



Bosna i Hercegovina  
**Regulatorna agencija za komunikacije**  
Босна и Херцеговина  
**Регулаторна агенција за комуникације**  
Bosnia and Herzegovina  
**Communications Regulatory Agency**



# IZVJEŠTAJ O AKTIVNOSTIMA

pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i  
medijskih usluga radija u oblasti medijske  
pismenosti i emitiranim sadržajima na različite  
teme iz oblasti medijske pismenosti

**april 2023. - mart 2024. godine**

Avgust 2024.



[info@rak.ba](mailto:info@rak.ba)



+387 33 250 600  
+387 51 222 410  
+387 36 333 670



[www.rak.ba](http://www.rak.ba)

# Sadržaj

Uvod	3
1. Metodologija	4
2. Učešće u inicijativama, projektima i aktivnostima s ciljem unapređenja medijske pismenosti	5
3. Učešće u kampanji „Dani medijske i informacijske pismenosti“	8
4. Organizirane posjete ciljnih grupa medijima	9
5. Emitiranje medijskih sadržaja i najzastupljenije teme iz oblasti medijske pismenosti	10
6. Redovni programski sadržaji na teme iz oblasti medijske pismenosti u trenutnim programskim šemama	12
7. Programski sadržaji na teme medijske pismenosti i emitirani od strane pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija	13
8. Vrsta i struktura programa pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga u kojima su zastupljeni sadržaji iz oblasti medijske pismenosti	15
9. Stav medija o pažnji koja se u programima posvećuje temama iz oblasti medijske i informacijske pismenosti	18
10. Aktivnosti javnih servisa pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u promociji medijske i informacijske pismenosti	19
Zaključak	20

# UVOD

Istraživanje o aktivnostima pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine za cilj je imalo steći kvalitativan i kvantitativan uvid u konkretne aktivnosti koje pružaoci audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija provode s ciljem promoviranja medijske pismenosti, kao i medijske sadržaje koji se emitiraju u njihovim programskim šemama na teme iz oblasti medijske pismenosti.

Aktivnosti koje poduzima medijska industrija smatraju se jednim od ključnih faktora unapređenja medijske pismenosti građana. U ovom kontekstu, od posebnog značaja je Direktiva Evropske unije 2018/1808, Evropskog parlamenta i Vijeća – Direktiva o audiovizuelnim medijskim uslugama (Direktiva). Odredbom iz stava (59) preambule Direktive propisane su i pojašnjene obaveze pružalaca medijskih usluga. Predmetna odredba jasno definira potrebu da i pružaoci medijskih usluga i pružaoci platformi za razmjenu videozapisa promoviraju razvoj medijske pismenosti u svim dijelovima društva, za građane svake dobi i za sve medije, u saradnji sa svim relevantnim akterima i uz pomno praćenje napretka s tim u vezi.

„Medijska pismenost” se pritom, u skladu s Direktivom, odnosi na vještine, znanje i razumijevanje koji omogućavaju građanima da se efikasno i sigurno koriste medijima. Kako bi se građanima omogućilo pristupanje informacijama, te da odgovorno i sigurno upotrebljavaju, kritički procjenjuju i stvaraju medijski sadržaj, oni bi trebali imati napredne vještine medijske pismenosti. Medijska pismenost ne bi se trebala ograničiti samo na učenje o alatima i tehnologijama, nego bi trebala biti usmjerena na to da građani steknu vještine kritičkog razmišljanja potrebne za prosuđivanje, analizu složenih stanja i prepoznavanje razlike između mišljenja i činjenica.

