

#ourmedia

PRIRUČNIK ZA MEDIJSKI AKTIVIZAM

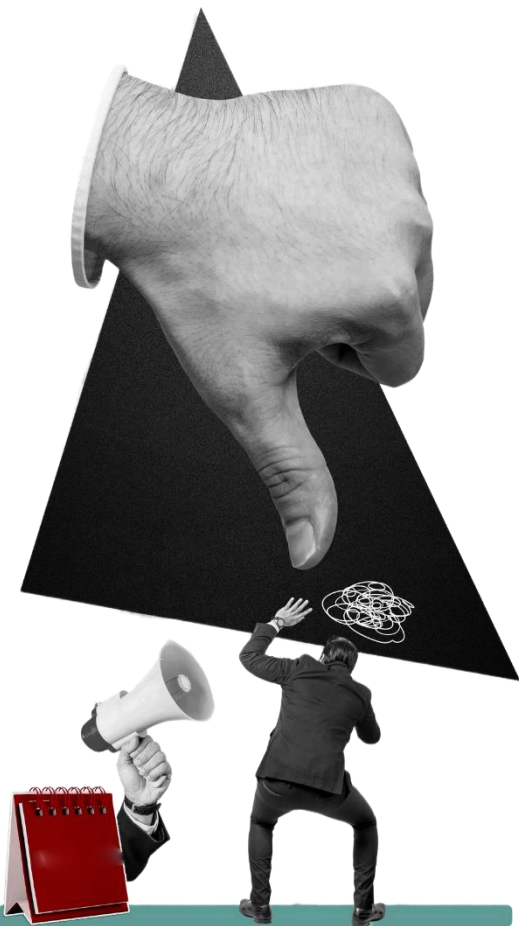


#ourmedia

PRIRUČNIK ZA MEDIJSKI AKTIVIZAM

Dubravka Valić Nedeljković

Tijana Bumbić



UVOD

Mediji predstavljaju ključno polje savremenih političkih borbi u XXI veku. Pitanja poput uticaja na uređivačku politiku, koncentracije vlasništva, bezbednosti informacija i nadzora, kvaliteta informacija, kao i uloge medijskih platformi u javnom diskursu, nalaze se u središtu savremenih rasprava. Demokratski mediji nisu samo kanali komunikacije, već jedan od osnovnih preduslova demokratije. U represivnim režimima, nezavisno novinarstvo funkcioniše pod stalnim pritiscima ili u potpunosti nestaje. Kriza medija je globalnog karaktera, a mediji su često pod snažnim uticajem korporativnih i političkih interesa.

Savremeni globalni trendovi, poput sve izraženije polarizacije, ratova u Ukrajini i na Bliskom istoku, ubrzanih tehnoloških promena i dominacije velikih tehnoloških platformi, dodatno ugrožavaju nezavisno i kvalitetno novinarstvo. U takvim okolnostima, medijski aktivizam postaje neophodan za očuvanje vrednosti javnog interesa u medijima i komunikacijama.

Ovaj priručnik ima za cilj da mapira dobre prakse medijskog aktivizma i time podstakne aktivnosti usmerene na odbranu javnog interesa u medijima i komunikacijama, uključujući i promociju medijske i informacione pismenosti.

U PRAKSI, OVO ZNAČI

- Osnajivanje pojedinaca da kritički procenjuju medijski sadržaj.
- Promocija etičkog novinarstva i slobode medija.
- Zagovaranje razvoja snažnih programa medijske pismenosti.
- Podsticanje saradnje između nastavnika, novinara i aktivista.



MEDIJSKA I INFORMACIONA PISMENOST

Medijska pismenost omogućava pojedincima da pristupaju, analiziraju, procenjuju i kreiraju medijske sadržaje u različitim formatima. Ona predstavlja funkcionalnu pismenost pojedinaca u 21. veku. Medijska pismenost je ključna veština za suzbijanje dezinformacija, izgradnju informisanog društva i podsticanje aktivnog učešća u demokratskim procesima.

VEŠTINE MEDIJSKE PISMENOSTI

- Razumevanje pristrasnosti, stereotipa i postavljanja agende.
- Prepoznavanje posledica onlajn aktivnosti – digitalni trag.
- Kritičko mišljenje – procena izvora i provera verodostojnosti informacija.
- Razumevanje novinarskih kodeksa i etike.
- Razumevanje uloge medija u društvu.

ŠTA JE MEDIJSKI AKTIVIZAM?

Medijski aktivizam obuhvata niz aktivnosti usmerenih na reformu medijskih institucija, politika i praksi, kao i na stvaranje alternativnih medija koji promovišu demokratske vrednosti. Može se posmatrati kroz različite teorijske okvire, uključujući slobodu medija, demokratizaciju medija, komunikaciona prava, medijsku pravdu i kulturno okruženje.

