uz ugrožene u Srbiji”).

Katastrofične vesti koje na implicitnom nivou ukazuju na nedokučivu Božiju volju takođe su stalni sadržaj sajta („Nova pošast pojavili se crni oblaci skakavaca u Srbiji”).

Četvrti tip vesti tiče se istorije – poznate ličnosti i događaji vezani za tradiciju Srbije i srpstva obavezna je tema na sajtu *Pouke.org* („Vazduhoplovci uvek uz svoj narod”).

Sekcija „Vesti iz Srbije: društvo” obuhvataju informacije o odnosu crkve i šire zajednice, ali ne na nivou politike, već se zadržavaju na pitanjima medija, obrazovanja, nauke („Episkop Bački Irinej: Opet neistine o crkvi u ‘Večernjim novostima’”, „Prva konferencija pravoslavnih naučnika u Srbiji”).

Sekcija „Vesti iz Srbije: kultura” objavljuje vesti iz oblasti, pre svega, duhovne kulture, kao i iz oblasti koje obeležavaju slavnu istoriju i tradiciju Srbije bilo da je reč o literaturi („Preko praga” – predstavljena knjiga vladike Grigorija Durića”), filmu („Treći međunarodni festival pravo-

slavnog filma u Kragujevcu”), umetnosti („Obaveštenje o produženju izložbe ‘Album sećanja na naše pretke iz Prvog svetskog rata’”), kulture dijaloga („Razgovori profesora Bojanina i Sanda o odnosu religije i nauke”).

Sekcija „Vesti iz Srbije: sport” kreirana je po istom obrascu selekcije vesti („Košarkaš Nikola Mirotić: ‘Čuvaću orden Svetoga Save u srcu dok sam živ’”, „Novak Đoković i Jelena Ristić neće biti vjenčani u toku posta”).

Ostale sekcije „Vesti iz crkve”, „Vesti iz regiona”, „Vesti iz sveta”, „Vesti iz ostalih crkava”, „Vesti iz verskih zajednica”, „Ostale nekategorisane vesti”, nisu podeljene u podsekcije i njihov odabir je urednički vođen prema obrascima Galtunga i Ruža (1973).

Sekcija „Ostale nekategorisane vesti” bavi se uglavnom digitalnom pismenošću i informacijama vezanim za nove mogućnosti u virtuelnom prostor-vremenu („Božićni onlaj kviz”, „Sveti Nikola onlajn kviz”, „Zavisnost od internet video igrice”). Odabir informacija ukazuje da sajt Pouke.org prati nove trendove i korespondira sa generacijom milenijumsa kojima je sve što se dešava u onlajn sferi izazov.

Komunikacija korisnika sajta

Korisnici u okviru ovog sajta razvili su živu međusobnu komunikaciju na različite načine, postavljaju svoje statute, učlanjuju se u klubove i diskutuju u okviru tih virtuelnih sastajališta.

Statusi korisnika su svedeni. Uglavnom ih postavlja uža grupa stalnih pratilaca sajta. Postavljeni sadržaj se može klasifikovati u dve grupe. Jedni šalju citate poznatih ličnosti („Trifke: Kad bi ljudi znali koliko malo pameti upravlja svetom, umrli bi od straha. Ivo Andrić”), a drugi svoje lične komentare na svet u kojem žive („Нифада: Лична комуникација није комуникација на основу нечије интерпретације нечије личности и живота, јер неретко интерпретација нема везе са интерпретираним”).

Sajt nudi i učlanjenje u različite klubove među kojima se izdvaja „Zatvoren klub” koji je podforum „Kane Galilejske – onlajn mesta za upoznavanje radi crkvenog braka” uz obrazloženje:

„Ово је затворени клуб, што значи да само чланови клуба могу видети садржај у њему.

Чланови клуба, njih devedeset i četvoro su iz celog sveta.

Na stranici se piše na jezicima s/hib/cg.

Mnogi su postavili slikovnu identifikaciju ispred imenovanja. Uočeno je nekoliko strategija korisnika. Najveći broj je postavio svoju portret ili lajf fotografiju, te osobe su odlučne u nameri da se jasno predstave/pokažu i uspostave bliski kontakt sa nekom drugom osobom iz „kluba” kojoj se mogu svideti i po izgledaju. Manji broj se odlučio za simbol (arabeska), formulu matematičku („ $1/2mv^2$ ”), hrišćansku poruku („Spasi Gospode”), fotografiju ptice ili životinje (kamila, ždral), crtež sveca, crtež lika iz stripa, fotomontažu (čarobnjak čiji šesir svetluca). Njihova poruka skrivena iza „kreativne” identifikacije je nesigurnost u ispunjenje namene za koju je „klub” formiran.

Članovi kluba su primenjivali nekoliko strategija i u potpisu pod slikovnu identifikaciju. Uglavnom su te strategije već uočene u ranijim analizama potpisa pod komentare na internetskim multimedijalnim platformama (Valić Nedeljković 2012a i 2012 b, 2013, 2014). Najčešće je to puno ime i prezime uz fotografiju koja gotovo uvek prati ovaj model, osoba poručuje ostalim

članovima kluba da joj je zaista stalo da se upozna i druži „braka radi”. Varijable ove, najčešće, strategije su samo lično ime, ili lično ime uz brojku koja definiše godinu rođenja („Bane 977”).

Retko se koristi strategija sakrivanja iza autoriteta sa potpisom, na primer, imena nekog sveca ili pojma iz hrišćanstva („Prohor”, od Prohor Pčinjski, „Postmolitvom”) ili enigme („Dunavska sirena”, „Sva imena su već zauzeta”, „Prave vrijednosti”) koja bi trebalo da ukaže na to o kakvoj je osobi reč, naravno, uvek u pozitivnoj konotaciji.

Teme o kojima grupa razgovara su veoma raznorodne od toga kako se u Dalmaciji suše smokve, pa do aktivnosti predsednika Amerike, ali i o mnogo duhovnijim temama kao što su „proročanstva”, „sudbina”, „spasenje”, „neosuđivanje grešnika”, „šta je smisao života”, „kriza pravoslavlja u SAD”.

Sledeći primer ukazuje na prototipične postove ovog tipa:

„Mi smatramo nekad da nam ljubav nije uzvraćena, a u istom trenutku Bog i duše koje sliču Njemu karakterom, imaju izobilnu ljubav prema nama samima a da li se mi trudimo da uzvratimo njima tu ljubav, prije svega Njemu naravno.(...) ‘Blaženi su čisti srcem, jer će oni Boga gledati.’” („Postmolitvom” 28. 7. 2017)

Uočene su i rasprave o vrednostima tradicionalističkog srpskog društva poput diskusije o ravnopravnosti polova. Rasprava je počela postom „Žene postavljaju pitanja muškarci daju odgovore” i svela se na onlaj diseminaciju uvreženih predrasuda i stereotipa maskuliniranog društva. Jedna od često upotrebljivanih strategija u diskusiji bila je primena biblijske retorike. „Muskarac gleda u zemlju jer je od zemlje, a žena gleda u muskarca jer je od njega. I svi srećni...” („Ninaana”). Zaklanjanje iza autoriteta najznačajnijeg religijskog teksta (Biblija) je veoma česta ubeđivačka strategija i na lajičkim sajtoima i forumima jer je uvreženo mišljenje da se tekst i poruke/pouke koje šalje Biblija uopšte nikada ne dovodi u pitanje.

Osim navedenog aktivni su još i klubovi: „Književni klub „Pouke”, „Živa dela utehe” (humanitarni klub), „Klub umetnika”, „Klub informacione tehnologije”, „EjčEn” (nema obrazloženje o tipu kluba, reč je o ćaskanju bez teme nekoliko virtuelnih poznanika), „Klub džentlmena, dama i pozitivnih ljudi” („klub ljudi koji teže pravim vrednostima”), „Hrišćanski mističizam, „Klub mrtvih ateista”⁹¹.

Analizom je utvrđeno da su neki korisnici članovi više klubova istovremeno i da diskutuju onlajn o svim temama koje bilo ko od korisnika pokrene bez pravog dometa i doprinosa pokrenutoj debati.

Ime kluba često ne opravdavaju teme o kojima se onlajn razgovara u okviru kluba.

Zaključak

Sajt Pouke.org je moderan, razvijen, za komunikaciju otvoreno virtuelno vreme-prostor okupljanje osoba pravoslavne provenijencije.

⁹¹ Varijacija naziva na ime filma ”Društvo mrtvih pesnika” Pitera Vira nagrađenog Oskarom za najbolji scenario 1989.

Sebe vidi kao najposećeniji pravoslavni sajt. Analiza je pokazala da mali broj osoba suštinski svakodnevno posećuje sajt, ostavlja postove i komentare i diskutuje u desetak klubova koji deluju u okviru sajta. Iste osobe su članovi po nekoliko klubova.

Sajt redovno postavlja i ažurira vesti koje su podeljene u blokove (sekcije) prema uvreženom principu i obrascima za selekciju vesti sekularnih multimedijalnih platformi i tradicionalnih medija.

Osnovno načelo uređivačke politike sajta Pouke.org je da sve što se postavi mora imati direktnu vezu sa SPC ili sa interesima, politikom, odnosno dogmatikom SPC.

Sajt neguje profesionalnu novinarsku etiku. Nije zabeležen nijedan slučaj govora mržnje u bilo kom segmentu sajta. Istovremeno na implicitnom nivou se uočava ksenofobičnost uređivačke politike s obzirom da je osnovni obrazac selekcije vesti „informativni prag” koji ne prelaze događaji koji nisu direktno u vezi sa SPC i velikodostojnicima drugih pravoslavnih crkava.

Literatura

- Amin umesto lajka: Srpska pravoslavna crkva ima svoju društvenu mrežu (1. 4. 2016). RTS. <http://www.blic.rs/vesti/drustvo/amin-umesto-lajka-srpska-pravoslavna-crkva-ima-svoju-drustvenu-mrezu/xvj2lqb> (pregledano jul 2017).
- Ceo svet na društvenim mrežama (avgust 2017). *ASMEDI Newslwter* No 299.
- Gibson, David (June 25, 2014). Vatican says the church can't ignore social media. *Christian Century*, pp. 17–18.
- Katolici u SAD-u: Crkva nije dovoljno prisutna na internetu (12. 12. 2012). news.va/Agenzia Fides. <http://www.laudato.hr/Novosti/Svijet/Katolici-u-SAD-u--Crkva-nije-dovoljno-prisutna-na-.aspx> (pregledano jul 2017).
- Galtung, Johan, Ruge, Mari Holnboe (1973). Structuring and Selecting News. In Cohen, S., Young, Y., *The Manufacture of News*. London: Constable.
- Malović, Stjepan (2003). *Novine*. Zagreb: Sveučilišna knjiga.
- Stoltz, Eric (February 19., 2001). An Internet Strategy for Local Churches: Harnessing the Web for mission. *AmericaPress*. Pp 16-19. www.americamagazine.org.
- Jewell, P. John (2004). *Wired for Ministry: How the Internet, Visual Media, and Other New Technologies Can Serve Your Churchy*. Grand Rapids: Baker-Brazos Press.
- Nedeljković, Marko (5. maj 2011). Duhovnost na društvenoj mreži. Vreme br 1061. <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=989237> (pregledano jun 2017).
- Mc.Dermott, Jim (May 23-30, 2016). Dispatch Los Angeles: Going Totally Digital. *AmericaPress*. Pp 12. www.americamagazine.org. (pregledano jul 2017).
- Prezbyter Oliver Subotić: Internet – različiti pristupi. http://www.spc.rs/sr/prezbyter_oliver_subotits_internet_razlichiti_pristupi

- Spiegel, Aaron, Nancy Armstrong, and Brent Bill (2004). *40 Days and 40 Bytes: Making Computers Work for Your Congregation*. SAD: The Alban Institute.
- Schultze, J.Quentin (2002). *Habits of the High-Tech Heart: Living Virtuously in the Information Agey*. Grand Rapids: Baker.
- Valić Nedeljković, Dubravka (2012a). Digitalna slika studentskog protesta. U: *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 2*, ur. Dubravka Valić Nedeljković i Vladimir Barović. Str 24–45.
- Valić Nedeljković Dubravka (2012b). Skrivena poruka u potpisu: analiza potpisa korisnika onlajn izdanja medija i društvenih mreža. Zbornik sažetaka međunarodne konferencije Jezici i kulture u vremenu i prostoru 2, 24. 11. 2012. Filozofski fakultet, Novi Sad. Str 90.
- Dubravka Valić Nedeljković (2013), Virtuelna javnost o „Predlogu deklaracije o zaštiti ustavnih i zakonskih prava Autonomne Pokrajine Vojvodine“, Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu, XXXVIII–2. (str. 277-294).
- Valić Nedeljković, Dubravka (2014). Patrijarh SPC, Prajd, onlajn javnost. U Uloga medija u normalizaciji odnosa na Zapadnom Balkanu, ur. Dubravka Valić Nedeljković, Srđan Sremac, Nikola Knežević i Dinko Gruhonjić. Filozofski fakultet: Novi Sad. Str 309–327.
- Valić Nedeljković, Dubravka, R. Ruard Ganzevoort, Srđan Sremac (2017) The Patriarch and the Pride: Discourse Analysis of the Online Public Response to the Serbian Orthodox Church Condemnation of the 2012 Gay Pride Parade. In: *Lived Religion and the Politics of (In)Tolerance*, edd by R. Ruard Ganzevoort and Srđan Sremac. Palgrave/MacMillan. Pp 85–111.

POUKE.ORG – THE ORTHODOX INTERNET COMMUNITY

APSTRAKT

Church congregations and different religious communities, together with other types of religious assembling, have moved from conventional to virtual forms of convergence. According to www.rsportali.com the majority of the multimedia platforms in Serbian belong to Serbian Orthodox Church and its believers, followed by the multi-confessional *Zion Trumpets*. There are also numerous platforms that are dedicated to Bible studies (SvetoPismo.info – Bible search in Serbian), to Christian holidays (Crkveni kalendar - perpetual Orthodox church calendar). Among others, the Multimedia platform Pouke.org stands out thanks to the complexity of its contents, as well as its approach, orientation and innovation, besides the interactivity and digital philosophy. The main objective of this paper is the deconstruction of the editorial policy of Pouke.org, a multimedia platform of the Serbian Orthodox Church, which is the dominant religion in Serbia, particularly in relation to the other church and religious communities. Methodology – the research techniques used were critical analysis of media discourse and descriptive content analysis.

Keywords: multi-media platforms, church, religious communities, Serbian Orthodox Church

Emir Vajzović
Fakultet političkih nauka
Univerzitet u Sarajevu
Sarajevo, Bosna i Hercegovina

UDC 321.7:004.738.