Regulatorna agencija za komunikacije Bosne i Hercegovine (Agencija), u skladu s praksom drugih evropskih regulatora, od 2009. godine poduzima različite aktivnosti usmjerene na podizanje svijesti o značaju medijske i informacijske pismenosti, unapređenju medijske pismenosti građana i umrežavanju i koordinaciji raznolikih aktera u području medijske i informacijske pismenosti u zemlji. Posebnu pažnju Agencija je posvetila i istraživanjima o medijskim navikama djece i odraslih. Ova analiza ima za cilj dati kvalitativni i kvantitativni uvid u aktivnosti pružalaca medijskih usluga u oblasti medijske i informacijske pismenosti, a što treba poslužiti kao osnova za poduzimanje daljnjih konkretnih i specifičnih aktivnosti Agencije u oblasti medijske pismenosti, te eventualno potrebni daljnji razvoj i nadogradnju regulatornog okvira.

## Izveštaj o aktivnostima

pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine

# 1. Metodologija

---

Istraživanje o aktivnostima pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine provedeno je metodom anketiranja, na osnovu sačinjenog upitnika u kojem su preovladavala pitanja zatvorenog i kombiniranog tipa. Metoda anketiranja je postupak kojim se na osnovu anketnog upitnika istražuju i prikupljaju podaci, informacije, stavovi i mišljenja o predmetu istraživanja.

Pitanja su dostavljena svim pružaocima audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija, korisnicima dozvola Agencije. Od obaveze dostavljanja odgovora na upitnik izuzeti su tematski kanali, koji su ujedno izviješteni o njihovom izuzimanju.

Istraživanje je obuhvatilo ukupno 254 korisnika dozvola Agencije, pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija. Od ukupno 254 korisnika dozvola, 101 je pružalac audiovizuelnih medijskih usluga, a 153 su pružaoci medijskih usluga radija. Odgovore na upitnik dostavilo je 59 od ukupno 101 korisnika dozvole pružaoca audiovizuelnih medijskih usluga, te 106 od ukupno 153 korisnika dozvole pružaoca medijskih usluga radija. Svi zaprimljeni odgovori su obrađeni i analizirani u svrhu sačinjavanja ovog izvještaja.

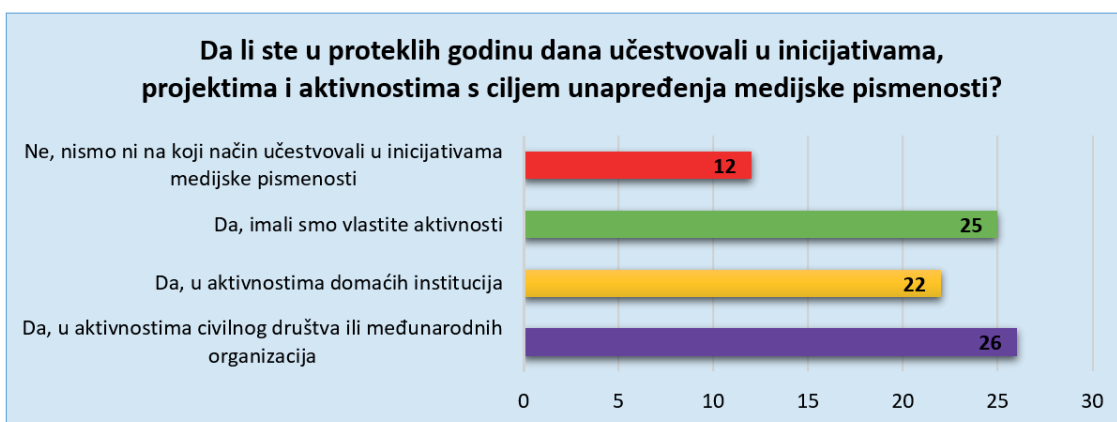
S obzirom na to da je od ukupnog broja korisnika dozvola odgovore na upitnik dostavilo njih 165, uzorak obrađen u ovoj analizi predstavlja relevantan uzorak za izvođenje validnih i reprezentativnih zaključaka.

Nalazi istraživanja prikazani su u nastavku teksta, prema redoslijedu pitanja iz anketnog upitnika, uz uporedni narativni i grafički prikaz rezultata za pružaoce audiovizuelnih medijskih usluga i pružaoce medijskih usluga radija.