Medijski aktivisti nastoje da utiču na medijske politike, nezavisnost medija, njihovu strukturu i sadržaj, koristeći različite taktike poput pritiska na medije, podizanja svesti javnosti, zagovaranja veće raznolikosti u medijima i podrške alternativnim medijima zasnovanim na integritetu. Medijski aktivizam obuhvata širok spektar pitanja povezanih sa medijima, uključujući i komunikaciju na platformama koje nisu isključivo novinarske (Hodžić, 2024). Njegov cilj je uključivanje različitih ciljnih grupa, poput novinara, donosilaca odluka, državnih institucija, različitih društvenih grupa i šire javnosti.

KOMPONENTE MEDIJSKOG AKTIVIZMA

- **Zagovaranje medijskih politika** – Aktivisti rade na unapređenju zakonodavnog okvira kako bi se obezbedila sloboda i nezavisnost medija.
- **Jačanje kapaciteta** – Organizuju se obuke za novinare i medijske radnike kako bi unapredili svoje veštine kritičkog i etičkog izveštavanja.
- **Kampanje medijske pismenosti** – Cilj je podizanje svesti građana o prepoznavanju lažnih vesti, propagande i manipulacija.
- **Podrška alternativnim medijima** – Kreiraju se platforme koje omogućavaju zastupljenost marginalizovanih glasova.



ZAŠTO DA SE UKLJUČIM U MEDIJSKI AKTIVIZAM?

Medijski aktivizam ima dugu istoriju koja obuhvata različite geografske i političke kontekste. Još dvadesetih godina 20. veka, aktivisti u Sjedinjenim Američkim Državama zalagali su se za razvoj neprofitnog medijskog sektora. Tokom šezdesetih i sedamdesetih godina, pokreti za prava Afroamerikanaca i žena usmeravali su pažnju na pitanja medija i komunikacije. Antikapitalistički pokreti iz zemalja Trećeg sveta bili su pokretačka snaga inicijative Novi svetski poredak informacija i komunikacija (NWICO) tokom sedamdesetih i osamdesetih godina. Slični primeri aktivizma zabeleženi su u Brazilu, Koreji i drugim delovima sveta (Hodžić, 2024).

Medijski aktivizam je važan čak i kada se bavite temama koje nisu neposredno povezane sa medijima, jer mediji imaju ključnu ulogu u oblikovanju javnog mnjenja i skretanju pažnje na društvena pitanja.

Čak i ako je vaš primarni fokus, na primer, „ekologija“ ili „prava žena“, evo nekoliko razloga za medijski aktivizam:

ZAŠTO?

Vidljivost problema: Kroz medijski aktivizam možete dopreti do šire publike i učiniti svoju temu, bilo da je reč o zaštiti životne sredine ili pravima žena, vidljivijom i prisutnijom u javnosti na pravi način.

Borba protiv dezinformacija: Obe navedene teme često su predmet dezinformacija i manipulacija. Medijski aktivizam vam omogućava da širite tačne informacije i suprotstavite se narativima koji umanjuju značaj ovih pitanja.

Podrška: Dobro osmišljene medijske kampanje pomažu u uključivanju zajednice, prikupljanju podrške za vaše ciljeve i vršenju pritiska na donosiocce odluka.

Povezivanje tema: Mediji su moćan alat za isticanje međusobne povezanosti različitih pitanja. Na primer, klimatska kriza utiče na ljudska prava u određenim segmentima, što možete naglasiti kroz medijski aktivizam.

Ne zaboravite da novinari koji svoj posao obavljaju odgovorno i bez prepreka „predstavljaju glas onih koji ga nemaju“, te je borba za slobodne i medije sa integritetom zapravo borba za

KAKO?

Kao aktivista, vaš cilj je da se vaš glas čuje. Medijski aktivizam je alat koji pomaže da vaša tema izađe iz uskog kruga stručnjaka i dopre do šire publike, čime se otvara prostor za promene. Istovremeno, zalaganje za kredibilno i odgovorno medijsko izveštavanje pomaže da se teme koje su vam važne obrađuju bez prepreka i uz podršku zajednice. Česti pritisci na novinare stvaraju veoma nepovoljno okruženje u kojem pojedinci (novinari) treba da rade u interesu svih nas.

Korišćenje platformi: Pokrenite naloge na društvenim mrežama, blogove ili kampanje na postojećim kanalima koje promovišu odgovoran pristup medijima u okviru tema kojima se već bavite.

Edukacija i informisanje: Kreirajte sadržaje koji pomažu ljudima da razumeju vašu temu. Ukazujte na manipulacije koje su prisutne i na štetu koju one izazivaju. Podržite medije koji odgovorno rade svoj posao isticanjem dobrih primera.