INFORMACIJSKO DRUŠTVO I DEMOKRATIJA: GRAĐANSKA PISMENOST ZA DIGITALNO DOBA

SAŽETAK

Demokratija je društveno uređenje sa mnoštvom nedostataka, ali za bolje još uvijek ne znamo. Osim značajnih suštinskih izazova, demokratije se danas suočavaju i sa potrebom dodatnog prilagođavanja savremenom trenutku: s jedne strane su nova komunikacijska pravila i alati zasnovani uglavnom na Internet platformi, a s druge, građani među kojima je veliki broj evidentno nedovoljno osposobljenih da ostvaruju svoju očekivanu aktivnu ulogu u demokratskom društvu. Problem je što formalno i neformalno obrazovanje ne drži korak sa brzim razvojem društvenih odnosa, informacijsko-komunikacijskih tehnologija, novih medija, kao i novih političkih, ekonomskih, sigurnosnih trendova, pa i drugih izazova imanentnih savremenom demokratskom društvu. Rezultat činjenice da su mnogi građani, evidentno, i nedovoljno ili nekvalitetno informirani (previše vijesti – premalo „zdravih“ i blagovremenih informacija) i, ujedno, oskudno „građanski“ obrazovani, što znači da kao takvi ne vrše (jednako kao i mnogi mediji) optimalno ili očekivano dobro funkciju nadzora nad demokratskim procesima i nad djelovanjem ključnih aktera kao nosilaca vlasti i svojih legitimnih predstavnika. Mediji su moć i okosnica demokratije kao sistema koji pretpostavlja da je građanin kvalitetno informiran, ali i nužno medijski i politički pismen, dakle, i dovoljno obrazovan. Samo takav, tako osposobljen građanin može donositi slobodne, kritički promišljene odluke (između ostalog, i u izboru najboljeg predstavnika koji će zastupati njegove interese) i koristiti se mehanizmima koji služe kao efikasan korektiv i društveno-političkih procesa i ponašanja izbornih zvaničnika tokom izbornih perioda ili prilikom smjene mandatnih perioda. Potpora svakom demokratskom sistemu nedvojbeno i nezaobilazno jest jako civilno društvo: samorganizovani građani, nezavisni mediji i konstruktivna akademska zajednica.

Ključne riječi: demokratija, mediji, civilno društvo, građanska pismenost, medijska demokratija, informacijsko društvo.

Uvod

Svaka ljudska zajednica, ukoliko teži progresu i dobrobiti za svoje članove, zahtjeva proaktivne pojedince i grupe. Demokratska društva od svojih začetaka u antičkoj Grčkoj u svom konceptu su imala zajednička okupljanja, rasprave i donošenje odluka na javnom trgu – Agori. Danas, demokratija je društveno uređenje sa mnoštvom nedostataka, ali za bolje još uvijek ne znamo. Osim značajnih suštinskih izazova, demokratije se danas suočavaju s jedne strane sa potrebom dodatnog prilagođavanja savremenom trenutku (novim komunikacijskim pravilima i alatima zasno-

vanim uglavnom na internet platformi), a s druge strane, sa značajnim procentom građana koji su nedovoljno osposobljeni za aktivnu ulogu u demokratskom društvu, ma kako neka demokratija bila (u nijansama) koncipirana i prakticirana. Problem svakako usložnjava okolnost da u mnogim društvima ni formalno niti neformalno obrazovanje ne drži korak ne samo sa brzim razvojem društvenih odnosa, informacijsko-komunikacijskih tehnologija, novih medija, već ni sa promjenama i društvenim turbulencijama prouzročenim ili sve više izloženim različitim političkim, ekonomskim, sigurnosnim trendovima. Dodaju li se tome i brojni drugi izazovi koji prate i na neki način modificiraju savremena demokratska društva, još se ozbiljnijim problemom čini spoznaja da su građani mahom (suštinski) nedovoljno informirani (previše vijesti i njihovih interpretacija, a malo razumjevanja), da su nedovoljno građanski obrazovani, te da stoga (kao ni mnogi mediji) ne vrše dovoljno dobro funkciju nadzora nad demokratskim procesima i akterima tih procesa.

Da to jesu pitanja koja iziskuju dodatnu pažnju, potvrđuje i zapažanje komesara Hahna (2017) koji u vezi sa savremenim odnosom medija i društva napominje kako se „novinarstvo ne odvija u izoliranoj sferi već usred društva, u interakciji s datim političkim, ekonomskim i društvenim okruženjem“, te da zato „moramo vrlo pažljivo pratiti dramatične promjene s kojima se tradicionalni medijski prostor suočava“. To je, smatra Hahn, globalni fenomen prouzročen digitalizacijom i promjenom proizvodnje, ali i uzrocima potrošnje. „Tabloidizacija glavnih medija stvara plodno tlo za brzo širenje radikalnih, netolerantnih stavova unutar društva(...), a u vezi s tim „mediji i digitalna pismenost“ svakako jesu u centru pažnje“. Zato, u situaciji „kad imamo previše vijesti a nedovoljno informiranosti (eng. *‘over-newsed but under-informed’*), kvalitetan sadržaj može biti odlučujuće sredstvo na izuzetno konkurentnom tržištu.“

Budući da se savremeni čovjek u modernim, demokratski uređenim društvima informira uglavnom putem različitih medija, jasno je da moć masovnog komuniciranja i ulogu medija u demokratskim procesima valja vrlo ozbiljno shvatati, posebno u tzv. zemljama u tranziciji, gdje je nužno uložiti dodatni napor u razvoju i jačanju demokratije, ali jednako tako pažnju usmjeriti i na podizanje nivoa obrazovanja za demokratiju.

Jer, mediji jesu moć i okosnica demokratije, ali ne treba zaboraviti kako demokratski sistem pretpostavlja da je građanin kvalitetno informiran, ali i nužno medijski i politički pismen, dakle, dovoljno obrazovan (ne samo općenito) i osposobljen da, između ostalog, razumije i političke i zakonodavne procese, kao i političke platforme i programe stranaka, da bude zainteresiran i za kontinuirano praćenje društveno-političkih zbivanja, prati ponašanje nosilaca vlasti, pa i prethodne angažmane političkih kandidata, procjenjujući pritom i njihove kompetencije, moralni kredibilitet i slično. Samo takav, tako osposobljen građanin može donositi slobodne, kritički promišljene odluke (između ostalog, i u izboru najboljeg predstavnika koji će zastupati njegove interese) i koristiti se mehanizmima koji služe kao efikasan korektiv i društveno-političkih procesa i ponašanja izbornih zvaničnika tokom izbornih perioda ili prilikom smjene mandatnih perioda. Potpora svakom demokratskom sistemu nedvojbeno i nezaobiljno jest jako civilno društvo: samoorganizovani građani, nezavisni mediji i konstruktivna akademska zajednica.

U tom kontekstu promatrano, obrazovanje i građanska pismenost djece i odraslih nameće se kao jedno od ključnih pitanja u demokratizaciji svakoga zdravog društva. To, naravno, nije uvijek jednostavno provodivo. Pri tome imamo nove generacije rođenih u digitalnom dobu koji ne nai-

laze na dovoljno razumijevanja od obrazovnog sistema i društva za svoje potrebe i svoj životni stil, kao i sve prednosti, ali i opasnosti koji novo digitalno doba donosi.

Informacijsko društvo, medijska realnost i iluzorna demokratija

Savremena demokratija i njezini pojavni oblici višestruk su izazov, između ostalog, i u smislu traganja za najadekvatnijom definicijom, jer zbog različitih praksi i okolnosti ona (demokratija) pojmovno „izmiče tradicionalnim klasifikacijama političke filozofije“ (Canivez 1999: 20). Ovdje ćemo na demokratiju gledati u kontekstu liberalne demokratije, determinirajući je kao „politički sistem kojeg karakteriziraju ne samo slobodni i fer izbori nego i vladavina zakona, odvajanje moći i zaštita osnovnih sloboda govora, okupljanja, vjere i imovine“ (Zakaria 2003:7, prema: Mujkić, 2007: 2).

Krenut ćemo od pojma *informacijskog društva* kao jednog od posebno važnih izazova savremenih demokratija. Iako se za taj pojam i pojavne oblike navedenog fenomena baš i ne bi reklo da su toliko novi, mi još uvijek ne nalazimo načine da međusobno uskladimo (a) vrijednosti tradicionalne demokratije, (b) pojavne oblike liberalne demokratije 21. vijeka i (c) specifikume informacijskog društva. Ukratko, informacijsko je društvo sinonim za nove informatičke i komunikacijske tehnologije (IKT) koje se ubrzano razvijaju još od sredine 20. vijeka, da bi početkom devedesetih došlo i do pravog procvata novih IKT-a, što je praktično značilo i početak masovne elektroničke razmjene informacija, a zatim i naglo približavanje digitalnim tehnologijama, porast broja korisnika interneta, otvaranje telekomunikacijskih tržišta i konvergencije sektora komunikacija.

Informacijsko je društvo, poput novog svjetskog poretka, donijelo uistinu značajne promjene u mnogim područjima svakodnevnog života ljudi, osobito u pristupu znanju, organizaciji rada i mobilizaciji vještina, ali i u načinu pristupa informacijama, u percepciji vijesti, pa i u općenitom poimanju medija. Osim toga, informacijsko je društvo ono u kojem se razmjena informacija (prije negoli dobara) praktično determinira društveni i ekonomski sistem, te je pružilo i nove mogućnosti u smislu sudjelovanja građana u društvenim procesima, što je značilo, u prvom redu, olakšano iskazivanje mišljenja i stavova, te dvosmjernu komunikaciju u realnom vremenu sa različitim akterima – od porodice i prijatelja do predsjednika države (Hirsch 2017). Međutim, takvi brzi i pozitivni pomaci praćeni su i određenim rizicima koji su se kretali od problema nedovoljne „pismenosti“ za informacijsko društvo, pa sve do novih oblika kriminalnog ponašanja, kršenja autorskih prava, te zloupotrebe osobnih podataka i intelektualnog vlasništva. (vidi: DEI 2010; Danesi 2009)

Osnovne smjernice razvoja informacijskoga društva u EU predočene su u tzv. Bangemann-ovu izvještaju (1994), koje je Evropsko vijeće prihvatilo 1994. godine. U izvještaju se (dakle, prije gotovo četvrt vijeka) između ostalog navodi da predstoji revolucija koja je možda značajnija od svih ranijih i to revolucija zasnovana na informaciji kao izrazu ljudskog znanja. Tehnološki napredak sada omogućava obradu, pohranu, dohvaćanje i komuniciranje informacija u bilo kojem obliku (usmenom, pisanom, vizualnom) i to bez ograničenja udaljenosti, vremena i obima. Ta revolucija donosi ljudskoj inteligenciji ogromne nove kapacitete i predstavlja resurs koji mijenja način rada i način našega zajedničkog življenja. Informacijsko društvo ima potencijal za poboljšanje kvalitete života građana, za naše učinkovitije društveno i ekonomsko organiziranje i, općenito, za jačanje društvene kohezije (Commission of the European Communities, 1994).

I zbilja se potvrdilo da to jest tako. Međutim, za potpuno korištenje svih naznačenih prednosti informacijskog društva, potrebno je, podrazumijeva se, i aktivno uključivanje građana i njihova građanska pismenost. Zasad je, naravno, neupitna spoznaja da vodeći akteri društva (velike korporacije, industrijsko-vojni kompleks, nosioci političke vlasti) već odavno i više nego dovoljno vladaju znanjem potrebnim za upravljanje informacijskim društvom. Marketinške će kampanje danas, već na osnovu nečijega digitalnog traga, tačno znati šta taj neko želi i šta mu treba plasirati na kojoj platformi. Svejedno je da li je riječ o google ads reklamama za vašu omiljenu destinaciju (koju ste upravo pretraživali na internetu) ili vas možda interesuje nešto za djecu (jer ste se o tome interesovali na forumima) – važno je da se o vama sve (sa)zna, nakon čega ostaje još samo da „jednim klikom“ jednostavno kupite „servirano“, što uglavnom i radite.

Na sličan način i glavni politički akteri (stranke i pojedinci) već deceniju progresivno savladavaju nove alate, platforme i mreže za efikasnije komuniciranje sa svojom izbornom bazom. To je komunikacijski bilo dobro i pozitivno, ali pod uvjetom da građani kao temelji demokratije ne ostanu u toj komunikaciji iz različitih razloga premalo angažirani, odnosno, da ne budu nekvalitetno informirani i nedovoljno obrazovani, pa time i demokratski neosnaženi.

Za početak bismo trebali imati na umu i jaz između tzv. *digitalnih domorodaca* (oni koji su rođeni i odrastaju u digitalnom dobu) i *digitalnih imigranata* (uglavnom se još uvijek pokušavaju snaći sa novim IKT i pojavnim oblicima), koji su kao takvi prepoznati još prije petnaestak godina (Prensky, 2001), a čini se da su u nekim sredinama i danas „kategorijalno“ jednako prisutni. Razlika je među njima značajna i očita (vidi: Paul 2013; Pietrucha 2014).

Uz sve navedeno, ozbiljan globalni problem postaje spoznaja da, s jedne strane, sve više društvenih elemenata, funkcija, dešavanja pa i medija migrira u potpunosti na internet, dok s druge strane, oko polovina svjetske populacije uopće nema pristup „mreži svih mreža“! Univerzalnost ljudskih prava je na ozbiljnom izazovu, jer se većina građanskih i političkih prava, ali i ekonomskih, socijalnih i kulturnih dovodi u pitanje sa problemom digitalne podijeljenosti (*digital divide*) ITU 2017; Bucy 2002; Jan van Dijk 2006). Pri tome, sve je više medija, na sve više platformi i uređaja, a sve manje suštinski demokratski informisanih i aktivnih građana. Prema podacima Međunarodne unije za telekomunikacije – ITU (2017) u 104 države, preko 80% mlađe populacije su online. U razvijenim državama 94% mladih u dobi od 15 do 24 godine koriste internet u poređenju sa 67% u državama u razvoju, i svega 30% u najnerazvijenijim državama. (ITU 2017) U 2018. godini najvjerovatnije dolazimo do broja od 4 milijarde konektovanih ljudi, i 3,5 milijarde nekonektovanih! Da li sistem vrijednosti, formalno obrazovanje i nivo svijesti roditelja dovoljno prati trend i brzinu razvoja informacijskog društva u državama Zapadnog Balkana? Da li je sistem liberalnih demokratija dovoljno prilagođen osnovnom principu suvereniteta koji leži u narodu u kontekstu informacijskog društva? Ko zaista određuje našu stvarnost u današnje vrijeme?

Ukoliko bi se pojedinac, kao nosilac suvereniteta u demokratskom društvu, napokon prestao koristiti svojim „kritičkim mozgom“, dakle pristao na medijski determiniranu stvarnost i zanema-

rio etički princip u poimanju demokracije oko sebe – bio bi vjerovatno osuđen na sudbinu radilice u Borg društvu⁹² ili „baterije“ u Matrix svijetu⁹³ (Vajzović, 2010).

Kako navodi Tomić (2008), a Turčilo (2017: 19) odlično kontekstuirao zapažanjem da ovo novo doba, u kojem dominira vijest a ne informacija, možemo nazvati „new\$ age“, pri čemu oznaka „\$“ umjesto „s“ sugerira utjecaj kapitala na oblikovanje naše svijesti. „New\$ age je i bukvalno novo doba,“ smatra Tomić, „ali doba obilježeno prevashodno vladavinom medija, vladavinom vijesti, a time i vladavinom novog vrijednosnog poretka(...) To novo informacijsko doba, konstituirano je na tezi da su kapital i odnosi koje uspostavlja naša jedina i nedvosmislena stvarnost(...) Vijesti kojima je javnost svakodnevno izložena mijenjaju ne samo javni prostor i javni diskurs, nego i samu javnost, ali i demokratiju“ (Tomić, 2008: 27 u Turčilo 2017: 19). Dakle, u pogledu pristupa informacijama, „ključno pitanje javnosti ranije je bilo: kako doći do informacije, dok je danas ključno pitanje: kako doći do prave informacije(...) U isto vrijeme postavlja se pitanje kako se zaštititi od nasilja onih koji manipulišu informacijama i dovode do njihovih deformacija. Samim tim gubi se povjerenje u medije“ (Turčilo 2017: 19).