## 2. Učešće u inicijativama, projektima i aktivnostima s ciljem unapređenja medijske pismenosti

Više od četiri petine ispitanika, korisnika dozvole za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga, izjasnilo se da je u ciljnom periodu učestvovalo u inicijativama, projektima, aktivnostima s ciljem unapređenja medijske pismenosti. Od toga, u aktivnostima koje su provodile domaće institucije, kao i u aktivnostima međunarodnih institucija ili organizacija civilnog društva, učestvovalo je nešto više od trećine ispitanika. Ni na koji način u inicijativama medijske pismenosti u predmetnom periodu nije učestvovalo nešto manje od petine korisnika dozvole. Vlastite aktivnosti s ciljem promoviranja medijske pismenosti imalo je samo nešto više od trećine ispitanika, korisnika dozvole za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga.

Slika broj 1. Učešće korisnika dozvole za pružanje AVM usluga u aktivnostima unapređenja medijske pismenosti



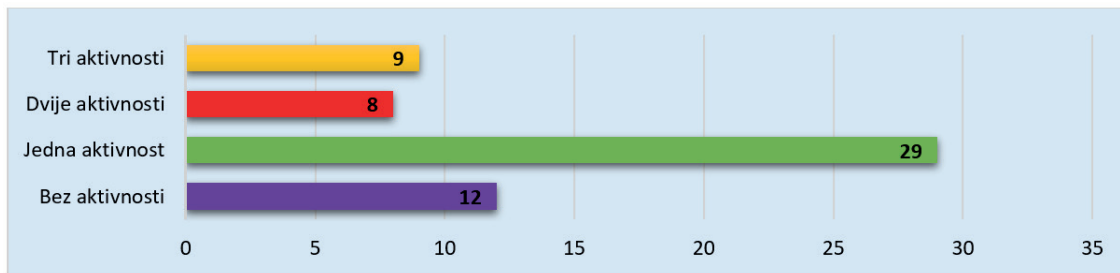
Petina korisnika dozvole za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga u protekloj godini nije poduzimala nikakve aktivnosti u oblasti unapređenja medijske pismenosti. Nešto više od sedmine korisnika dozvole učestvovalo je s dvije različite aktivnosti, dok je tri različite aktivnosti imalo manje od sedmine ispitanika.

Polovina korisnika dozvole za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga učestvovala je u aktivnostima unapređenja medijske pismenosti u ciljnom periodu samo s jednom od gore navedenih aktivnosti.

### Izveštaj o aktivnostima

pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine

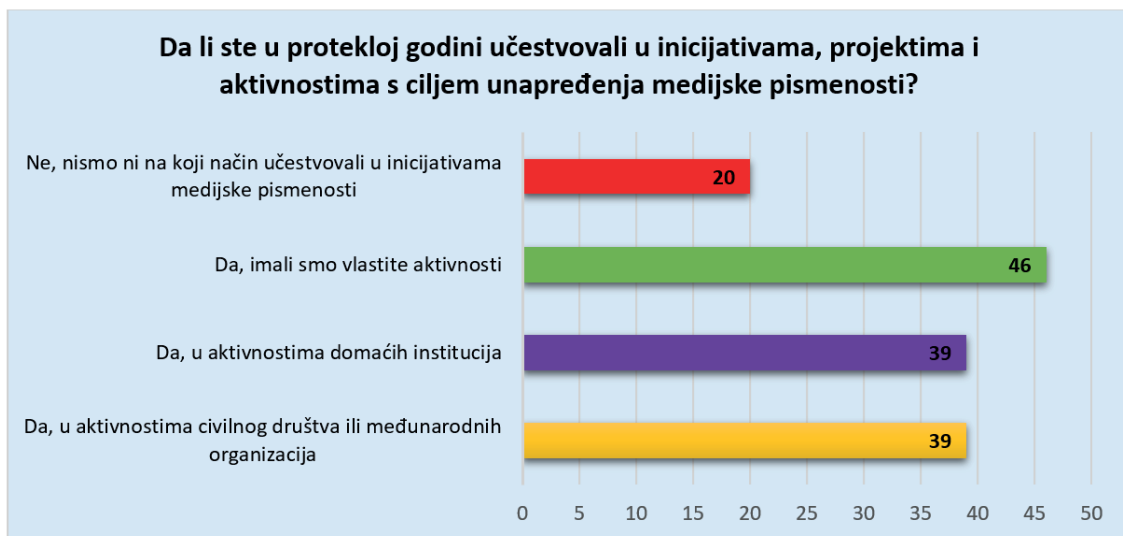
Slika broj 2. Broj različitih promotivnih aktivnosti po korisniku dozvole za pružanje AVM usluga