Partnerstva sa novinarima: Uspostavite saradnju sa novinarima ili medijskim organizacijama koje svoj posao obavljaju profesionalno.

Zagovaranje medijske pismenosti: Podizanjem svesti o značaju medijske pismenosti učite ljude kako da prepoznaju manipulacije i dezinformacije u vezi sa vašim temama. Istovremeno, pružite podršku odgovornim novinarima čiji će rad biti poznat.

Kreativne kampanje: Organizujte javne događaje, izložbe, performanse ili druge kreativne aktivnosti.

MEDIJI NA ZAPADNOM BALKANU I U TURSKOJ

Izveštaj organizacije Human Rights Watch (2015), zasnovan na intervjuima sa 86 novinara, pokazuje da novinari na Zapadnom Balkanu rade u neprijateljskom okruženju, što direktno utiče na njihovu sposobnost da izveštavaju kritički i nezavisno, što je od suštinskog značaja za demokratsko društvo. Izveštaj na 69 strana, pod nazivom „Teška profesija: Sloboda medija na udaru“, dokumentuje fizičke napade i pretnje, uključujući pretnje smrću, tužbe sa ciljem kažnjavanja, kao i kampanje blaćenja usmerene protiv novinara u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, na Kosovu i u Srbiji.

Prema istom izveštaju, nezavisni mediji u Turskoj uglavnom funkcionišu putem onlajn platformi. Vlasti redovno nalažu uklanjanje kritičkog sadržaja sa interneta ili negativnih izveštaja koji se odnose na ministre, predsednika i članove pravosuđa. Novinari se suočavaju sa krivičnim gonjenjem na osnovu Zakona o borbi protiv terorizma, kao i optužbama za krivičnu klevetu, uključujući često korišćenu optužbu za „vređanje predsednika“, za koju je Evropski sud za ljudska prava (ESLJP) utvrdio da nije u skladu sa pravom na slobodu izražavanja.

INDEKS MEDIJSKE PISMENOSTI

Indeks medijske pismenosti rangira zemlje na osnovu njihovog potencijala da se odupru „post-istini“ i njenim negativnim posledicama. Indeks kombinuje četiri glavna indikatora, sa različitim ponderima, u oblastima slobode medija, obrazovanja, poverenja i digitalnih navika građana, kako bi izračunao i rangirao rezultate zemalja. Indeks procenjuje potencijal otpornosti na negativne efekte opadanja javnog poverenja, političke i društvene polarizacije i fragmentacije medija.

Indeks medijske pismenosti, koji je razvio Open Society Institute Sofia (2023), sadrži instrument za merenje ne same medijske pismenosti, već njenih prediktora, sa ciljem rangiranja društava prema njihovom potencijalu otpornosti u suočavanju sa fenomenima post-istine, dezinformacija i pogrešnih informacija.

Rank (1-41)	Country	Score (100-0)	Clusters (1-5)
1	Finland	74	1
2	Denmark	73	1
3	Norway	72	1
4	Estonia	71	1
5	Sweden	71	1
6	Ireland	70	1
7	Switzerland	67	1
8	Netherlands	64	2
9	Iceland	62	2
10	Belgium	61	2
11	Germany	61	2
12	Portugal	60	2
13	United Kingdom	60	2
14	Austria	59	2
15	Czech Republic	58	2
16	Spain	58	2
17	France	57	2
18	Latvia	55	2
19	Slovenia	55	2
20	Lithuania	54	2
21	Luxembourg	53	2
22	Poland	53	2
23	Slovakia	48	3
24	Italy	47	3
25	Croatia	45	3
26	Malta	45	3
27	Hungary	41	3
28	Cyprus	39	3
29	Greece	38	3
30	Ukraine	38	3
31	Serbia	33	4
32	Moldova	32	4
33	Montenegro	32	4
34	Romania	32	4
35	Bulgaria	31	4
36	Turkey	29	4
37	Bosnia and Herzegovina	24	5
38	Albania	23	5
39	North Macedonia	22	5
40	Kosovo	21	5
41	Georgia	20	5

Finska predvodi Evropski indeks medijske pismenosti za 2023. godinu sa 74 poena, zauzimajući prvo mesto među 41 zemljom. Odmah iza nje nalazi se Danska na 2. mestu sa 73 poena, dok je Norveška na 3. mestu sa 72 poena. Estonija i Švedska ostvaruju slične rezultate, sa po 71 poenom, zauzimajući 4. i 5. mesto, dok je Irska na 6. mestu sa 70 poena. Rang lista obuhvata 41 zemlju, a rezultati se mere na skali od 0 do 100, pri čemu viši skor ukazuje na bolji rezultat.