Rješenje bi, čini se, moglo biti u združenom djelovanju demokratski aktivnih i pismenih građana, profesionalnih medija i obrazovnog sistema, naročito uz pomoć IKT-a, naravno tamo gdje je to moguće. U svakom slučaju, medijska i informacijska pismenost jest osnovna pretpostavka ili preduvjet da se „lažne vijesti“ prvo prepoznaju, a samim time i da se umanjí njihov negativni efekt, odnosno, da se sveobuhvatno sagleda medijska demokratija (Meyer 2003) i njezini integralni dijelovi u smislu razumijevanja trenutnih odnosa moći i odlučivanja u društvu.

Medijska demokratija i građanska pismenost

Mediji bi u demokratskom društvu trebali biti fokusirani na informiranje, obrazovanje, zabavu, ali i ostvarivati svoju ulogu čuvara demokratije. Neupitna činjenica jest da se svi oslanjamo na medije vjerujući da će nas pravovremeno, istinito i profesionalno informirati, kako bismo onda na osnovu toga i sami formirali vlastite odluke o demokratskim procesima u državi.

Ako se složimo da je „čovjek po prirodi politička životinja“ (Lipset 1960: 7) koja, kao društveno i racionalno biće, sebe i svoje interese ostvaruje u državi – onda nam se nameće nekoliko logičnih pitanje: ko, kada i na koji način određuje politiku jedne države, te šta ona uistinu jest i šta bi trebala biti, odnosno, šta su stvarni ciljevi jedne (ili svake) države i koja su sredstva ili najbolji putevi koji vode ka ostvarenju tih ciljeva? Naravno, u političkoj se zajednici „dešava i etičko mišljenje, vrednovanje i djelovanje čovjeka: ono, to djelovanje sa *logosom* zna uspostaviti red, savla-

⁹² Borg je izmišljena vrsta kiborga iz serijala filmova i TV serijala „Zvezdane staze“. Borg društvo karakterizira neumorna potraga za savršenstvom, što postižu asimilacijom drugih vrsta. Posjeduju kolektivnu svijest koja im omogućuje brzu prilagođavanje na svaku situaciju. Borg se prikazuje kao spoj kibernetički poboljšanih radilica humanoida različitih vrsta, organiziranih u međusobno povezani kolektiv sa zajedničkim umom i svijesću, koji nastanjuje ogromne predjele svemira.

⁹³ Matrix je američki naučno-fantastični film (1999) koji ocrtava budućnost (kraj 22. vijeka) u kome ljudi žive u Matrici (Matrix) (virtualnom svijetu), dok njihova tijela zapravo služe kao izvor energije (baterije) strojevima umjetne inteligencije.

dati slučajnosti, ravnati se prema načelima razuma i znanja te tako prepoznati i pokazati šta je *korisno*, a šta je *štetno*, šta je *pravedno*, a šta *nepravedno*“ (Zgodić 2014: 39).

Dolazimo, dakle, i do suodnosa politike i etike, koji dobija na značaju naročito u kontekstu pitanja: ko upravlja državom – koje politike i koji ili kakvi politički akteri. Taj odnos *politike i etike* treba promatrati dvojako: a) kao odnos države (i izabranih dužnosnika) spram vlastitoga naroda i b) kao odgovornost naroda (ljudi) prema svojoj državi, tj. prema društvu i njegovim vrijednostima, što bi se, kenedijevski kazano, svelo na krilaticu: „Ne pitaj šta država može uraditi za tebe, nego šta ti možeš uraditi za državu“. Takav se stav smisleno mogao upotpuniti cijelim jednim pokretom „Ne u naše ime!“. Međutim, kada demokratska vlada djeluje u naše ime, postavlja se pitanje: zar mi kao građani nismo odgovorni za ta djela? Što ako Vlada počinii moralni zločin? Zato pokret nazvan „Ne u naše ime!“ sugerira potrebu da se narod distancira od nepravdi koje bi mogle počinii njihove vođe. Pa ipak, ideja da bi „obični“ građani mogli snositi kolektivnu odgovornost za politička nedjela, može biti duboko upitno za obične moralnosti i vodeće teorije demokracije (usp. Beerbohm, 2012).

Sušтина pitanja (zašto potreba distanciranja naroda od loših politika), ujedno je i suščina problema savremene demokratije, a to je manjak povjerenja prema institucijama vlasti i političarima, prema medijima i prema sigurnosnim strukturama (u smislu balansa između nacionalne sigurnosti i građanskih prava), odnosno, otuđivanje političkih elita od naroda i njegovih potreba. (vidi: Van der Meer 2017). Ako se, dakle, složimo s logikom da onaj ko donosi odluke, snosi i veći dio odgovornosti, onda se nužno nameće i pitanje: ko zaista danas donosi odluke u jednome demokratskom društvu?

Naslanjajući se na Meyerove postavke (2003), detaljnim analizama relevantnih indikatora dolazimo do prihvatljivog tumačenja da se pojmom *medijska demokratija* praktično objašnjava oblik tvorbe političke volje i donošenja odluka. U tom kontekstu gledano, jednu od ključnih pozicija u informativnom, obrazovnom, pa i političkom procesu preuzimaju masovni mediji i njihova komunikacijska pravila, koji su tijesno povezani sa stepenom razvoja demokracije, medijskih sloboda, medijske pismenosti, neovisnosti regulatora, i općeg socio-ekonomskog stanja u državi. Naravno, novi mediji i tehnologije nužno su, po prirodi stvari, na medijsku demokratiju skrenuli dodatnu pažnju i učinili je još važnijom za sagledavanje modernih društveno-političkih procesa i tokova.

Da bi proces moderne demokratije uopće mogao funkcionirati, potrebno je imati (a) medije koji su profesionalni i kojima se može vjerovati i, naravno, (b) građane, kao aktivne sudionike demokratskog procesa, koji su osnaženi znanjem, informisani i demokratski pismeni.

Šta je građansko obrazovanje? Sve ono znanje ili upućenost, informiranost koja će doprinijeti donošenju slobodnih i kritički promišljenih odluka. Šta je ovdje pismenost – građanska za demokratsko društvo? Pojam je, naravno, širok toliko da se povezuje sa gotovo svim aspektima ljudske civilizacije, ali ga ovdje u najkraćem možemo svesti na osposobljenost za suštinsko razumijevanja navedenih vrijednosti: demokratije, politike, medija, uključujući širok raspon stavova, uvjerenja i odnosa moći između pojedinaca i skupina pojedinaca. Na taj način pismenost, kao i svi ljudski naponi, često odražava ono što je najbolje (i najgore) u ljudskom društvu (Wagner, Venezky i Street, 1999).

Bolje razumijevanje informacija i medija zasigurno doprinose i boljem razumijevanju prava građana na slobodu mišljenja, izražavanja i komuniciranja, ali i uspostavlja balans naspram ličnih i institucionalnih etičkih normi i odgovornosti u pogledu medija, informacija i komunikacija, čime se uz koncept globalnog građanstva, građani ohrabruju i osnažuju da „rukovode svojim djelovanjima(...) kako bi napravili pozitivnu promjenu u svijetu“ (OXFAM 2013).

Prema tome, *građanska pismenost* (Vajzović 2017) (kao širi pojam) u ovome kontekstu zapravo podrazumijeva potrebne kompetencije i ishode obrazovnog sistema, uključujući i napore svakog pojedinca da svoja znanja prakticira aktivno učestvujući u demokratskim procesima, a obuhvata:

- opća pismenost (čitanje, pisanje, bonton, moralne kompetencije);
- ustavno-pravna pismenost (zakonska prava i obaveze, procesi, institucije);
- politička pismenost (funkcioniranje vlasti, shvatanje značajnih društvenih pitanja, vještina kritičkog promišljanja);
- informacijska pismenost (sposobnost identificiranja, lociranja, procjene efikasne upotrebe informacija);
- medijska pismenost (sposobnost analiziranja, procjene i kreiranja poruka);
- digitalna pismenost (znanje, vještine i ponašnje koje uključuje efektivnu upotrebu digitalnih uređaja s ciljem komuniciranja, izražavanja, suradnje i zagovaranja);
- ekonomska / finansijska pismenost (set vještina i znanja potrebnih za odluke o korištenju ličnih i javnih sredstava);
- sigurnosna pismenost (svjesnost i procjena sigurnosnih rizika, pogotovo u digitalnom okruženju). (v. Elkin, 1999: 387; Tyner, 2010)

Građanska pismenost je usko povezana sa cjeloživotnim učenjem, te u ovom kontekstu sa fokusom na medijsku, informacijsku i digitalnu pismenost. Demokratija i sloboda izražavanja naprosto su nezamislive bez medija, koji predstavljaju javnu sferu, veoma bitnu za funkcioniranje demokratije. Međutim, procesi digitalizacije značajno su modificirali funkciju medija, ali i strukture upravljanja i prirodu tržišta. Time se naš sistem komunikacija praktično višestruko mijenjao: i vremenski, i prostorno, pa i u pogledu načina društvenog ponašanja. To, naravno, ne mijenja činjenicu da društvo znanja danas, ipak, kako ističe Grizzle (2015), ima ogroman demokratski potencijal, posebno za mlade ljude. I tradicionalni i online mediji predstavljaju društvene i kulturne izvore koji mogu osnažiti ljude, unaprijediti njihov lični i društveni razvoj, mada te mogućnosti, upozorava Grizzle, imaju i svoje implikacije. Danas, kada se naši životi odvijaju i offline i online, nije uvijek lako povući jasnu liniju između života na Internetu i stvarnog života. Zato, kada govorimo o slobodi izražavanja, medijima i informacijama, moramo shvatiti da je informacijska i medijska pismenost sposobnost od ključnog značaja u društvu dinamičnog razvoja komunikacija. Snažna inkluzivna društva znanja ne mogu postojati bez medijski i informacijski pismenih građana (Grizzle 2015: 8).

U vezi sa mogućim implikacijama za (inter)net *generaciju*, koja je odrasla u svijetu tehnološke i informatičke revolucije, „oni intuitivno koriste sve moguće tehnološke pogodnosti. Međutim,

iako se osjećaju komotno pri korištenju tehnologije, njihovo razumijevanje te tehnologije može biti veoma površno. (...) IKT će nastaviti da oblikuju život djece, u dobrom i lošem smislu, baš kao što nove tehnologije poput interneta stvari i vještačke inteligencije pomažu da se transformišu digitalni pejzaži na globalnom nivou“ (UNICEF 2017).

Šta dobijamo podizanjem nivoa građanske pismenosti, posebno one medijske i informacijske? Dobijamo svakako aktivnijeg, informiranog i obrazovanog građanina, ali i sigurniju djecu, više i bolje zaštićenu od novih opasnosti, smanjenje se upotreba jezika mržnje, nacionalizma, radikalizacije; utičemo na razvoj društva, nauke i tehnologije; povećavaju se građanske kompetencija nastavnika što je preduvjet za razvoj aktivnih mladih građana; popravljaju se kritičko razumijevanje i promišljanje o informacijama u javnom prostoru koje je potrebno za donošenje obrazovanih demokratskih odluka.

Društvo se, dakle, mijenja, ali se u demokratiji neke njegove temeljne vrijednosti nužno čuvaju, ostaju trajne, poput slobode izražavanja naših ideja ili čitanja, slušanja, pisanja, produkcije informacija i komuniciranja s drugima, jer su to naprosto ljudska prava koja se u 21. vijeku, u društvu kojim upravljaju mediji i tehnologija, možda proširi i na neke druge sposobnosti (upor. Grizzle 2015).

Digitalno demokratsko društvo

Da bismo uopće razumjeli zašto su bitni kvalitetni i profesionalni mediji, sloboda izražavanja, te medijska i informacijska pismenost – potrebno je prvo razumjeti okvir u kojem ih posmatramo, a ovdje je to savremeno demokratsko društvo! Nakon što smo se (odavno) odmakli od utopijskog i teoretskog razmišljanja o vladavini *demosa* u demokratskom društvu, stabilno smo i neupitno ipak sačuvali demokratske procese slobodnog izbora svojih predstavnika u vlasti, koji trebaju zastupati naše interese. Međutim, ono što se i dalje trebamo logično pitati, jesu dvojbe: kako znati koga da izaberemo, kako znamo u kojoj mjeri Oni rade u našem interesu, šta kad se čini da naši izabrani predstavnici otvoreno rade u interesu političkih i ekonomskih elita, a ne za dobro svojih birača? Budući da takva i mnoga druga slična pitanja nerijetko ostaju bez odgovora, demokratija u svim svojim pojavnim oblicima sve češće pokazuje znake krize i to u čitavom svijetu, čak i na mjestima gdje bismo to najmanje očekivali.

Za demokratiju je ključno da postoji visok stepen poštivanja vladavine zakona i ljudskih prava. Ako izuzmemo teške oblike autokratije, totalitarizma, gdje su svi građani ugroženi i praktično većina ljudskih prava upitna, u razvijenim demokratijama, ili barem onima koje bi tako o sebi rado mislile – sloboda izražavanje ostaje jedna od najvažnijih značajki i temeljnih pretpostavki za funkcioniranje demokratskog društva.

Sušтина je da bi trebala postojati jedna dinamička sprega između naroda, izabrane vlasti (u sve tri grane: zakonodavnoj, izvršnoj i sudskoj), civilnog društva, medija, akademske zajednice i privrede. To bi bilo ne samo optimalno već i nužno da bi demokratija adekvatno funkcionirala, jer bi tako izabrani predstavnici imali orijentir i kontinuirano adekvatnu povratnu informaciju na temelju koje bi u realnom vremenu mogli korigovati svoje akcije i odluke, te na najbolji način pokazati privrženost svojim biračima, odnosno, biti u službi naroda (građana) koji im objektivno jest poslodavac.

Jačanje slobode izražavanja, slobodnog i pravovremenog pristupa informacijama, te jačanje kapaciteta slobodnih i profesionalnih medija, njegovanje medijskog pluralizma – osnov je na kojem bi novinari i medijske organizacije trebali biti prepoznati kao ključni pokretači demokratskog, održivog i mirnog razvoja. Međutim, ni sve navedeno ne bi bilo dovoljno bez adekvatnog osnaživanja građana u smislu građanske pismenosti i kritičkog promišljanja. Tek sve to zajedno, uključujući i slobodu demokratskog djelovanja, može biti garant bolje demokratske budućnosti u kojoj bi država bila u službi građana, a ne velikih korporacija i političkih elita.

U tom je pogledu digitalno doba i informacijsko društvo već donijelo novo okruženje za djelovanje medija, političara i građana, u kojem se i model demokratskog upravljanja u značajnoj mjeri mijenja. Tradicionalni masovni mediji evidentno gube ekskluzivitet koji su imali u posredovanju poruka između političara i građana, i prenose se na online platformu sa novim zakonitostima (npr. *clickbait*). Društvene mreže (FB, Twitter, Instagram) polako uzimaju primat *mainstream* medijima i prevazilaze potrebu za klasičnim posrednikom – medijem. S druge strane, sve opasnosti poput lažnih vijesti, jezika mržnje, dilema između novinarskog profesionalizma vs. *click-zarade* i slično – ostavljaju puno dilema. Naime, sve je više pametnih uređaja, ali i nedovoljno (građanski) pismenih korisnika. Formalno bi i neformalno obrazovanje moralo uistinu ažurnije pratiti potrebe djece i odraslih. U tom su pogledu nužne hitne reforme obrazovanja, ali i reforme našega promišljanja i percepcije stvarnosti.