Oko četiri petine pružalaca medijskih usluga radija izjasnilo se da je učestvovalo u inicijativama, projektima i aktivnostima s ciljem unapređenja medijske pismenosti. U aktivnostima domaćih institucija, kao i u aktivnostima međunarodnih institucija i organizacija civilnog društva, učestvovalo je više od trećine ispitanika. Ni na koji način u protekloj godini na unapređenju medijske pismenosti nije učestvovalo nešto manje od petine ispitanika.

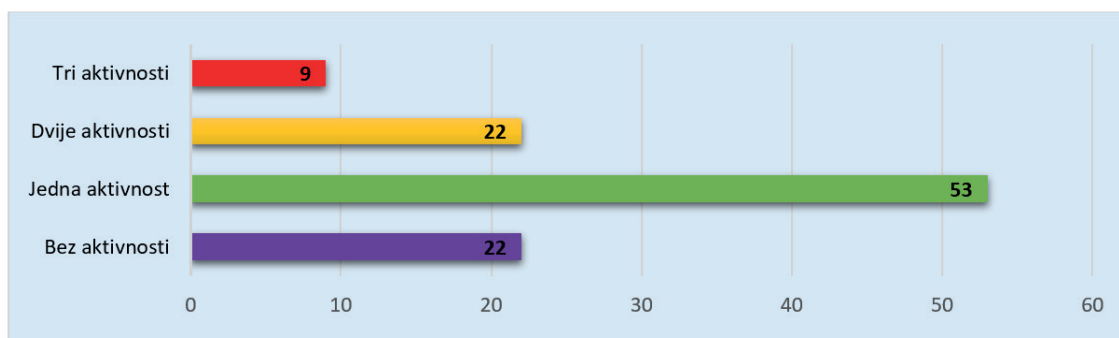
Vlastite aktivnosti promocije medijske pismenosti poduzimalo je samo nešto više od trećine pružalaca medijskih usluga radija.

Slika broj 3. Učešće korisnika dozvole za pružanje medijskih usluga radija u aktivnostima unapređenja medijske pismenosti



Petina korisnika dozvole za pružanje medijskih usluga radija učestvovala je u aktivnostima unapređenja medijske pismenosti u protekloj godini u dvije različite aktivnosti. Manje od desetine ispitanika imalo je tri različite aktivnosti, dok je polovina korisnika dozvole za pružanje medijskih usluga radija u protekloj godini učestvovala samo s jednom aktivnosti unapređenja medijske pismenosti.

Slika broj 4. Broj različitih promotivnih aktivnosti po korisniku dozvole za pružanje medijskih usluga radija



Na osnovu prethodno prikazanih podataka, vidljivo je kako je veliki broj korisnika dozvola za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija, njih oko četiri petine, u protekloj godini učestvovao u različitim aktivnostima u oblasti unapređenja medijske pismenosti. S dvije različite promotivne aktivnosti u ciljnom periodu učestvovalo je manje od petine pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija, te znatno manje njih, oko desetine, je učestvovalo s tri različite aktivnosti. Međutim, relativno mali broj, samo nešto više od trećine korisnika dozvola za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija, provodio je vlastite aktivnosti usmjerene na promociju medijske pismenosti. Približno četvrtina ispitanika nije ni na koji način učestvovala u promotivnim aktivnostima.