Na drugom kraju lestvice, Gruzija zauzima 41. mesto sa 20 poena. Kosovo je na 40. mestu sa 21 poenom, Severna Makedonija je 39. sa 23 poena, dok Bosna i Hercegovina zauzima 38. mesto sa 24 poena.

MAPIRANJE NAJBOLJIH PRAKSI U MEDIJSKOM AKTIVIZMU

Medijski aktivisti obuhvataju širok spektar tema od javnog interesa koje se odnose na medije i komunikaciju. Njihov rad uključuje pitanja kao što su zastupljenost manjinskih grupa u medijskim sadržajima, unapređenje raznolikosti u politikama zapošljavanja i podrška alternativnim medijima, poput medija zajednice. Pored toga, bave se pitanjima kao što su nezavisnost i uloga javnih emitera, transparentnost finansiranja i vlasništva nad medijima, pravo na pristup informacijama od javnog značaja, kao i bezbednost i zaštita prava novinara. Njihov rad takođe podrazumeva praćenje medija radi identifikovanja pristrasnosti, stereotipa i dezinformacija, podizanje nivoa medijske pismenosti, kao i bavljenje brojnim drugim pitanjima. Istraživački izveštaj „MOBILIZACIJA ZA ZAŠTITU JAVNOG INTERESA U MEDIJIMA – Mapiranje dobrih praksi medijskog aktivizma“ (Hodžić, 2024), koji je objavljen u okviru projekta „Our Media: Akcija civilnog društva za razvoj medijske pismenosti i aktivizma, suzbijanje polarizacije i promociju dijaloga“, ističe različite primere medijskog aktivizma koji mogu poslužiti kao inspiracija za dalje aktivnosti i akcije.

Pogledajmo neke od primera dobrih praksi koji su istaknuti u pomenutom istraživanju.

PLATFOME ZA ALTERNATIVNI SADRŽAJ I ALTERNATIVNE INTERNET USLUGE

U autoritarnim društvima, kao i u kontekstu dominantne neoliberalne ideologije, alternativne platforme pružaju siguran i nezavisan prostor za političku subverziju i kontranarative. Ove platforme se oslanjaju na kolektivni rad građana-novinaru, a uređivanje sadržaja može, ali i ne mora biti prisutno. Mnoge od ovih platformi, kao što su Indymedia ili Mosireen, nastale su tokom građanskih protesta i društvenih nemira. Većina se zasniva na participativnoj produkciji sadržaja. U ovu kategoriju spadaju i blogovi koji nude jedinstvene perspektive o pitanjima od javnog interesa.

SLUČAJ INDYMEDIA (SAD i šire)

„Indymedia“ je prvobitno nastala kao platforma za izveštavanje o protestima protiv Svetske trgovinske organizacije u Sijetlu 1999. godine, ali se ubrzo razvila u globalnu platformu zasnovanu na korisnicima i učesnicima protesta. Nastala je kroz saradnju grupa za socijalnu pravdu, anarhističkih, socijalističkih, komunističkih i ekoloških organizacija, kao i sindikata. Tokom 2000-ih godina, mnoge grupe širom sveta pridružile su se platformi, koja je do 2014. godine obuhvatala 175 aktivnih organizacija sa zajedničkim antikapitalističkim i socijalističkim stavovima. Platforma je omogućavala svakome da objavi sadržaj, uz uređivačku kontrolu koja je podrazumevala uklanjanje neprimerenih objava na stranicu „skriveno priče“.

„Indymedia“ je ostvarila globalni uticaj i opstala oko 20 godina zahvaljujući umrežavanju lokalnih grupa i širenju ciljeva protesta. Međutim, porast komercijalnih društvenih mreža doveo je do njenog gašenja, dok su neke radikalne participativne platforme opstale sa ograničenim lokalnim dometom.

MEDIJI ZAJEDNICE

Ova kategorija obuhvata medije koji izveštavaju o i za nedovoljno zastupljene zajednice, kao što su pojedine opštine, studentske grupe, sindikati i zajednice zasnovane na etničkim, rodnim ili drugim identitetima. Mediji zajednice uključuju pripadnike tih zajednica u proces produkcije i upravljanja. Postoje različita tumačenja toga šta čini medije zajednice, ali se ovde oni posmatraju kao mediji sa jasnom misijom usmerenom ka zajednici i javnom interesu, koji uglavnom funkcionišu po neprofitnom finansijskom modelu. Takav model bi, u principu, trebalo da obezbedi određenu zaštitu od komercijalnih i partikularnih političkih interesa, čime se omogućava nezavisniji i angažovaniji sadržaj.