I ne zaboravimo: internet nije samo nova platforma već je odavno i ozbiljno transcendirao sa telekomunikacijske mreže i prenositelja informacija na okosnicu društva i temelj mnogih društvenih, ekonomskih, medijskih i političkih dešavanja i funkcija. Štaviše, ušao nam je, figurativno kazano, u živote. Nasreću, i u tom pogledu još uvijek sami određujemo svoju budućnost i zato – budimo uključeni!

Literatura

- Bucy, E. P. (2002). *Living in the Information Age – A new media reader*.
- Canivez, P. (1999). *Odgajati građanina?*. Sarajevo: Pravni centar Fond otvoreno društvo BiH.
- Commission of the European Communities (1994a), Europe and the global information society. Recommendations to the European Council, EU: Brussels (High-level group on the information society – Bangemann Report). pristup: <http://www.cyber-rights.org/documents/bangemann.htm>
- Danesi, M. (2009). Dictionary of media and communications. Armonk, NY: M.E. Sharpe
- DEI (2010). Informacijsko društvo. Direkcija za evropske integracije BiH; pristup na <http://www.dei.gov.ba/dokumenti/default.aspx?id=5523&langTag=bs-BA>, ostvaren: 1. 11. 2017.
- Dijk, J. V. (2006). *The Network Society* (2nd ed) London, Sage publications Ltd.
- Elkin, S. L. (1999). Citizen Competence and Democratic Institutions, ed. Karol Edward Soltan (University Park, PA: Pennsylvania State University Press, 1999), <http://www.questia.com/read/27795098/citizen-competence-and-democratic-institutions>.

- Grizl, A.; Kalvo, M.K.T., (2015) Informacijska medijska pismenost: Smjernice za politiku i strategiju, Nacionalna biblioteka Crne Gore „Đurđe Crnojević“, Cetinje, pristup: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002256/225606srp.pdf>
- Hahn, J. (2017) Opening speech by EU Commissioner Hahn - Western Balkan Media Days 2017 (9 November 2017) dostupno na: https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/hahn/announcements/opening-speech-eu-commissioner-hahn-western-balkan-media-days-2017_en
- Hirsch, A. (2017, June 12). Trump's unhinged tweets built the brand that made him president | Afua Hirsch. Pristup 14.11.2017. na <https://www.theguardian.com/media/media-blog/2017/jun/12/donald-trump-twitter-tweets-brand-president>
- ITU (2017) ICT Facts and Figures 2017, pristup 9. 12. 2017. na: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2017.pdf>
- Lipset, S. M. (1960). Political man: the social bases of politics. London: Heinemann.
- Meyer, T. (2003). Mediokracija: Medijska kolonizacija politike. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Mujkić, A. (2007). *Mi građani Etnopolisa*. Sarajevo: Šahinpašić.
- OXFAM (2013). What is global citizenship?. dostupno na: <http://www.oxfam.org.uk/education/global-citizenship/what-is-global-citizenship>
- Paul, P. V. (2013). The Digital Generation: The Good, the Bad, and the Ugly. American Annals of the Deaf, 157(5), 407. Retrieved from Questia.
- Peter V. P. (2013). „The Digital Generation: The Good, the Bad, and the Ugly“ American Annals of the Deaf 157, no. 5, <http://www.questia.com/read/1P3-2906735171/the-digital-generation-the-good-the-bad-and-the>.
- Pietrucha, F. J. (2014). Supercommunicator: Explaining the Complicated in a Digital Age. New York: American Management Association. Retrieved from Questia.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. On the Horizon, 9(5), 1–6. doi:10.1108/10748120110424816
- Turčilo, L. (2017). (P)ogledi o medijima i društvu: članci, eseji, istraživanja. Sarajevo
- Tyner, K. (2010). „Introduction: New Agendas for Media Literacy,“ in Media Literacy: New Agendas in Communication, ed. Kathleen Tyner, New Agendas in Communication (New York: Routledge, 2010), 1, <http://www.questia.com/read/126463594/media-literacy-new-agendas-in-communication>.
- UNICEF (2017) Stanje djece u svijetu, 2017: Djeca u digitalnom svijetu, UNICEF pristup na: https://www.unicef.org/publications/files/SOWC_2017_ENG_WEB.pdf
- Vajzović, E. (2010). „Medijska realnost – iluzorna demokracija?“ str. 10-15, Novi pogledi, br. 17, ACIPS, Sarajevo;

Vajzović, E. (2017). Medijska i informacijska pismenost: MIL Clicks in South East Europe. [Video webinar] dostupno:

https://www.facebook.com/MILClickssee/videos/565919660417748/?hc_ref=ARSwb2Mcx-BUUZbGkJScfLYHBhimJ6asY3WzUzDkzILpa2n9BAW5zQx5GdOQcOFYtNIA

Van der Meer, T. W. G. (2017) Political Trust and the „Crisis of Democracy” , Political Behavior Online Publication Date: Jan 2017 DOI: 10.1093/acrefore/9780190228637.013.77. Pristup na: <http://politics.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780190228637.001.0001/acrefore-9780190228637-e-77>

Wagner, D.A., Venezky, R. L., and Street B.V., eds. (1999). Literacy: An International Handbook (Boulder, CO: Westview Press, 1999), 459,

<http://www.questia.com/read/85679870/literacy-an-international-handbook>.

Zakaria, F. (2003). The Future of Freedom. New York: Norton.

Zgodić, E. (2014). O državama. Sarajevo: Dobra knjiga.

INFORMATION SOCIETY AND DEMOCRACY: CIVIC LITERACY FOR DIGITAL AGE

Summary

Democracy is the worst form of government, except for all the others. Beside dealing with significant fundamental challenges, democracy today is facing contemporary adjustments between new communications rules and tolls primarily based on Internet protocol and, on the other side - citizens by large not sufficiently empowered for their expected active citizenship role in democracy. One of challenges is fact that formal and non-formal education is not keeping the pace with fast development of social relations, ICT, new media, as well as the new political, economic and security trends along with other challenges in modern democratic society. Resulting fact is in citizens who are over-newsed and under-informed with inadequate civic education and evidence that they are not performing expected watchdog function over democratic processes and key power stakeholders. Media are power and cornerstone of democracy as system which assumes that citizens are well informed (with media and political literacy) and educated. Only then, an empowered citizen may make free and critically thought-through decisions (among others on election of best democratic representatives) and use of democratic correction mechanisms. Support to any democratic system is unquestionably the strong civil society: self-organised citizens, independent media and constructive academia.

Milan Vukadinović
Filozofski fakultet
Univerzitet u Novom Sadu
Novi Sad, Srbija

UDC 004.738.5:17

RESPONZIVNA ETIKA I SERVISI ZA DRUŠTVENE MREŽE

APSTRAKT

Tokom poslednjih deset godina, servisi za društvene mreže poput Fejsbuka i Tvitera izazvali su značajne globalne promene političkog, kulturnog i informativnog pejzaža, a priroda tih promena izgleda da potkopava osnove etičkih bojazni u pogledu otuđenja ljudskog identiteta na internetu, izražavanih od strane fenomenološke kritike u svetlu ranijih onlajn platformi kao što su veb-forumi i čet sobe. Ali glavni pomak koji je omogućen masovnim razotkrivanjem ličnog identiteta na servisima za društvene mreže, takođe je pridodao novu dimenziju ranijim etičkim razmatranjima vezanim za ključno pitanje ljudskog međusobnog poverenja, kome bi se moglo pristupiti iz ugla novijeg fenomenološkog okvira „responzivne etike“.

Ključne reči: servisi za društvene mreže, fenomenološka etika, responzivnost, stranost, anonimnost, privatnost

Obrt u poimanju i korišćenju servisa za društvene mreže

Servisi za društvene mreže su meteorskim prodorom u svakodnevnicu milijardi ljudi značajno preobrazile ne samo mnoge društvene, kulturne i informativne navike pojedinaca, nego i ukupnu planetarnu sliku političkog, simboličkog i medijskog prostora današnjice: intenziviranje kontakata između različitih civilizacija čini pak jednu od bitnijih dimenzija datog fenomena iz razloga što je usko povezano sa procesom omasovljavanja servisa poput Fejsbuka i Tvitera među pripadnicima širokih društvenih slojeva, koji se generalno odlikuju klasičnijom paletom lokalnih obeležja nego što je to bio slučaj sa stavovima i ponašanjima nešto ranijih generacija korisnika onlajn platformi kao što su BBS-ovi, veb forumi i čet sobe – tako se u protekloj deceniji na digitalnom horizontu sve jasnije ocrtavala alternativna vizija globalnom uniformisanju društva, koja se kolokvijalno etablirala pod izrazom „glokalizacija“. Postepeno izlaženje na videlo sve markantnijih lokalnih osobenosti, za koje se ispostavilo da su zapravo bivale posredno osnaživane upravo kulturnim pritiscima globalizujućih tendencija u političko-ekonomskoj i medijsko-tehnološkoj sferi (potpirujući dalje reakcije na ugroženost tradicionalnih obrazaca), u kontekstu servisa za društvene mreže nesumnjivo se podudaralo sa masovnim trendom razotkrivanja ličnog identiteta na internetu kao epohalnog iskoraka u odnosu na prethodno navedene onlajn platforme – navedena promena istovremeno je donela potrebu da se etičko težište njihove ranije fenomenološke kritike potpuno iznova pozicionira s obzirom na dijametralno pomeranje središta diskusije od problematike anonimnosti ka problematici privatnosti.

Ranije spomenute onlajn platforme kao specifične preteče servisa za društvene mreže, postale su predmetom fenomenološke kritike oslonjene na Hajdegerovo shvatanje tehnologije u svetlu autonomne monolitne sile, čiji vektor uticaja lišava ljudska bića autentičnih načina odnošenja prema svetu (Vallor 2016: 2) i diktira proces njegovog daljeg „objektifikovanja“.⁹⁴ Postmodernistička epidemija „nepoverenja prema metanaracijama,“ (Liotar 1988: 2) budući i sama uslovljena zamahom savremene tehnologije u poslednjim dekadama dvadesetog veka, sem što je doprinela pretvaranju samog tehnološkog progressa u jednu vrstu nove metanaracije – prividno ispraznjenu od svih kulturnih, ideoloških ili civilizacijskih predznaka, koji ne bi bili univerzalno prihvatljivi utoliko što bi pružali određene naznake istorijskog trijumfalizma – istovremeno je na realnoj društvenoj ravni učinila već ustaljene političke, religijske, kulturne ili rodne identitetske kodove podložnim izvesnom labavljenju, preispitivanju, revalorizovanju ili eksperimentisanju – tako se nekada relativno precizno definisana mapa društvenih obeležja sve više pokazivala u svetlu „rizomatski“ haotičnog, fluidnog i šarolikog kolaža individualnih navika sa naglašenim kontekstualnim i performativnim karakterom.

Ukrštanje opisanih perspektiva (unutar kojih se, pored eminentno fenomenoloških, takođe daju raspoznati i hermeneutički, ezistencijalistički, kao i post-strukturalistički tonovi) može se očitati u različitim momentima glavnih kritika onlajn platformi s kraja prošlog veka, upućenih sa adrese nekih od najznačajnijih imena u oblastima filozofije tehnologije i filozofije veštačke inteligencije. Borgmanova kritika pristupa tematici na dva stupnja analize: sa jedne strane, potencira se problem „hiperrealnosti“, kao prostora simulacije u kome se ljudski identitet ne predstavlja u svom punom obimu, već u vidu jednostranog „veb avatara“ kojim se neki virtuelni identitet osmišljeno konstruiše sa naglaskom na odabranim aspektima; sa druge strane, tako opisana simulacija ne samo da pruža idealizovanu ili ulepšanu sliku postojećeg sveta i realnih međuljudskih odnosa, nego takođe lišava čoveka iskustva prisustva drugih osoba i neposrednog kontakta sa njima, kao i pozitivne rezonancije sa širim krugom ljudi (npr. u koncertnim salama ili sportskim arenama), pružajući tako pojedincu mogućnost da iskusi celokupan svet jedino kao puku apstrakciju – zato se istovremeno gubi iz horizonta čitava realna lepeza njegovih odbojnih i privlačnih strana (Borgmann 1999: 190–191). Drajfusova kritika takođe se može sažeti u dva koraka, kao dalja razrada iznete argumentacije: sa jedne strane, mislilac čuven po razračunavanju sa bazičnim pretpostavkama istraživanja u oblasti veštačke inteligencije (oličenim u olakom poistovećivanju kognitivnih procesa čoveka sa primenom kompjuterskih algoritama) obaranim na temelju Hajdegerovih gledišta

⁹⁴ Što se kod pomenutog mislioca tumači u kontekstu dalje radikalizacije novovekovne „metafizike prisutnosti“, koja je po tom shvatanju još od svojih antičkih korena zapečatila sudbinu zapadne nauke. Ali potvrdu da negativno određenje prema tehnologiji ne odlikuje sve glavne proponente iste tradicije može pružiti Blumenberg sa svojom razradom Huserlove fenomenologije krize, putem koje uspeva da ispostavi pozitivan istorijski račun o trijumfu kreativne samosvesti novovekovnog čoveka nad antičkom idejom pukog „podražavanja“ prirode. Rasvetljavajući fenomen „zanemlosti“ kada je reč o tehnici, on preispituje pozivanje braće Rajt na udžbenik iz ornitologije kao izvor inspiracije, koje bi bilo smisleno da su u pitanju Da Vinči ili Lilijental, ali ne i izumitelji propelera koji letilicu pokreće rotacijom (kao „neprirodnim“, čisto „tehničkim“ pokretom, nasuprot „legitimnoj“ i „bogom danoj“ sposobnosti letenja ptica) – teškoća da se za tehničke izume u jeziku iznađe *λόγον διδόναι*, tj. „razlog“ ili „ime“, čije jasno raspoznavanje tradicionalno definiše ljudsku predstavu „raja“, zato je kroz istoriju često evocirala suprotnu predstavu o „demonizmu tehnike“, podgrevanu varijacijama Tertulijanovog argumenta da je farbanje tkanine protivljenje bogu (npr. izreke „da je bog hteo da čovek puši cigare, on bi imao dimnjak“). (Blumenberg 2001: 28).

o nužnoj kontekstualnoj uslovljenosti ljudskog saznanja, u slučaju razmatranja onlajn platformi okreće se Kjerkegorovom isticanju neminovnosti ljudskog preduzimanja „rizika“, čije se odsustvo u virtuelnom svetu očitava kroz izostanak svakog dubljeg smisla i egzistencijalnog angažmana (Dreyfus 2004: 72–74); sa druge strane, iz toga dalje proističe i uviđanje povezanosti između tog delovanja lišenog realnih posledica i potrebe za veštačkom dramatikom frivolnog poigravanja sa identitetima na internetu iza sigurnog paravana realne anonimnosti (Dreyfus 2001: 105).