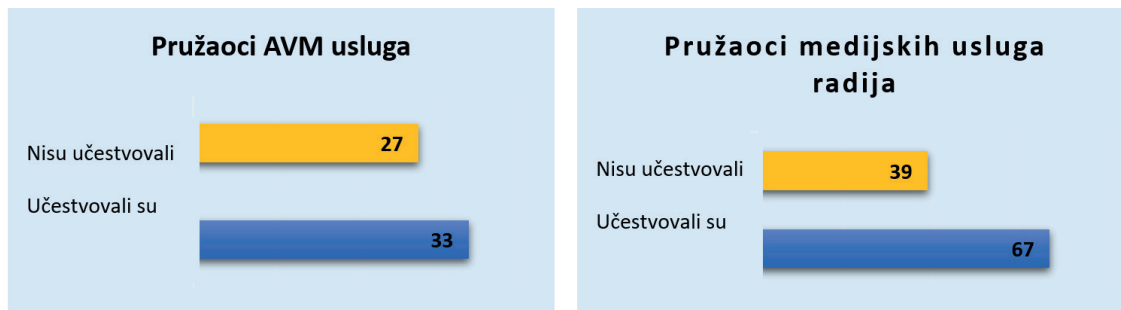
#### Izveštaj o aktivnostima

pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine

### 3. Učešće u kampanji „Dani medijske i informacijske pismenosti“

Nešto više od polovine korisnika dozvole za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga, te malo manje od dvije trećine pružalaca medijskih usluga radija učestvovalo je u kampanji „Dani medijske i informacijske pismenosti“, koja je u organizaciji Regulatorne agencije za komunikacije i u saradnji s Mrežom za medijsku i informacijsku pismenost održana u periodu od 19. do 29. oktobra 2023. godine. Kampanja je za cilj imala istaknuti društveni značaj medijske i informacijske pismenosti, potaknuti društvenu raspravu o značaju medijskog i informacijskog opismenjavanja, te promovirati projekte i resurse različitih aktera u području medijske i informacijske pismenosti namijenjene kreatorima politika, nastavnicima, djeci, roditeljima i svim zainteresiranim građanima.

*Slika broj 5. Prikaz učešća korisnika dozvole u kampanji „Dani medijske i informacijske pismenosti“ u oktobru 2023. godine*



S obzirom na značaj i odgovornost koju imaju u promociji i unapređenju medijske pismenosti, Agencija je pozvala medije da aktivno učestvuju u kampanji, bilo produkcijom i emitiranjem različitih medijskih sadržaja s temama iz područja medijske i informacijske pismenosti, bilo emitiranjem audiovizuelnih materijala o edukaciji mladih za sigurno korištenje digitalnih tehnologija, nastalih u okviru projekta Agencije „Zaštita djece na internetu u sistemima korisnika dozvola RAK-a“, kao i drugih materijala koji su dostavile članice Mreže za medijsku i informacijsku pismenost, UNESCO i „Mediacentar“ Sarajevo.

Ukupno gledano, malo više od polovine pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija aktivno je učestvovalo u kampanji. Glavninu medijskih sadržaja emitiranih tokom kampanje činili su edukativni audiovizuelni materijali o tome kako mladi mogu sigurno koristiti digitalne tehnologije, kreirani u okviru projekta Agencije „Zaštita djece na internetu u sistemima korisnika dozvola RAK-a“.

Sve navedeno upućuje na potrebu da se pružaoci audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija značajnije angažiraju i daju veći doprinos provođenju nacionalne kampanje „Dani medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini“, te povećaju udio i raznolikost medijskih sadržaja iz oblasti medijske i informacijske pismenosti.