SLUČAJ TELESTREET (Italija)

„Telestreet“ predstavlja primer mreže lokalnih grupa koje građanima pružaju alternativne vesti. „Telestreet“ je pokret koji je nastao u italijanskim metropolama, prvobitno sa stanicom Orfeo TV, koja je emitovala nekoliko sati dnevno sa dometom od 200 metara. Osnovao ju je medijski teoretičar i aktivista Franko „Bifo“ Berardi. Kasnije je pokret rastao i obuhvatio gotovo stotinu mini TV stanica širom Italije. Ovi piratski mikro-emiteri sa veoma ograničenim dometom nastali su kao reakcija na kontrolu nad medijima u zemlji od strane tadašnjeg premijera Berluskonija. Oni međusobno sarađuju na tehničkom nivou i dele veb arhivu materijala za radio emitovanje, čime povećavaju nacionalni domet i obezbeđuju održivu infrastrukturu uprkos skromnim finansijskim i tehničkim resursima (Renzi 2011, 36).

NEZAVISNI MEDIJI

Novinarski projekti i platforme koji obezbeđuju nezavisno izveštavanje o događajima u zemljama kojima upravljaju represivne vlasti predstavljaju ključna mesta otpora i demokratske borbe. Isto tako, u medijskim sistemima koji su u velikoj meri pod kontrolom političkih ili ekonomskih interesnih grupa kroz odnose finansiranja i vlasništva, nezavisni mediji su često jedini koji pozivaju vlasti na odgovornost i izveštavaju o zanemarenim temama i perspektivama.

SLUČAJ KOSOVO 2.0 (Kosovo)

„Kosovo 2.0“, osnovan 2010. godine, pruža prostor za alternativne narative, detaljne analize, lične priče i različite perspektive. Platforma je poznata po jedinstvenom pristupu pripovedanju i posvećenosti kritičkom mišljenju i dijalogu. „Kosovo 2.0“ koristi multimedijalne formate, uključujući tekst, foto-eseje, video sadržaje i umetničke projekte, kako bi obuhvatila širok spektar tema, među kojima su socijalna pravda, politika, rod, kultura i ljudska prava. „Kosovo 2.0“ takođe pruža prostor mladim piscima, umetnicima i aktivistima da predstave svoj rad.

PROJEKTI, CENTRI I REGIONALNE/MEĐUNARODNE MREŽE ISTRAŽIVAČKOG NOVINARSTVA

Novinarski centri i mreže, kao što su International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ), Organized Crime and Corruption Reporting Project (OCCRP) ili centri za istraživačko novinarstvo (Bosna i Hercegovina, Srbija i Crna Gora), omogućavaju zahtevna, dugoročna, skupa i često prekogranična istraživanja, koja bi inače bila nemoguća u drugim medijima zbog komercijalizacije, političke podređenosti ili jednostavno nedostatka resursa.

SLUČAJ PROJEKTA DAPHNE

„Daphne” je bio projekat istraživačkog novinarstva francuske novinarske organizacije „Forbidden Stories”, koja je koordinisala rad 45 novinara iz 18 medijskih organizacija nakon ubistva malteške istraživačke novinarke Dafne Karuane Galicije 17. oktobra 2017. godine. Novinari su prikupili i podelili veliki broj dokumenata i informacija, a ove priče su objavljene u medijima širom sveta. Ovo je bio prvi međunarodni novinarski projekat organizacije „Forbidden Stories”, zasnovan na ideji da je istraživačko novinarstvo zasnovano na saradnji najbolja odbrana od cenzure. Nakon brojnih istraživačkih novinarskih inicijativa usledile su krivične istrage i ostavke javnih funkcionera. Nakon objavljivanja istraživačkih priča u okviru Daphne projekta, jedan od unajmljenih ubica priznao je ubistvo malteške novinarke, uhapšen je biznismen povezan sa ubistvom, a premijer je podneo ostavku zbog veza između javnih funkcionera i pomenutog biznismena (Simon 2023, 16).

INICIJATIVE KOJE PODRŽAVAJU ALTERNATIVNE I NEZAVISNE MEDIJE

Medijski aktivizam obuhvata i podršku alternativnim, nezavisnim i istraživačkim medijima. Ova podrška može uključivati aktivnosti prikupljanja sredstava, pružanje logističke, tehničke i pravne pomoći, organizovanje obuka, nabavku opreme, sticanje znanja, kao i svaku drugu aktivnost usmerenu na jačanje kapaciteta alternativnih medija da proizvode kvalitetan sadržaj i doprinesu javnoj debati.