Iako je dosta kontra-argumenata na račun pomenutih teoretičara koji su potom usledili do današnjih dana ostalo sasvim otvoreno za dalju akademsku diskusiju, stiče se utisak da su neke od iznetih primedbi vremenom ipak dobile veoma snažnu empirijsku potporu stupanjem na scenu prve „Web 2.0“ generacije servisa za društvene mreže (koji su sam pojam tokom prve decenije ovog veka i uveli u svakodnevni opticaj, postajući sa njim faktički sinonimni): sajtovi poput Fejsbuka, Tvitera ili Linktina, dali su krucijalan doprinos masovnom procesu razotkrivanja ličnog identiteta ljudi na internetu (koji se, paradoksalno, znao pokazati čak mnogo „inertnijim“ od realnog identiteta, o čemu mogu posvedočiti brojne osobe koje su bezuspešno pokušavale da izbrišu nepoželjne „onlajn tragove“ u digitalnom prostoru), zbog čega se žarište filozofske diskusije vremenom snažno pomeralo od problematike anonimnosti ka problematici privatnosti. Druga moguća neuralgična tačka ranije kritičke argumentacije tiče se upotrebe servisa za društvene mreže na mobilnim uređajima poput telefona ili tableta, sa različitim aplikacijama koje ne samo da umnogome olakšavaju neposredne kontakte sa drugim osobama na pomenutim koncertim, sportskim ili pak građanskim okupljanjima, nego čak i omogućavaju spontana nalaženja ljudi na odabranim geografskim lokacijama, koja bi inače bila poprilično teško izvodiva (Vallor 2016: 2) – nezavisno od empirijske održivosti generalizujućih zaključaka o sprezi između tehnološkog i socijalnog progressa, promovisanih u kontekstu apostrofiranja značaja i uloge servisa za društvene mreže u previranjima vezanim za tzv. „arapsko proleće“, teško je sporiti da bi, recimo, posmatrano iz čisto logističkog ugla, koordinacija delovanja opozicionih snaga na trgu Tahrir bila neuporedivo teže sprovodiva da nisu postojale mogućnosti za komunikaciju preko sajtova poput Tvitera. No ipak ne treba smetnuti s uma ni to da se decentralizovanost i transparentnost korisničkih aktivnosti na servisima za društvene mreže vrlo lako mogu preokrenuti i protiv javnih interesa građana,⁹⁵ imajući u vidu dosta široke mogućnosti sistemske zloupotrebe pristupa privatnim podacima, nezavisno od toga da se one, recimo, vrše u sklopu detaljnijih analiza obrazaca ponašanja od strane korporativnih subjekata, ili pak u sklopu ekcesivnih mera preventivnog nadzora od strane bezbednosnih organa – iznalaženje svima prihvatljive odredbe ili mere privatnosti biće svakako naročito povezano sa izazovima vezanim za niz društvenih, ekonomskih, političkih, kulturnih i civilizacijskih specifičnosti (Ess 2005: 1).⁹⁶

⁹⁵ Polemičke diskusije o tome da li se ljudska interakcija na internetu može smatrati istinskom komunikacijom u „javnoj sferi“ ili pak instrumentom progressa u realizaciji „komunikativnog kapitalizma“ (Dean 2003: 97–99), u kontekstu servisa za društvene mreže nastavljene su kroz polarizaciju na zastupnike gledišta da njihovi algoritmi filtranjem sadržaja po korisničkoj želji podstiču fragmentaciju javne sfere na izolovane krugove istomišljenika (Sunstein 2008: 94) i, sa druge strane, gledišta da tendencija sukcesivnog izlaganja korisnika sasvim različitim tipovima mišljenja i diskursa (recimo, sugerisanja naporednih linkova ka političkim, satiričnim, kulturnim ili naučnim sadržajima) ipak nesumnjivo govori u prilog blagoj okrenutosti njihovog „tehnološkog gradijenta“ javnim interesima demokratskog pluralizma (Vallor 2010: 166–170).

⁹⁶ Koje se možda najupečatljivije manifestuju u slučaju komparativnog sagledavanja vrednosnih razlika

Responzivna etika i uloga poverenja na servisima za društvene mreže

Horizont mogućnosti u pružanju konstruktivnih doprinosa krugu teorijskih pristupa i korpusu praktičnih strategija u ophođenju prema servisima za društvene mreže, takođe bi se mogao razaznati u jednoj od novijih paradigmi fenomenološkog mišljenja koju je od početka devedesetih godina pa sve do današnjih dana razrađivao bohumski profesor Valdenfels pod generalnom rubrikom „fenomenologije stranog“, sa različitim tematskim varijacijama u ruhu „fenomenološke ksenologije“, „topografije stranog“ ili (za ovaj aktuelni problemski kontekst od presudnog interesa) „responzivne etike“. Ako pođemo od teze da je sveprisutno iskustvo „stranog“ u zapadnom svetu tokom poslednjih decenija prevalilo dugačak put od masovne fascinacije svemirskom trkom, naučnom fantastikom i „paranormalnim NLO aktivnostima“, preko otvaranja spram istočnjačkih religijskih vizija, meditativnih praksi i borilačkih veština, pa sve do suočavanja sa naletima imigrantskih kultura, autodestruktivnim impulsima unutar sopstvene tradicije i tehnološkim preoblikovanjem svakodnevne međuljudske komunikacije, nema sumnje da bi se iz sve višestranijeg i intenzivnijeg sučeljavanja sa fenomenom stranog mogle izvući značajne teorijske i praktične lekcije, kojima bi se u razmatranom kontekstu takođe omogućio i dalji progres u osveščavanju različitosti i senzibilisanju ka specifičnostima u interkulturnim kontaktima na servisima za društvene mreže.

Portretisanje najmarkantnijih obeležja fenomenologije stranog, tj. responzivne etike, koje bi trebalo da rasvetli tačke njihovog potencijalnog nadovezivanja i primene na području razmatrane problematike novih okolnosti komuniciranja na servisima za društvene mreže, valjalo bi započeti od ispitivanja ključnih Valdenfelsovih misaonih uzora, u dijalogu s kojima se vremenom kristalizovao pojmovni lik njegove originalne filozofske pozicije. Revidirajući Huserlov pojam „sveta života“ (viđen u svetlu intersubjektivnog transcendentalnog polazišta svakog ljudskog saznanja) u smeru jedne vidno heterogenije koncepcije „mreža sveta života“ (kao policentričnih kompleksa veza koje iznova prekrajaju konture ljudske svakodnevnice), Valdenfes je signalizirao određene efekte svoje ranije post-strukturalističke lektire, posebno s akcentom na Fukoov temeljni koncept „poretka“, čiji je ultimativni karakter „promenljivosti“ i „nedovršivosti“ zapravo identifikovan kao fundamentalni izvor njegove konstitucije i trajanja u haotičnom stranom okruženju (Valdenfels 1991: 144–148).

Francuska tradicija „otelotvorene fenomenologije“, utemeljena na Merlo-Pontijevoj strategiji filozofskog posredovanja Huserlovih i Hajdegerovih pozicija, pružila je Valdenfelsu uporište za presudnu diferencijaciju između širokog niza telesnih „registara iskustva“ (poput misli, jezika, čula, emocija, raspoloženja, nagona, instinkta, refleksa, tehničkih pomagala – koji u raznovrsnim međusobnim sazvučjima istovremeno deluju i kao „registri odgovora“), dok je kl-

između zapadnoevropskog individualističkog viđenja ljudskih prava oličenog u njihovom slobodnom samopotvrđivanju i istočnoazijskog kolektivističkog viđenja ljudskih dužnosti oličenog u neprestanom sprovođenju samoporicanja čovekove samovolje (Capurro 2005: 38). Pri tome se navedena problematika dodatno usložnjava naočigled sve većeg stepena „isprepletenosti“ ljudskih iskustava u realnom i „virtuelnom“ svetu (Ess 2011: 12–14), otvarajući za raspravu i pitanje mogućeg redefinisavanja određenja privatnosti grupisanih oko ideje „kontrolisanja podataka“ u smeru jednog „prirodnijeg“ razumevanja njihovog „kontekstualnog integriteta“ po analogiji sa drugim realnim aspektima ljudske svakodnevnice (porodičnim, prijateljskim, poslovnim...), koji usled „inercije“ onemogućavaju neželjeni transfer i „profilsku“ sintezu podataka vezanih za razne kontekste ljudskih aktivnosti (Hull 2011: 292).

jućni pojam „responzivnosti“ autor koncipirao po modelu Goldštajnovog shvatanja vitalnosti organizma, koja se ne sastoji u njegovoj sposobnosti „esencijalne konzervacije“ funkcionalnog porotka, već u sposobnosti uspostavljanja novih funkcionalnih poredaka kao odgovora permanentnim i neizbežnim remetilačkim uticajima stranog (koji takođe mogu biti proizvod „autoimunih“ reakcija). Idealistički prizvući kojima odiše fenomenološko nasleđe Levinasove refleksije o „pogledu Drugog“ (u kome je prepoznat najdublji metafizički temelj etičko-religiozne „zapovesti Boga protiv ubistva“ u judeo-hrišćanskoj misli), kod Valdenfela bivaju dovedeni u izvesnu vrstu kontrapunkta sa zahtevima vlastitosti.⁹⁷ proces harmonizacije vlastitog i stranog ne polaže nade u nekakvu sopstvenu krajnju tačku, bilo da se ona razume u svetlu konačnog „prisvajanja“ stranog unutar vlastitog, bilo potpunog „utapanja“ vlastitog u stranom – umesto toga, „responzivno ponašanje“ zasniva se na stupanju različitih strana u temeljni etički odnos uzajamnog „poverenja“, koji za sobom povlači i „samopouzdanje“, dopuštajući time otvorenu rapsodičnu „igru“ vlastitog i stranog, čiji je primarni uslov trajanja responzivnost prema drugoj strani, usredsređenost na „kreativne odgovore“ njenim zahtevima i osetljivost prema njihovim specifičnim nijansama naočigled sopstvenim srodnim motivima, dok se najveće pretnje po odvijanje pomenute igre kriju u narcističkoj samozagledanosti u vlastitost, osionom ignorisanju tuđih zahteva, kao i patološkom ili mazohističkom suzbijanju vlastitih reakcija (Valdenfels 2010: 66–67 i 73).

Responzivna etika, bazirana na fundamentalnom konceptu poverenja koje „uvek već“ traže unutar ljudske zajednice – ali tako da ne proističe ni iz njenog ranijeg „prirodnog stanja“ (koje „ravnodušno“ trpi sav njegov tragični izostanak), ni iz kasnijeg „društvenog ugovora“ (koji ga već pretpostavlja kao svoj uslov) – polazi od uvida da se ono bazično „poklanjanje“ poverenja među ljudima odvija kroz aktivni angažman u procesu „kreativnog odgovaranja“: raščlanjavajući dvostruku strukturu apela i odgovora na propozicione i performativne aspekte njihovih objektivnih „produkata“ i subjektivnih „procesa“ (npr. sadržaja i samog čina molbe), Valdenfels postavlja osnove i za povlačenje razlike između „reproduktivnih“ i „produktivnih“ tj. „kreativnih“ odgovora, od kojih se prvi koncept tiče skupa unapred raspoloživih odgovora (npr. repertoara facialnih ekspresija iskustnog glumca), a drugi „radikalnije verzije“ odgovora koju respondent nema unapred na raspolaganju, već je zapravo (na prvi pogled paradoksalno) „stvora polazeći od stranog“. Ukazivanje poverenja stranom i otvorenost prema njemu jeste uslov za pobuđivanje internih stvaralačkih impulsa kojima vlastitost uvek iznova biva trgnuta iz „sna normalizacije“ pos-

⁹⁷ Nagoveštaji takvog pristupa mogu se očitati već iz načelnih ukazivanja na moguće jednostranosti Levinasovog komparativnog tumačenja arhetipa Odiseja i Avrama, viđenih kao proponenata cirkularnog i linearnog poimanja sveta (tj. onog „stranstvovanja“ koje se vraća na polaznu tačku i onog koje se trajno otpušta u polje nepoznatog) čije su tenzije kondenzovane u tinjajućem konfliktu paganskog i judeo-hrišćanskog nasleđa, odnosno „sukobu Atine i Jerusalima“ – pritom se ističu ne samo konkretni navodi o mnoštvu istorijskih varijacija mitskih narativa (poput npr. Danteove verzije u kojoj Odisej biva trajno upućen izvan granica Herkulovih stubova), nego čak i principijelna osporavanja mogućnosti istinskog „vraćanja na mesto polaska“ kao iluzorne „supstancijalizacije kategorije doma“. Time donekle bivaju obesnaženi i prigovori ustremljeni ka navodnom „paganskom naličju“ konstitucije ontologije kao „cikličnog mišljenja“ nesposobnog za pravu transcendenciju, pošto se i kod samog Platona može uvideti da „povratak u pećinu“ nakon „sozercavanja idejnog sveta“ isključuje mogućnost vraćanja na predašnji stadijum neznanja i otkriva nove potencijale „filozofskog mišljenja razlike“. (Prole 2011: 207-209) Međutim, i sam judeo-hrišćanski zahtev „ljubavi ka bližnjem“ crpi smisao iz uvida da se on kao takav najoštrije ispoljava u liku misterioznog „suseda“, koji se nepredvidivim gestom iznenada prikazuje u pravom svetlu, i tako pokazuje bitnu dozu onog produktivno ambivalentnog držanja kao alternative jednostranoj idealizaciji Drugog.

tojećeg stanja, pri čemu se takvo poverenje ne može redukovati na uvećenu formu samopouzdanja rukovođenog pozitivnim bilansom kalkulacija mogućih rizika u sklopu date situacije, budući da nužno podrazumeva određeni nivo „responzivnog surplusa“ (koji se može ilustrovati na primeru naivnog „osmeha“ vrlo malog deteta) – kojim se unapred izlaže mogućnosti da bude izigrano, ali upravo time polaže temelje aktivnog i konstruktivnog držanja čoveka koje iz osnova predodređuje dinamiku međuljudskih odnosa i uspostavlja one prvobitne niti ljudskog zajedništva.

Responzivno-etičke pouke koje bi se iz prethodno skicirane filozofske teorije mogle izvući na polju datog pitanja o interkulturalnim kontaktima na servisima za društvene mreže, ticale bi se prevashodno odustajanja od namere da se komunikacija među korisnicima pokuša usmeravati bilo kakvim preteranim regulacijama koje bi unapred favorizovale određeni okvir onlajn diskusija (recimo, zasnovan na formalnim i univerzalno prihvatljivim normama), kao i od namere da se postigne obuhvatni konsenzus o tome šta čini neku opšteprihvatljivu meru korisničke privatnosti i slobode anonimnog izražavanja, budući da bi se na taj način zapravo doprinelo suzbijanju istinski otvorene komunikacije i jenjavanju mogućnosti uspostavljanja fundamentalnog poverenja između korisnika iz različitih kulturnih i civilizacijskih sredina,⁹⁸ time što bi im se dodatno ograničavao prostor za iznalaženje zajedničkih simboličkih resursa i srodnih kulturnih motiva koji bi mogli igrati presudnu ulogu u ustanovljavanju nekih novih niti zajedništva. Umesto pouzdanja u nekakvo „magično dejstvo“ Habermasovski shvaćenih apstraktnih i univerzalnih principa jedne „etike diskursa“ i njihovih „pretenzija na važenje“ (Habermas 2017: 348–353) (za koje se čini da su barem implicitno pretpostavljeni unutar većine rasprava na datu temu), koji bi trebalo da osiguraju proces odvijanja međuljudske komunikacije onda kada između sagovornika ne postoji zajednička kulturna pozadina kao garancija minimalnog konsenzusa, radije bi se trebalo posvetiti generalnom promovisanju ideje da se individualne ljudske razlike, imajući u vidu njihovu realnu genezu u procesu individuacije kao neodvojivom i suštinskom naličju procesa socijalizacije, mogu razrešavati jedino kroz proces dalje socijalizacije i realno sučeljavanje sa drugačijim stanovištima. Zaključak koji bi se iz toga mogao izvesti jeste da bi strategija u ophođenju sa pitanjem interkulturalnih kontakata na društvenim mrežama, ali i blisko vezane problematike korisničke privatnosti i anonimnosti, trebala da bude usredsređena na to da izbegne zamke konsenzualnog pasiviziranja kao suštinski kratkoročnog i samo prividno relaksirajućeg postignuća u kontekstu uzajamnog susretanja i odnošenja različitih kultura, ali i da ispita dugoročnije potencijale za njihovu harmonizaciju kroz stimulisanje aktiviranja u procesu otvorenog i permanentnog interkulturalnog dijaloga – koji zapravo i ne mora imati određenu konačnu tačku, ukoliko mu se krajnji smisao upravo uvidi u konkretnom procesu njegovog sprovođenja.

⁹⁸ Pri čemu u okviru empirijskih rasprava o poverenju na internetu takođe mahom odnosi prevagu shvatanje da se ono ne bi trebalo preterano striktno razgraničavati spram konteksta realne komunikacije, posebno s obzirom na sve veću „pouzdanost“ onlajn identiteta i razvitak „kvalitetnijeg“ interpersonalnog dijaloga među korisnicima, ali čak i karakteristične prednosti ostajanja u anonimnosti, vidljive na primeru iskrenosti članova različitih „grupa za podršku“, kao i drugih težnji ka uspostavljanju novog identiteta i vođenja računa o stečenoj reputaciji kao specifičnom izrazu ljudske slobode izbora (de Laat 2006: 167–168).

Literatura

- Blumenberg, Hans (2001). „Nachahmung der Natur: Zur Vorgeschichte der Idee des schöpferischen Menschen”, im *Ästhetische und metaphorologische Schriften*, ed. A. Haverkamp (Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag): 9–46.
- Borgmann, Albert (1999). *Holding On to Reality: The Nature of Information at the Turn of the Millenium*. Chicago: University of Chicago Press.
- Capurro, Rafael (2005). „Privacy. An Intercultural Perspective,” in *Ethics and Information Technology*, 7(1): 37–47.
- de Laat, Paul (2006). „Trusting Virtual Trust,” in *Ethics and Information Technology*, 7(3): 167–180.
- Dean, Jodi (2003). Why the Net is not a Public Sphere. *Constellations*, 10, 95–112.
- Dreyfus, Hubert (2001). *On the Internet*. New York: Routledge.
- Dreyfus, Hubert (2004). „Nihilism on the Information Highway: Anonymity versus Commitment in the Present Age,” in *Community in the Digital Age: Philosophy and Practice*, A. Feenberg and D. Barney (eds.), Lanham, MD: Rowman & Littlefield, pp. 69–81.
- Ess, Charles (2011). „Self, Community and Ethics in Digital Mediatized Worlds,” in *Trust and Virtual Worlds: Contemporary Perspectives*, C. Ess and M. Thorseth (eds.), Oxford: Peter Lang, pp. vii–xxix.
- Ess, Charles (2005). „Lost in Translation? Intercultural Dialogues on Privacy and Information Ethics, in: ” *Ethics and Information Technology*, 7(1): 1–6.
- Habermas, Jirgen (2017), *Teorija komunikativnog delovanja*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- Hull, George, Lipford, Heather Richter and Latulipe, Celine (2011). „Contextual Gaps: Privacy Issues on Facebook,” in *Ethics and Information Technology*, 13(4): 289–302.
- Liotar, Žan-Fransoa (1988). *Postmoderno stanje*. Novi Sad: Bratstvo-Jedinstvo.
- Prole, Dragan (2011). *Humanost stranog čoveka*, Novi Sad i Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića
- Sunstein, Cass R. (2008). „Democracy and the Internet” , in *Information Technology and Moral Philosophy*, ed. J. van den Hoven & J. Weckert (Cambridge UK: Cambridge University Press): 93–110.
- Valdenfels, Bernhard (2010). *Osnovni motivi fenomenologije stranog*, Sremski Karlovci i Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića
- Valdenfels, Bernhard (1991). *U mrežama životnog svijeta*, Sarajevo: Veselin Masleša
- Vallor, Shannon (2016). „Social Networking and Ethics“, in *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Winter 2016 Edition), ed. Edward N. Zalta , Retrived 10th August 2017, URL = <<https://plato.stanford.edu/archives/win2016/entries/ethics-social-networking/>>.

Vallor, Shannon (2010). Social networking technology and the virtues. *Ethics and Information Technology*, 12, 157–170.

RESPONSIVE ETHICS AND SOCIAL NETWORKING SERVICES

Summary

During the last ten years, social networking services such as Facebook and Twitter have triggered a significant global changes of the political, cultural and informational landscape, and the nature of those changes seems to undermine the foundations of an ethical concerns over alienation of human identity on the internet, expresed by the phenomenological critics in light of the earlier online platforms like web forums or chat rooms. But the major shift that was enabled by the massive unveiling of personal identity on social networking services also added a new dimension to the earlier ethical considerations related to the core issue of human mutual trust, which might be approached from the angle of the newer phenomenological framework of „responsive ethics“.

Key words:, social networking services, ethics, responsivity, alieness, anonymity, privacy.

Biljana Radić-Bojanić
Filozofski fakultet
Univerzitet u Novom Sadu
Novi Sad, Srbija

UDC 377.8:004

Branka Ranisavljević
Karlovačka gimnazija
Sremski Karlovci, Srbija

ONLAJN OBUČAVANJE NASTAVNIKA – STAVOVI I EVALUACIJA¹

APSTRAKT

Profesionalno usavršavanje i obučavanje nastavnika u 21. veku uslovljeno je napretkom tehnologije i nauke, te se mnogi seminari danas oslanjaju na dostignuća informaciono-komunikacionih tehnologija. U skladu sa time, u Srbiji prednost prilikom akreditacije imaju seminari koji se zasnivaju na primeni informaciono-komunikacionih tehnologija, pošto se na taj način kod nastavnika istovremeno vrši obuka i razvija digitalna pismenost, koju potom nastavnici mogu da dalje prenesu na svoje učenike. Stoga se u ovom radu fokusiramo na grupu nastavnika zaposlenih u osnovnim i srednjim školama, koji su u školskoj 2016/2017. pohađali onlajn seminar *Škola budućnosti: Kreativne lekcije* i koji su po završetku obuke popunili upitnik čiji se rezultati analiziraju u ovom radu.

Ključne reči: profesionalno usavršavanje nastavnika, akreditovani seminari, onlajn obuka nastavnika, stavovi, evaluacija.

1. Uvod

Nastavnici u osnovnim i srednjim školama u Srbiji imaju obavezu da tokom svoje nastavničke karijere pohađaju seminare za stručno i profesionalno usavršavanje. Akreditaciju seminara obavlja Zavod za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja, kom prilikom određuje koji su od predloženih seminara dobili dozvolu da se održavaju. Kada se radi o procesu akreditovanja seminara za nastavnike, ali i za vaspitačke i obrazovno-upravljačke profile, prioritet svakako imaju predlozi koji se zasnivaju na primeni informaciono-komunikacionih tehnologija. Na taj način se kod nastavnika istovremeno vrši obuka i razvija digitalna pismenost, koju potom oni dalje mogu da prenesu na svoje učenike. Stoga se u ovom radu fokusiramo na grupu nastavnika zaposlenih u osnovnim i srednjim školama, koji su u školskoj 2016/2017. pohađali onlajn seminar *Škola budućnosti: Kreativne lekcije* i koji su po završetku obuke popunili upitnik čiji se rezultati analiziraju u

¹ Rad je rezultat istraživanja na projektu III47020 *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene* koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

ovom radu. Cilj istraživanja jeste da se utvrde stavovi nastavnika o onlajn obuci, kao i da se izvrši evaluacija sadržaja seminara, kvaliteta materijala, celokupni kontekst u kome se komunikacija vrši isključivo u onlajn okruženju, itd, što je svakako veoma bitno i kao način kontrole kvaliteta, ali i kao svojevrsna analiza potreba učesnika seminara.

2. Teorijski okvir

Obrazovanje nastavnika i učitelja ne prestaje završetkom studija i izlaskom sa fakulteta (Megginson & Whitaker, 2007: 6). Naprotiv, pritisak na nastavnike i učitelje velik je i dolazi iz dva glavna izvora: (1) neophodno je da prate nova dostignuća, informacije i tehnologije; (2) treba da na inovativne načine pomognu učenicima da postignu uspeh. Profesionalna obuka i stalno stručno usavršavanje danas je, dakle, neophodnost i može da se odvija na mnoge formalne i neformalne načine. Vedel (Wedell, 2017: 13) navodi formalne (radionice, seminari, konferencije, opservacije, posete školama) i neformalne načine obuke nastavnika (vebinari, mentorisanje, nastavnički aktivni i slična neformalna okupljanja), pri čemu moramo da napomenemo da su svi navedeni vidovi profesionalnog usavršavanja nastavnika danas prisutni u Srbiji.

Jedna od najbitnijih osobina savremenih seminara jeste povezivanje sadržaja sa obuke sa onim od čega učenici mogu da imaju koristi. Pošto je, kako smo rekli, od izuzetnog značaja da nastavnici kroz obuku stalno menjaju svoju praksu da bi njihovi učenici postigli uspeh, uvek se moramo zapitati sa kakvim učenicima radimo i koja su njihova generacijska interesovanja i osobine. Tako je „učenje u 21. veku veliki izazov, pre svega za profesore. Budući da su im dostupni brojni izvori informacija učenici danas mogu mnogo lakše i brže unaprediti svoje znanje iz raznih oblasti nego što je to bio slučaj ranije“ (Glušac, 2016: 17). Drugim rečima, razvoj veština za 21. vek i kod nastavnika i kod učenika podrazumeva priremu učenika za buduća radna mesta koja će od njih prvenstveno zahtevati informatičku, digitalnu pismenost (Rodrigues, Marks & Steel, 2003: 386), a učenik će morati da bude „kreativan, inovativan, komunikativan, informatički i medijski pismen, prilagodljiv, produktivan, odgovoran, da ume da sarađuje, da pokazuje inicijativu i samodisciplinu, da ima razvijene društvene i interkulturene veštine, da uspešno rešava probleme, da ume samostalno da odlučuje, da ima potrebu da uči i samostalno i od drugih, da postavlja ciljeve itd.“ (Glušac, 2016: 19).

Da bi se ovo sve postiglo u makar određenoj meri, svaki program za obuku nastavnika treba da ispunjava sledeće uslove (po Wedell, 2017: 16):

- da uvede i podrži koncept nastavnika kao nekoga ko se stalno obučava;
- da osmisli ili obezbedi platformu na kojoj nastavnici mogu da dele svoja iskustva i uspehe;
- da poveća motivaciju nastavnog osoblja, bilo privlačnim sadržajima ili dinamičnim pristupom obuci;
- da poboljša ishode učenja.

Stoga bi svaki program za stručnu obuku nastavnika valjalo oceniti po ovim kriterijumima i ustanoviti da li su ispunjeni i u kojoj meri. Naposljetku, nastavnici na ovaj način ulažu u sebe i svoj profesionalni identitet, te bi zaista trebalo opravdati njihovo poverenje i programe obuke učiniti maksimalno efikasnim i korisnim.

Profesionalno usavršavanje nastavnika je stalan, doživotni proces u kome oni razvijaju svoje lične i profesionalne kvalitete, poboljšavaju znanje, veštine i praksu, što dovodi do profesionalnog osnaživanja, napretka u praksi, razvoja organizacionih veština i rada sa učenicima, koji posleđično i sami uče, napreduju i razvijaju svoje veštine, naročito u kontekstu 21. veka i napretka informaciono-komunikacionih tehnologija (Littlejohn, 2002).

3. Opis seminara

Sam seminar *Škola budućnosti: Kreativne lekcije* je imao za cilj da kod polaznika razvije napredne funkcije korišćenja obrazovnih informatičkih programa u konkretnom nastavnom procesu, osavremenjavanje i modernizaciju nastave, te da poveća motivisanost učenika za novu vrstu virtuelnog rada sa kompjuterima. Tačnije, na seminaru nastavnici su savladavali kreiranje kreativnih i originalnih prezentacija pomoću IKT alata (2D i 3D prezentacije) kroz nastavne jedinice u cilju unapređivanja nastave, što je uključivalo koncepte kao što su mape uma i multimedijalni poster, te postupke kao što je izrada sajta i interaktivne vremenske linije, čiji je konačni rezultat mogućnost multidisciplinarnе nastave i obrnuta učionica (engl. *flipped classroom*). Predviđeno je da seminar traje četiri nedelje sa ukupno 24 sata rada.

U pogledu praćenja napretka učesnika seminara i provere njihovih stečenih znanja i veština na samoj obuci, tokom seminara nakon svake celine ili obrađenog programa nastavnici su rešavali zadatak tako što su primenjivali program kroz školske oblasti (nastavna jedinica, IOP, itd.) i svoja rešenja predavali predavaču nakon određenog roka. Tako su u stvari proverena njihova praktična znanja stečena na ovom seminaru i odmah je ocenjeno da li su, i koliko uspešno, savladali praktične sadržaje na obuci. Takođe, u sklopu uglednog-oglednog časa nastavnici su prezentovali nastavnu jedinicu pomoću novih inovacijskih programa, aplikacija i alata koje su savladali na seminaru. Cilj je bio da stvore novo inventivno virtuelno okruženje primenjujući stečena znanja kroz elektronsku pripremu za čas i pripremu nastavnih materijala.

Ono što se od ovog seminara očekivalo jeste da će nastavnici nakon završetka obuke biti u mogućnosti da nastavne jedinice prikažu kroz stvorene kreativne prezentacije i da predmet koji predaju prikažu na multidisciplinarnan način. To bi mogli da postignu kroz mape uma i vremenske linije. Sem toga, primenom informaciono-komunikacionih tehnologija može da se poveća zainteresovanost i motivisanost učenika tako što bi se u nastavi koristili multimedijalni poster, ali bi mogli da se naprave i kompletni sajtovi za predmet gde bi se primenili programi savladani na seminaru. Učenici bi stoga lakše usvajali gradivo i predmete pošto bi učili kroz igru i sarađivali sa nastavnicima u procesu učenja, pa bi od pasivnih učesnika postali aktivni faktori obrazovno-vaspitnog procesa. Sa starijim

učenicima bi čak bilo moguće da učenici i nastavnici zajedno vode sajt, pripremaju sopstvene prezentacije ili prezentacije odeljenja ili škole. Mogućnosti su velike i uz ovakvu odskočnu dasku nastavnici bi mogli dalje samostalno da istražuju alate i aplikacije dostupne na internetu, te ih autonomno primenjuju u nastavi.

Na seminaru su se analizirali i programi, aplikacije i alati koji se uspešno mogu primeniti u nastavi, a njihov detaljniji opis i snimci ekrana nalaze se u Dodatku 1 na kraju rada.