SLUČAJ PLATFORME NOV DAN (Slovenija)

„Nov dan“ je eksperimentalna digitalna platforma, pokrenuta 2022. godine, sa ciljem da doprinese održivosti nezavisnog novinarstva u Sloveniji kroz prikupljanje finansijskih doprinosa građana (zajedničko finansiranje) za pet nezavisnih medija u Sloveniji – Oštro, In Media Res, Mešanec, Državljan D, Agrument – DJND. Platforma se zasniva na standardu prikupljanja sredstava putem interneta, optimizaciji angažovanja korisnika i testiranju komunikacionih strategija. Razvila ju je nevladina organizacija „Danes je nov dan“, koja se bavi pitanjima digitalnog učešća i građanskog aktivizma, transparentnosti i javnog nadzora. Inicijativa je podržana od strane fondacije „Grant for the Web“ iznosom od 46.014 američkih dolara. Kao projekat zajedničkog finansiranja, Nov dan ima za cilj da osnaži članove zajednice da podrže platforme i sadržaje koje smatraju vrednim, kao i da podstakne koheziju, transformišući medijsku publiku iz pasivnih posmatrača u aktivne učesnike. Postoje i drugi slični primeri prikupljanja sredstava u regionu Jugoistočne Evrope. Oni se suočavaju sa izazovima poput ograničenog broja čitalaca, slušalaca i gledalaca nezavisnih medija, niskih prihoda građana i poteškoća u održavanju dugoročne podrške, ali pojedine platforme (uglavnom one koje nude jedinstven sadržaj i imaju lojalnu publiku) uspevaju da obezbede značajan deo svojih prihoda putem

ORGANIZACIJE KOJE ZAHTEVAJU MEDIJSKE REFORME U ŠIREM PODRUČJU SLOBODE IZRAŽAVANJA

Na globalnom nivou, brojne organizacije sprovode različite reforme u oblasti medija, uključujući ograničavanje koncentracije vlasništva nad medijima i promovisanje medijskog pluralizma, očuvanje javnih servisa, obezbeđivanje digitalnog učešća, zaštitu privatnosti i ograničavanje nadzora nad građanima.

SLUČAJ FREE PRESS (SAD)

„Free Press” je nevladina zagovaračka organizacija u oblasti medija koja predstavlja primer organizacionog rasta i povećanja uticaja kroz akumulaciju rada i nasleđa. Osnovana 2003. godine sa nekoliko zaposlenih, razvila se u organizaciju sa više od 35 zaposlenih. Povremeno je imala značajan uticaj na politike u Vašingtonu, na primer u vezi sa vlasništvom nad medijima i neutralnošću interneta, finansiranjem javnih emitera i netačnim medijskim izveštavanjem (McChesney 2009, 49).

„Free Press” formira strateške koalicije sa različitim ideološkim grupama, uključujući, na primer, Christian Coalition i druge konzervativne aktiviste, čime povećava svoje šanse za ostvarivanje uticaja (isto, 52).

REAKTIVNI AKTIVIZAM PROTIV RETROGRADNIH POLITIČKIH INICIJATIVA UZ ZAHTEVE ZA PROGRESIVNE PROMENE

Medijski aktivizam obuhvata i ad hok akcije i zahteve za zaustavljanje retrogradnih predloga politika, kao i dugoročno zagovaranje pozitivnih rešenja. Ovaj tip medijskog aktivizma može uključivati proteste, pisma, peticije, medijske kampanje i razgovore sa predstavnicima javnog sektora.

SLUČAJ AKTIVIZMA PROTIV IZMENA ZAKONA O AUDIO I AUDIOVIZUELNIM MEDIJSKIM USLUGAMA (Albanija)

U Albaniji su postojali kontinuirani pokušaji uvođenja regulacije sadržaja onlajn medija. Najnovije predložene izmene predviđale su da regulatorna tela dobiju izvršna ovlašćenja da kažnjavaju i gase onlajn medije u slučaju pritužbi građana na njihov sadržaj. Mnoge organizacije civilnog društva usprotivile su se ovim izmenama, jer bi mogle ograničiti slobodu medija, s obzirom na to da nezavisnost regulatora nije zagarantovana, a izvršne mere su previše nejasne i restriktivne. Mediji i medijske organizacije održavali su sastanke, pisali pisma i mišljenja protiv izmena, učestvovali u diskusijama sa nadležnim parlamentarnim odborom i organizovali proteste ispred parlamenta u decembru 2019. godine tokom plenarne sednice. Zakon je na kraju usvojen. Međutim, aktivnosti domaćeg civilnog društva doprinele su mobilizaciji međunarodne javnosti i stvaranju međunarodnog pritiska za povlačenje zakona. Venecijanska komisija je u junu 2020. godine izdala mišljenje u kojem se navodi da je zakon „nejasan i verovatno obeshrabrujući, gušeći slobodnu diskusiju i politički govor“. Zakon nije primenjivan, a organizacije civilnog društva nastavile su da se njime bave kroz javne diskusije, okrugle stolove, televizijske intervjuje i druge formate. Povlačenje zakona najavljeno je u oktobru 2022. godine.

MEDIJSKI AKTIVIZAM PROTIV ZLOUPOTREBE ZAKONA: PRAĆENJE, PRAVNA PODRŠKA I ZAGOVARANJE RADI SPREČAVANJA ZLOUPOTREBE ZAKONA

Postoji rastući globalni trend korišćenja zakona za vršenje pritiska na medije, novinare, aktiviste i druge organizacije koje obavljaju nadzornu ulogu, poznat kao strateške tužbe protiv učešća javnosti (SLAPP). Konkretnije, reč je o zloupotrebi zakona, uključujući klevetu definisanu krivičnim ili građanskim pravom, kao i drugih zakona poput onih koji se odnose na intelektualnu svojinu, privatnost i zaštitu podataka, kroz tužbe čiji je cilj zastrašivanje, ućutkivanje i iscrpljivanje finansijskih i psiholoških resursa njihovih meta. Ove tužbe imaju obeshrabrujući efekat na razotkrivanje kriminalnih radnji i zloupotreba, iznošenje alternativnih mišljenja i učešće javnosti.

SLUČAJ PRAVNE MREŽE ZA ZAŠTITU DEMOKRATIJE (LNPD) (Slovenija)

Mreža je uspostavljena tokom pandemije COVID-19 i formiranja vlade predvođene Slovenačkom demokratskom strankom, sa ciljem pružanja pravne zaštite i osporavanja restriktivnih mera vlasti, kao što su ograničavanje prava na kretanje, ograničavanje pristupa informacijama i učešća građana u procesima donošenja odluka, kao i pružanje podrške u slučajevima napada na nezavisna državna tela, pravosuđe, aktere civilnog društva i demonstrante. LNPD je formirana krajem 2020. godine, kada su organizacije „Amnesty International Slovenia“, „Danes je nov dan“, „PIC – Pravno-informacioni centar za nevladine organizacije“ i „Institute for Cultural Diversity Open“ udružile snage uz podršku i saradnju vodećih advokatskih kancelarija, profesora prava i volontera. LNPD pruža savete, podnosi pritužbe državnim institucijama, pomaže u pokretanju tužbi, podnosi krivične prijave protiv javnih funkcionera, organizuje diskusije i druge aktivnosti. Ustavni sud je poništio ili naložio izmene propisa koje je LNPD osporavala, a mreža je pokazala veliki potencijal za solidarnost u odbrani vladavine prava.

PREPORUKE ZA (BUDUĆE) AKTIVISTE

Na osnovu analize istorijskih primera i savremenih izazova, sledeće preporuke mogu poslužiti kao smernice budućim medijskim aktivistima koji žele da unaprede medijski prostor i komunikaciju u službi javnog interesa:

Jasno definišite ciljeve i strategije

Usmerite aktivnosti ka konkretnim ciljevima, kao što su demokratizacija medija, unapređenje medijske pismenosti, transparentnost vlasništva i finansiranja medija ili promovisanje prava na pristup informacijama.

Prilagodite strategije lokalnom kontekstu, oslanjajući se na uspešne prakse kao što su osnivanje alternativnih medija, pokretanje kampanja za reformu medijskih politika ili izgradnja koalicija sa organizacijama sličnih vrednosti.

Osvežite svoje taktike

Ključno je obezbediti tačne podatke, kao i praktična i dostupna rešenja problema. Zašto ne iskoristiti priliku za novo istraživanje? Ili pokrenuti onlajn anketu u svojoj zajednici kako biste prikupili nove podatke koji podržavaju vaše argumente?

Možete takođe prikupljati priče ljudi pogođenih negativnim izveštavanjem o određenoj temi i koristiti ih da upečatljivo ilustrujete svoj cilj.

Situacija je možda iznedrila nove ključne aktere za vaš cilj, kao što su influenseri spremni na saradnju sa medijima. Istražite i prilagodite svoju poruku i taktike u skladu s tim.

Oblikujte svoju poruku

Uokviravanje (framing) je moćan komunikacioni alat. U zavisnosti od okvira koji izaberete, možete postići veoma različite rezultate. Potrebno je da oblikujete svoje zagovaračke poruke tako da budu što ubedljivije za ciljnu publiku. Kontekstualno znanje, odnosno razumevanje lokalnog i kulturnog okruženja, od ključnog je značaja.

Izgradite otpornost na spoljne pritiske

Budite svesni političkih i ekonomskih prepreka, kao što su dominacija korporacija ili regulatorna ograničenja. Razvijajte dugoročne strategije koje mogu neutralisati ove prepreke kroz pravne reforme, lobiranje i javno zagovaranje.