4. Metodologija istraživanja

Kao što je u uvodu rečeno, nakon održanog seminara učesnici su popunili upitnik u kome je trebalo da izraze svoje stavove i mišljenja o seminaru, kao i evaluaciju pokrivenih sadržaja. U istraživanju je učestvovalo 37 ispitanika ($M=3$, $\bar{Z}=34$), od čega je 19 radilo u osnovnoj školi, a 18 u srednjoj. Što se stepena obrazovanja tiče, 17 nastavnika ima diplomu osnovnih studija, 15 mastersku diplomu, četiri nastavnika su magistri, a jedan ima doktorat. Distribucija ispitanika po grupama predmeta koje predaju prikazana je u Tabeli 1.

<i>grupa predmeta</i>	<i>procenat</i>
jezici	32,4
društveni predmeti	8,1
prirodnomatematički predmeti	24,3
informatika	8,1
likovno i fizičko	8,1
učiteljice	18,9
ukupno	100,0

Tabela 1. Distribucija ispitanika po grupama predmeta koje predaju

Što se tiče dužine rada u obrazovnim institucijama, najviše zaposlenih ima između deset i dvadeset godina staža, dok se ostali podaci mogu videti u Tabeli 2.

<i>godine staža</i>	<i>procenat</i>
0-5	8,1
6-10	13,5
11-15	29,7
16-20	18,9
21-25	10,8
25+	18,9
ukupno	100,0

Tabela 2. Dužina rada u obrazovnoj instituciji

Sam upitnik (v. Dodatak 2) sastoji se od 31 pitanja, od kojih je prvih pet bilo opšteg karaktera i dalo je podatke o ispitanicima. Potom je 13 pitanja ispitivalo stavove učesnika seminara o sadržajima koje su pokrili tokom obuke, devet narednih pitanja služilo je kao evaluacija sadržaja seminara, a poslednja četiri pitanja su u obliku završnih napomena opet ispitivala stavove ispitanika. Sve izjave u ovim pitanjima učesnici seminara ocenjivali su ocenom od 1 do 5 na *Likertovoj skali*, gde je 1 bila najmanja vrednost, a 5 najveća. Nakon prikupljanja podataka putem onlajn upitnika distribuiranog imejlom među učesnicima svi podaci su kodirani i obrađeni u programu SPSS 22.0. U svrhe analize podataka korišćena je deskriptivna statistika (frekvencije, aritmetička sredina, standardna devijacija), t-test neparnih uzoraka i jednosmerna analiza varijanse.

Cilj rada je da se ispituju stavovi nastavnika o onlajn obuci i da se ustanovi kako je ocenjuju, te da se ispituju veze nezavisnih varijabli (pol učesnika, nivo obrazovanja, radno mesto, godine staža, predmet koji predaju) sa stavovima o onlajn obuci i sa evaluacijom onlajn obuke. Rad se zasniva na sledećim nultim hipotezama:

- H_{01} : Pol nema statistički značajne veze sa stavovima učesnika i ocenama seminara.
- H_{02} : Nivo obrazovanja nema statistički značajne veze sa stavovima učesnika i ocenama seminara.
- H_{03} : Radno mesto nema statistički značajne veze sa stavovima učesnika i ocenama seminara.
- H_{04} : Godine staža nemaju statistički značajne veze sa stavovima učesnika i ocenama seminara.
- H_{05} : Predmet koji učesnici predaju nema statistički značajne veze sa njihovim stavovima i ocenama seminara.

5. Rezultati i diskusija

Da bismo saznali stavove učesnika seminara o onlajn obuci, kao i razloge za odabir ovakve vrste profesionalnog usavršavanja, analizirali smo prvih 13 izjava u upitniku (v. Tabelu 3). Odgovore smo svrstali u one sa niskom frekvencijom (AS=1-2,3), srednjom frekvencijom (AS=2,4-3,7) i visokom frekvencijom (3,8-5).

<i>Ocenite u kojoj se meri slažete sa sledećim izjavama:</i>	1	2	3	4	5	AS	SD
Odlučio sam da pohađam online seminar jer je škola/obdanište daleko u odnosu na mesto obuke.	37,8	18,9	2,7	29,7	10,8	2,57	1,52
Odlučio sam da pohađam online seminar jer je u pitanju nov način	5,6	13,9	2,8	47,2	30,6	3,83	1,18

obuke.							
Odlučio sam da pohađam online seminar jer pruža mogućnost rada vlastitim tempom.	0,0	2,7	0,0	24,3	73,0	4,67	0,63
Odlučio sam da pohađam online seminar jer je pristupačna cena.	8,1	18,9	21,6	35,1	16,2	3,32	1,20
Odlučio sam da pohađam online seminar jer je zanimljiv sadržaj.	0,0	2,7	0,0	35,1	62,2	4,57	0,65
Prednost online seminara leži u raznovrsnosti tema koje nudi.	0,0	8,1	5,4	29,7	56,8	4,35	0,92
Prednost online seminara leži u praktičnom radu sa različitim tehnologijama.	0,0	5,4	5,4	29,7	59,4	4,43	0,83
Prednost online seminara leži u mogućnosti rada od kuće.	0,0	0,0	0,0	10,8	89,2	4,89	0,31
Prednost online seminara leži u mogućnosti rada u skladu sa sopstvenim slobodnom vremenom.	0,0	0,0	0,0	10,8	89,2	4,89	0,31
Mana online seminara je nedostatak tehničke opreme kod kuće.	24,3	37,8	13,5	21,6	2,7	2,41	1,16
Mana online seminara je nedostatak prethodnog znanja o informacionim tehnologijama.	32,4	27,0	21,6	13,5	2,7	2,25	1,12
Mana online seminara je nedostatak direktne komunikacije između predavača i učesnika.	45,9	27,0	5,4	16,2	5,4	2,08	1,29
Mana online seminara je nedostatak direktne komunikacije između učesnika međusobno.	43,2	24,3	16,2	13,5	2,7	2,08	1,87

Tabela 3. Frekvencije odgovora o stavovima učesnika

Kad se radi o razlozima za odabir onlajn seminara, učesnici su srednje visokom frekvencijom ocenili sledeća dva razloga: zato što im je škola daleko u odnosu na mesto obuke i zato što je pristupačna cena. Kad se radi o ostalim razlozima (nov način obuke, rad vlastitim tempom, zanimljiv sadržaj), učesnici su ovde u većoj meri dali pozitivne odgovore. Drugim rečima, većina učesnika je kao kriterijume za odabir seminara uzela suštinski bitne karakteristike – inovaciju, individualizaciju i motivisanost, dok su u manjoj meri svoju odluku zasnovali na fizičkim i finansijskim okolnostima.

Druga grupa stavova vezana za prednosti seminara dobila je visoke ocene u svim pitanjima. Dakle, sve ono što donosi nov način obuke, mogućnosti tehnologije i inovacije

koje idu uz to, ali i prilagođenost individualnom tempu i napretku kao i slobodnom vremenu očigledno su stvari koje učesnicima seminara igraju važnu ulogu u profesionalnom usavršavanju.

Treća grupa stavova vezana za mane onlajn seminara ocenjena je ocenom srednjeg intenziteta (nedostatak tehničke opreme kod kuće) ili ocenom niskog intenziteta (nedostatak prethodnog znanja o IKT, nedostatak direktne komunikacije među učenicima i predavačima). Drugim rečima, učesnicima seminara malo šta je smetalo u ovakvoj vrsti rada i obuke, u malo većoj meri neadekvatna tehnička oprema, a u manjoj meri odsustvo kontakta licem u lice.

Drugi deo istraživanja bio je posvećen evaluaciji seminara, što pokriva drugih devet pitanja u upitniku (v. Tabelu 4).

<i>Ocenite sistem učenja na daljinu:</i>	1	2	3	4	5	AS	SD
Sadržaj seminara	0,0	0,0	13,5	24,3	62,2	4,48	0,73
Podučavanje kroz e-learning materijale (video zapise, Word dokumenti)	0,0	2,7	2,7	43,2	51,4	4,43	0,69
Komunikacija između učesnika (prikaz drugih radova, forum)	5,4	0,0	16,2	43,2	35,1	4,03	1,01
Podrška profesora predavača (email, poruke, forum)	2,7	2,7	5,4	21,6	67,6	4,49	0,93
Proces predaje zadatka i dobijanje povratne informacije pri ocenjivanju zadataka	0,0	0,0	5,4	27,0	67,6	4,62	0,59
Celokupno iskustvo sa platformom učenja na daljinu	0,0	0,0	10,8	21,6	67,6	4,57	0,69
Kvalitet	0,0	5,4	5,4	21,6	67,6	4,51	0,84
Zanimljivost	0,0	0,0	10,8	24,3	64,9	4,54	0,69
Motivisanost za rad	0,0	2,7	8,1	24,3	64,9	4,51	0,77

Tabela 4. Frekvencije odgovora učesnika o evaluaciji seminara

Iz Tabele 4. se vidi da su učesnici visoko ocenili sve aspekte seminara: sadržaj, materijale, komunikaciju, podršku, zadatke, kvalitet, zanimljivost i motivisanost.

Poslednja grupa pitanja iz upitnika imala je za cilj da otkrije perspektivu ovakve vrste obuke nastavnika, kao i njihovo mišljenje o primenljivosti naučenih sadržaja i veština u praksi (v. Tabelu 5).

<i>Završne napomene</i>	1	2	3	4	5	AS	SD
Da imam priliku, u okviru svog vaspitnog/obrazovnog rada sa decom primenio bih sistem učenja na daljinu.	8,1	2,7	10,8	21,6	56,8	4,16	1,24
Ovakav vid nastave na daljinu bi unapredio nastavni/vaspitni proces u školi/obdaništu.	5,4	5,4	8,1	32,4	48,6	4,13	1,13
Uбудуće bih radije pohađao tradicionalni seminar.	59,5	27,0	8,1	2,7	2,7	<u>1,62</u>	<u>0,95</u>
Uбудуće bih radije pohađao online seminar.	0,0	2,7	2,7	18,9	75,7	4,67	0,66

Tabela 5. Frekvencije odgovora učesnika o perspektivi ovakve obuke

Iz odgovora se jasno vidi da su nastavnici ne samo zadovoljni naučenim, već smatraju da su veštine i sadržaji savladani na seminaru nešto što mogu dalje da nauče svoje učenike, te da bi radije u budućnosti ponovo pohađali onlajn seminar (AS=4,67) nego tradicionalni seminar (AS=1,62).

Da bi se testirale postavljene hipoteze, posmatrale smo vezu između nezavisnih varijabli (pol učesnika, nivo obrazovanja, radno mesto, dužina rada i predmet koji predaju) spram zavisnih varijabli, tj. stavova o seminaru i ocena seminara. Prva posmatrana varijabla bila je pol učesnika (v. Tabelu 6).

<i>Pitanje</i>	t	p	razlika AS
Odlučio sam da pohađam online seminar jer je pristupačna cena.	3,462	0,002	0,73529
Prednost online seminara leži u raznovrstnosti tema koje nudi.	-2,337	0,026	-,38235
Zanimljivost	4,123	0,000	0,50000
Da imam priliku, u okviru svog vaspitnog/obrazovnog rada sa decom primenio bih sistem učenja na daljinu.	4,206	0,000	0,91176

Tabela 6. Rezultati t-testa nezavisnih uzoraka za varijablu 'pol'

Na osnovu rezultata iz tabele možemo zaključiti da su muški polaznici statistički značajno više od ženskih odlučili da pohađaju onlajn seminar zbog cene, da je muškim polaznicima ovaj seminar statistički značajno zanimljiviji nego ženskima, kao i da oni statistički značajno više smatraju da bi ovaj sadržaj mogli da primene u radu sa decom. S

druge strane polaznice statistički značajno bolje ocenjuju raznovrsnost tema na seminaru. Na osnovu iznesenih podataka možemo da zaključimo da prva nulta hipoteza nije dokazana, ali da bi mogli da se donesu pravilni zaključci vezani za uzroke razlika među polovima prvo bi dva poduzorka trebalo da budu izjednačena po broju učesnika, a potom bi se morala izvršiti neka kvalitativna analiza putem intervjua da bi se saznalo šta leži u osnovi pomenutih razlika. Međutim, pošto je nastavnička profesija tradicionalno žensko zanimanje, makar u Srbiji, disbalans između dva poduzorka je očekivan i zaključci do kojih smo došli su isključivo deskriptivne prirode.

Da bi se utvrdilo da li postoji veza između nivoa obrazovanja polaznika seminara i zavisnih varijabli (stavovi i evaluacija), urađena je jednosmerna analiza varijanse i pronađeno je sedam statistički značajnih veza (v. Tabelu 7). Na osnovu ovih podataka zaključujemo da druga nulta hipoteza takođe nije dokazana.

<i>pitanje</i>	F	p
Prednost online seminara leži u raznovrsnosti tema koje nudi.	3,555	0,040
Mana online seminara je nedostatak direktne komunikacije između predavača i učesnika.	5,446	0,009
Podrška profesora predavača (email, poruke, forum)	3,559	0,040
Proces predaje zadatka i dobijanje povratne informacije pri ocenjivanju zadataka	4,002	0,028
Celokupno iskustvo sa platformom učenja na daljinu	4,804	0,015
Kvalitet	4,635	0,017
Ubuduće bih radije pohađao online seminar.	4,097	0,025

Tabela 7. Rezultati jednosmerne analize varijanse za varijablu 'nivo obrazovanja'

Bonferoni post hok testom utvrđeno je sledeće: (1) nastavnici koji imaju završene osnovne ili master studije statistički značajno bolje ocenjuju raznovrsnost tema od nastavnika koji imaju zvanje magistra; (2) nastavnici koji su magistri statistički značajno više ocenjuju nedostatak komunikacije kao manu seminara od nastavnika koji su završili osnovne ili master studije; (3) nastavnici sa master diplomama statistički značajno bolje ocenjuju podršku predavača seminara od nastavnika koji su magistri; (4) nastavnici koji imaju završene osnovne ili master studije statistički značajno bolje ocenjuju proces predaje zadataka i povratne informacije od nastavnika koji imaju zvanje magistra; (5) nastavnici koji imaju završene osnovne ili master studije statistički značajno bolje ocenjuju celokupno iskustvo onlajn seminara od nastavnika koji imaju zvanje magistra; (6) nastavnici koji imaju završene osnovne ili master studije statistički značajno bolje ocenjuju kvalitet seminara od nastavnika koji imaju zvanje magistra; (7) nastavnici koji imaju završene osnovne ili master studije statistički značajno više tvrde da bi ubuduće pohađali onlajn

seminar od nastavnika koji imaju zvanje magistra. Iz ovih podataka uočava se jasna razlika između grupe nastavnika koji imaju završene osnovne ili master studije s jedne strane i nastavnika koji su magistrirali sa druge strane. Možemo, dakle zaključiti da su nastavnici koji su magistrirali u nekom ranijem periodu navikli na drugačiji režim rada koji uključuje kontakt licem u lice i koji se ne zasniva u tolikoj meri na informaciono-komunikacionim teorijama. Pretpostavljamo da oni svoja iskustva tokom studiranja, u pred-digitalno doba, prenose na situaciju u kojoj se obučavaju na seminaru koji je organizovan potpuno u digitanom okruženju, te unapred stvorena očekivanja oblikovana ranijim obrazovnim iskustvima doprinose negativnijim ocenama novog načina obuke.

Eventualne razlike u stavovima i evaluaciji seminara između nastavnika koji rade u osnovnoj i srednjoj školi ustanovljene su t-testom neparnih uzoraka (v. Tabelu 8).