Saradujte

Udruživanje sa pojedincima i organizacijama sličnih vrednosti može povećati šanse za ostvarivanje vaših zagovaračkih ciljeva. Razvijanje takvih saradnji zahteva detaljno razumevanje snaga i slabosti drugih aktera u oblasti, kao i sopstvene organizacije. Razmotrite sledeće: ko poseduje komplementarne kapacitete i veze od kojih vaša organizacija može imati koristi, i obrnuto?

Neki aspekti koje treba razmotriti pre uspostavljanja saradnje:

Da li delite isti cilj?

Da li imate slične standarde rada?

Koju infrastrukturu možete koristiti i da li postoji dovoljna podrška sa obe strane za održavanje aktivnosti?

Fokusirajte se na medijsku i informacionu pismenost

Podignite svest među građanima o značaju medijskog aktivizma i osnažite ih kroz edukaciju o kritičkom razumevanju medijskih poruka, prepoznavanju dezinformacija i učešću u medijskim reformama.

Medijska pismenost predstavlja osnovu za mobilizaciju javnosti i podršku komunikacionim reformama.

Koristite tehnologiju i inovacije

Tehnološke platforme pružaju mogućnosti za širenje poruka, organizovanje događaja i uključivanje građana. Alternativni mediji, poput medija zajednice ili neprofitnih onlajn platformi, mogu biti ključni za distribuciju sadržaja od javnog interesa.

Pratite tehnološke promene i prilagođavajte se kako biste ostali relevantni i konkurentni u digitalnom prostoru.

Učite iz istorijskih primera

Analizirajte uspehe i neuspehe prethodnih medijskih pokreta kako biste prepoznali efikasne pristupe i izbegli uobičajene prepreke. Na primer, kampanje za pluralizam u Brazilu i javna mobilizacija u Koreji, prikazane u tabeli, pružaju vredne pouke o značaju kolektivnog delovanja i lokalnih inicijativa

DODATNI RESURSI

SRBIJA	Zakon o javnom informisanju i medijima, Zakon o elektronskim medijima, Zakon o javnom emitovanju, Zakon o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja
BOSNA I HERCEGOVINA	Zakon o komunikacijama, Zakon o sistemu javnog emitovanja u Bosni i Hercegovini, Zakon o slobodi pristupa informacijama na institucionalnom nivou Bosne i Hercegovine
CRNA GORA	Zakon o medijima, Zakon o elektronskim medijima, Zakon o javnim servisima emitovanja, Zakon o pristupu informacijama
ALBANIJA	Zakon o štampi, Zakon o audio-vizuelnim medijima, Zakon o pristupu informacijama
KOSOVO	Zakon o javnom emitovanju, Zakon o pristupu javnim dokumentima
SEVERNA MAKEDONIJA	Zakon o audio i audiovizuelnim medijskim uslugama, Zakon o medijima, Zakon o pristupu informacijama Zakon o audiovizuelnim medijima, Zakon o radiju i televiziji Turske, Zakon o osnivanju i emitovanju usluga radijsko-televizijskih preduzeća, Zakon o prihodima od radija i televizije u Turskoj, Zakon o regulisanju emitovanja na internetu i borbi protiv krivičnih djela počinjenih putem internet emitovanja, Zakon o pravu na dobijanje informacija od javnog značaja

ZAHVALNICE

Ovaj priručnik su pripremile Dubravka Valić Nedeljković i Tijana Femić Bumbić, na osnovu istraživanja Hodžić, S. (2024), *Mobilisation for public interest change in the media and communication sector – Mapping good practices of media activism*.

Istraživanje i ovaj priručnik razvijeni su u okviru regionalnog projekta „Our Media: Akcija civilnog društva za razvoj medijske pismenosti i aktivizma, suzbijanje polarizacije i promociju dijaloga“, koji sprovode partnerske organizacije SEENPM, Albanski medijski institut, Savet za štampu Kosova, Makedonski institut za medije, Novosadska škola novinarstva, Institut za mir i BIANET, uz finansijsku podršku Evropske unije.

Cilj ovog priručnika je da, u sažetom i pristupačnom formatu, predstavi ključne nalaze istraživanja, zajedno sa modelima i primerima dobrih praksi u oblasti medijskog aktivizma. Priručnik takođe uključuje relevantne podatke i uvide iz Indeksa medijske pismenosti (Open Society Institute Sofia, 2023) i izveštaja organizacije Human Rights Watch (2015).

Ova publikacija je nastala uz finansijsku podršku Evropske unije. Za njen sadržaj isključivo



**Funded by
the European Union**

Ova publikacija je nastala uz finansijsku podršku Evropske Unije. Njen sadržaj je isključiva odgovornost Novosadske novinarske škole i SEENPM-a i ne predstavlja nužno stavove EU.