Pitanje	t	p	razlika AS
Odlučio sam da pohađam online seminar jer je u pitanju nov način obuke.	0,028	0,022	-,87307
Mana online seminara je nedostatak direktne komunikacije između učesnika međusobno.	0,316	0,016	-,92398
Uбудuće bih radije pohađao tradicionalni seminar.	0,059	0,007	-,84503

Tabela 8. Rezultati t-testa neparnih uzoraka za varijablu 'radno mesto'

Iz tabele se vidi da je razlika utvrđena kod tri pitanja, što znači da treću nultu hipotezu odbacujemo. U sva tri slučaja nastavnici zaposleni u srednjim školama statistički značajno više tvrde da ih je privukao novi način obuke, da je mana nedostatak direktne komunikacije učesnika, kao i da bi uбудuće ipak radije pohađali tradicionalni seminar. Oni su, dakle, probali nešto novo, tj. obuku organizovanu isključivo u digitalnom okruženju, ali im se to nije svidelo. Naravno, detaljnije kvalitativno istraživanje verovatno bi otkrilo šta nastavnicima konkretno smeta, pa bi se te manjkavosti mogle otkriti prilikom pripreme narednog kruga seminara, a možda su u pitanju samo stavovi digitalnih imigranata (Prensky, 2001) koji odbacuju informaciono-komunikacione inovacije.

Jednosmernom analizom varijanse za varijablu 'dužina rada u školi' utvrđeno je da nema razlika među različitim grupama nastavnika koji u školi rade od 0 do 5 godina, od 6 do 10 godina, od 11 do 15 godina, od 16 do 20 godina, od 21 do 25 godina, i od 26 godina naviše. Stoga četvrtu nultu hipotezu prihvatamo, pošto nisu ustanovljene nikakve statistički značajne razlike.

Naposletku, veza nezavisne varijable 'predmet koji polaznik predaje u školi' sa zavisnim varijablama stavova i evaluacije testirana je jednosmernom analizom varijanse i utvrđeno je da postoji šest statistički značajnih veza (v. Tabelu 9 ispod). Stoga se peta nulta hipoteza odbacuje. Predmete smo u analizi grupisali na sledeći način: 1 – jezici, 2 –

društveni predmeti, 3 – prirodno-matematički predmeti, 4 – informatika, 5 – likovno i fizičko, 6 – učiteljice.

Pitanje	F	p
Sadržaj seminara	2,622	0,043
Podučavanje kroz e-learning materijale (video zapise, Word dokumenti)	5,224	0,001
Komunikacija između učesnika (prikaz drugih radova, forum)	2,618	0,044
Kvalitet	3,301	0,017
Zanimljivost	2,873	0,030
Motivisanost za rad	2,780	0,035

Tabela 8. Rezultati jednosmerne analize varijanse za varijablu 'školski predmet'

Tuki post hoc testom utvrđeno je sledeće: (1) učiteljice statistički značajno bolje ocenjuju sadržaj seminara od nastavnika likovnog i fizičkog; (2) nastavnici jezika, društvenih predmeta, prirodno-matematičkih predmeta i učiteljice statistički značajno bolje ocenjuju podučavanje kroz materijale za virtuelno učenje; (3) nastavnici jezika statistički značajno bolje ocenjuju komunikaciju između učesnika od nastavnika likovnog i fizičkog; (4) nastavnici jezika i učiteljice statistički značajno bolje ocenjuju kvalitet seminara od nastavnika likovnog i fizičkog; (5) nastavnici jezika i učiteljice statistički značajno bolje ocenjuju zanimljivost seminara od nastavnika likovnog i fizičkog; (6) učiteljice statistički značajno bolje ocenjuju motivisanost za rad od nastavnika likovnog i fizičkog. Ono što se u ovom delu analize uočava kao zajednički imenitelj jeste izraženije nezadovoljstvo i niže ocene nastavnika likovnog i fizičkog vaspitanja, što je donekle razumljivo pošto ponuđeni sadržaji (aplikacije i alati koje su učesnici obrađivali tokom seminara) nemaju mnogo dodirnih tačaka sa sadržajima predmeta koje ovi nastavnici predaju.

6. Zaključak

Rezultati analize upitnika otkrivaju dosta opštih i pojedinačnih podataka. S jedne strane, upitnik kao pokazatelj kvaliteta seminara ukazuje na dobar opšti utisak i pozitivne stavove učesnika. Tačnije, iako su u velikoj meri pripadnici generacije digitalnih imigranata, nastavnici su bili zadovoljni kako sadržajem seminara, aplikacijama i alatima, načinom komunikacije sa izvođačem seminara i ostalim učesnicima, tako i činjenicom da je ukupni rad, vremenski okvir i tempo bio prilagođen njihovim individualnim potrebama i situacijama. S druge strane, kad se analiza upitnika posmatra kao analiza potreba polaznika,

na šta ukazuju pojedinačni podaci i detaljnija statistička analiza, zaključujemo da na seminaru nije ostvareno sve ono što je svim nastavnicima potrebno da bi unapredili nastavu na predmetu koji predaju. Ova vrsta podataka je dragocena, pošto otkriva koji se segmenti seminara moraju popraviti, razraditi, ili čak ispočetka uvrstiti u materijale koji se na seminaru obrađuju.

Literatura

- Glušac, T. (2016). *Međusobno obučavanje kolega kao oblik usavršavanja profesora engleskog jezika*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Littlejohn, A.H. (2002), Improving continuing professional development in the use of ICT. *Journal of Computer Assisted Learning*, 18, 166–174.
- Megginson, D., and Whitaker, V. (2007). *Continuing Professional Development*. London: Chartered Institute of Personnel and Development.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon* 9 (5): 1–6.
- Rodrigues, S., Marks, A., and Steel, P. (2003) Developing science and ICT pedagogical content knowledge: a model of continuing professional development. *Innovations in Education and Teaching International*, 40: 4, 386–394.
- Wedell, M. (2017). *Teacher Education Planning Handbook*. New Delhi: British Council.

ONLINE TRAINING OF HIGH SCHOOL TEACHERS – ATTITUDES AND EVALUATION

Summary

Since the continuing professional development of teachers in the 21st century is a necessity because of the great leaps in science and fast development of technology, it is one of the pre-requisites in Serbian high schools as well. One large segment of teacher training in Serbia is therefore covered by diverse accredited seminars organized by a variety of organizations and institutions, which offer different types of training. This paper focuses on one such situation, more specifically it investigates the case of online teacher training and the post-training assessment of the course teachers attended. The research is conducted via a questionnaire with 31 questions which focus on three groups of data: information about course participants, their attitudes towards online training, and their evaluation of the course attended. The questionnaire was complete by approximately 37 participants, whose answers are statistically analyzed in order to discover some statistically significant connections between the participants' gender, education, subject that they teach, level of education and years of employment on the one hand and their attitudes (both positive and negative) towards online education on the other. In addition, the same data about the participants will be observed against their evaluation of the online course, which will provide the necessary feedback that will contribute to further improvements of the training organized. Finally, the last three questions offer the teachers' views of the future applications of the competences they acquired in the online course.

Key words: continuing professional development, accredited seminars, online teacher training, attitudes, evaluation.

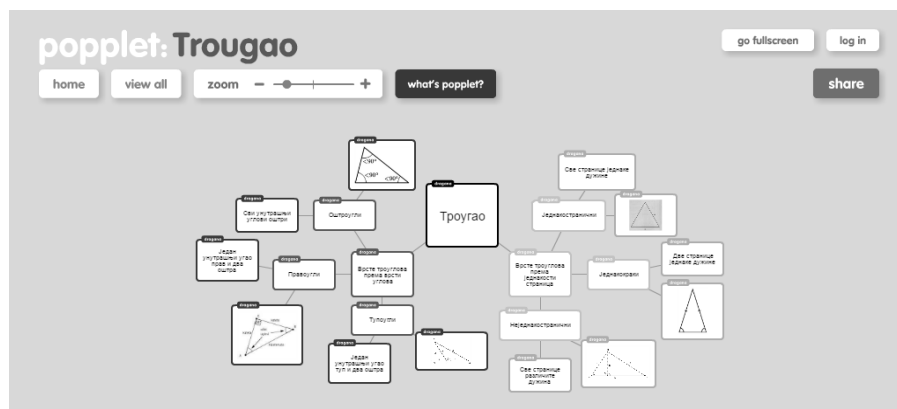
DODATAK 1. PRIMERI RADOVA POLAZNIKA NAPRAVLJENI U APLIKACIJAMA I ALATIMA KOJE SU SAVLADALI NA SEMINARU

Program Emaze predstavlja novu generaciju alata za pravljenje prezentacija. Pomoću različitih obrazaca kreiraju se nove 3D prezentacije, video prezentacije, ili prezentacije koje se nalaze u „oblaku.” Jedna prezentacija polaznika, učiteljice u drugom razredu osnovne škole, može se videti na sledećem linku: <https://www.emaze.com/@AWIZTQQC/untitled>, a na Slici 1. ispod se vidi deo prezentacije koji se bavi oduzimanjem.



Slika 1. Snimak ekrana sa delom prezentacije napravljene u alatu Emaze

Program Popplet je alat koji se koristi se za izradu mapa uma, koje bismo mogli da opišemo kao grafički prikaz složenih koncepata ili oblasti čija je suština u razgranatom predstavljanju kroz kratke, ključne pojmove. Jedan primer mape uma za gradivo iz matematike koje se tiče trougla može se naći na sledećem linku: <http://www.popplet.com/app/#/3587582>, a ispod se daje i snimak ekrana na Slici 2.



Слика 2. Snimak ekrana sa mapom uma za pojam 'trougao'

Program Pow Toon služi za kreiranje animacijskih videa i prezentacija u edukativne svrhe na nov, kreativan način. Polaznici mogu kratke filmove da prave na osnovu postojećih obrazaca, a postoji mogućnost da se uz tekst snimi i zvuk, te da se dodaju različiti vizuelni elementi. Primer jednog takvog videa o zdravoj ishrani može da se pogleda na sledećem linku: <https://www.powtoon.com/online-presentation/eGzah5lxreT/?mode=movie>, a na Slici 3. se vidi snimak ekrana jednog dela videa.



Слика 3. Snimak ekrana videa napravljenog u programu Pow Toon

Program Edu Glogster omogućava izradu multimedijalnih postera edukativnog sadržaja, te predstavljanje lekcija kombinacijom slika, grafikona, audio zapisa, video zapisa i teksta na digitalnom platnu. Primer jednog takvog interaktivnog postera koji je izradila polaznica seminara može se videti na sledećem linku: <http://edu.glogster.com/glog/danjabuka/2hvxtfisx0p>, a snimak ekrana na Slici 4. ispod.



Slika 4. Interaktivni poster izrađen u programu Edu Glogster

Poslednji program koji su učesnici seminara obrađivali je Weebly, koji omogućava jednostavnu izradu sajtova visokog kvaliteta, a kao edukativni sajt poseduje mogućnosti dodavanja teksta, slika stranica, animacija, kontakt formi itd. Primer jednog takvog sajta

koji je izradila učesnica seminara može da se vidi na sledećem linku: <http://snezanaj.weebly.com/>, a snimak ekrana dela sajta se nalazi na Slici 5. ispod.



Slika 5. Snimak ekrana sajta osnovne škole „Marko Pajić“ iz Viče

DODATAK 2. UPITNIK

Vaš pol:	muško – žensko				
Nivo obrazovanja:	OAS – DAS – MR – DR				
Radno mesto:	osnovna – srednja škola				
Ako radite u osnovnoj ili srednjoj školi, ili na fakultetu, napišite koji predmet predajete:					
Koliko godina radite u vaspitno-obrazovnoj profesiji:					
Ocenite u kojoj se meri slažete sa sledećim izjavama:					
Odlučio sam da pohađam online seminar jer je škola/obdanište daleko u odnosu na mesto obuke.	1	2	3	4	5
Odlučio sam da pohađam online seminar jer je u pitanju nov način obuke.	1	2	3	4	5
Odlučio sam da pohađam online seminar jer pruža mogućnost rada vlastitim tempom.	1	2	3	4	5
Odlučio sam da pohađam online seminar jer je pristupačna cena.	1	2	3	4	5
Odlučio sam da pohađam online seminar jer je zanimljiv sadržaj.	1	2	3	4	5
Prednost online seminara leži u raznovrstnosti tema koje nudi.	1	2	3	4	5
Prednost online seminara leži u praktičnom radu sa različitim tehnologijama.	1	2	3	4	5
Prednost online seminara leži u mogućnosti rada od kuće.	1	2	3	4	5
Prednost online seminara leži u mogućnosti rada u skladu sa sopstvenim slobodnom vremenom.	1	2	3	4	5
Mana online seminara je nedostatak tehničke opreme kod kuće.	1	2	3	4	5
Mana online seminara je nedostatak prethodnog znanja o informacionim tehnologijama.	1	2	3	4	5
Mana online seminara je nedostatak direktne komunikacije između predavača i učesnika.	1	2	3	4	5
Mana online seminara je nedostatak direktne komunikacije između učesnika međusobno.	1	2	3	4	5
Ocenite sistem učenja na daljinu:					
Sadržaj seminara	1	2	3	4	5
Podučavanje kroz e-learning materijale (video zapise, Word dokumenti)	1	2	3	4	5
Komunikacija između učesnika (prikaz drugih radova, forum)	1	2	3	4	5
Podrška profesora predavača (email, poruke, forum)	1	2	3	4	5
Proces predaje zadatka i dobijanje povratne informacije pri ocenjivanju zadataka	1	2	3	4	5
Celokupno iskustvo sa platformom učenja na daljinu	1	2	3	4	5
Kvalitet	1	2	3	4	5

Zanimljivost	1	2	3	4	5
Motivisanost za rad	1	2	3	4	5
Završne napomene:					
Da imam priliku, u okviru svog vaspitnog/obrazovnog rada sa decom primenio bih sistem učenja na daljinu.	1	2	3	4	5
Ovakav vid nastave na daljinu bi unapredio nastavni/vaspitni proces u školi/obdaništu.	1	2	3	4	5
Uбудuće bih radije pohađao tradicionalni seminar.	1	2	3	4	5
Uбудuće bih radije pohađao online seminar.	1	2	3	4	5

Univerzitet u Novom Sadu

Filozofski fakultet

Dr Zorana Đinđića 2

21000 Novi Sad, Vojvodina, Srbija

Tel: +38121459483

www.ff.uns.ac.rs

Štampa i prelom:

Futura Petrovaradin

Tiraž: 200

CIP - Каталогизација у публикацији
Библиотека Матице српске, Нови Сад

316.774:621.39(082)

DIGITALNE medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 7 / [urednici] Dejan Pralica, Norbert Šinković. - Novi Sad : Filozofski fakultet, Odsek za medijske studije, 2017 (Petrovaradin : Futura). - 287 str. : ilustr. ; 24 cm. - (Medijska istraživanja ; Zbornik 7)

Radovi na srp. i engl. jeziku. - Tiraž 200. - Str. 7-8: Uvodnik ; Editors' preface / Dejan Pralica, Norbert Šinković. - Bibliografija. - Rezime na engl. jeziku uz svaki rad.

ISBN 978-86-6065-450-4

1. Пралица, Дејан, 1978- [уредник] [аутор додатног текста]

а) Дигитални медији - Зборници

COBISS.SR-ID 322094599