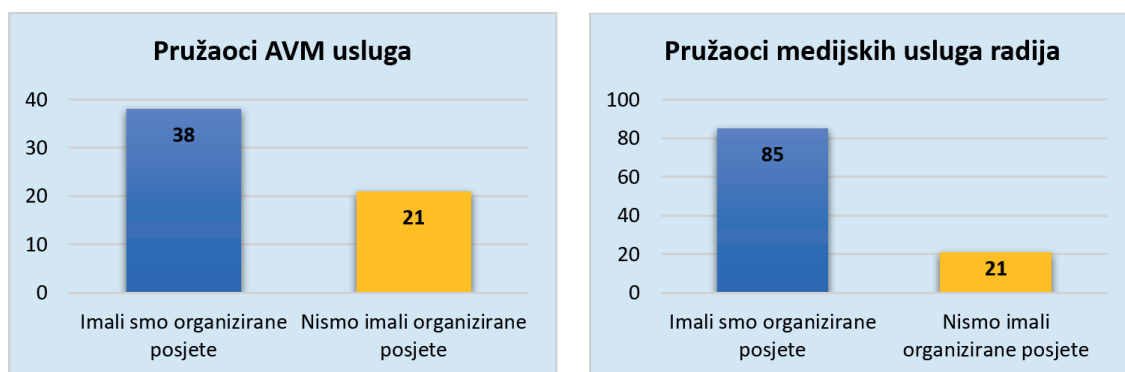


## 4. Organizirane posjete ciljnih grupa medijima

Gotovo dvije trećine pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga, te četiri petine pružalaca medijskih usluga radija su u ciljnem periodu provodili aktivnosti organiziranih posjeta različitim ciljnih grupa njihovom mediju.

Objektivnost određenog medija se, između ostalog, može povezati i s transparentnošću njegovog rada, odnosno njegovom dostupnošću zainteresiranoj javnosti. S druge strane, važan segment medijskog opismenjavanja građana je i svijest o načinu rada medija i načinu produkcije medijskih sadržaja. Mogućnost direktnog uvida u način djelovanja redakcije, način na koji mediji dolaze do informacija, kako istražuju informacije, kako provjeravaju vjerodostojnost i pouzdanost izvora, sprečavaju pogreške i umanjuju mogućnost širenja lažnih vijesti, čini važan segment u stvaranju cjelokupne slike i u razvijanju vještina kritičkog razmišljanja, prosuđivanja i razlikovanja činjenica od stavova.

*Slika broj 6. Aktivnosti korisnika dozvole na unapređenju medijske pismenosti organiziranjem posjeta publike – različitih ciljnih grupa mediju*



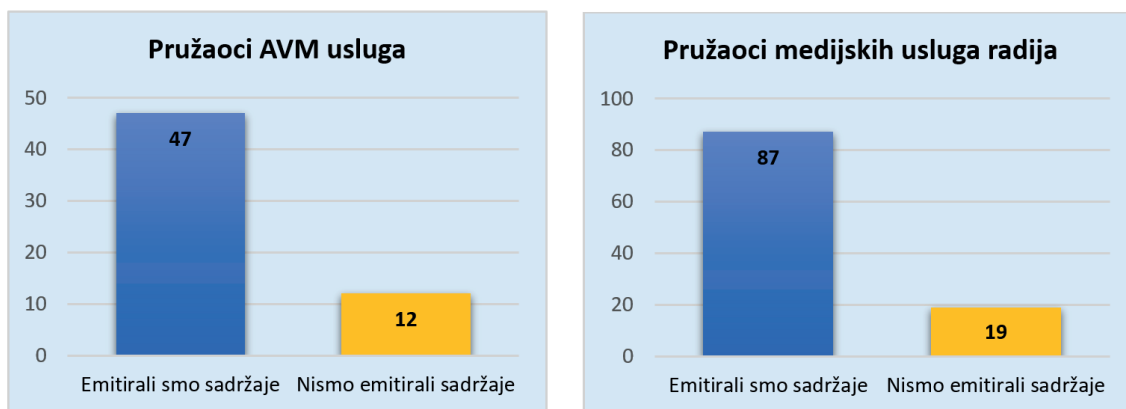
### Izveštaj o aktivnostima

pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine

## 5. Emitiranje medijskih sadržaja i najzastupljenije teme iz oblasti medijske pismenosti

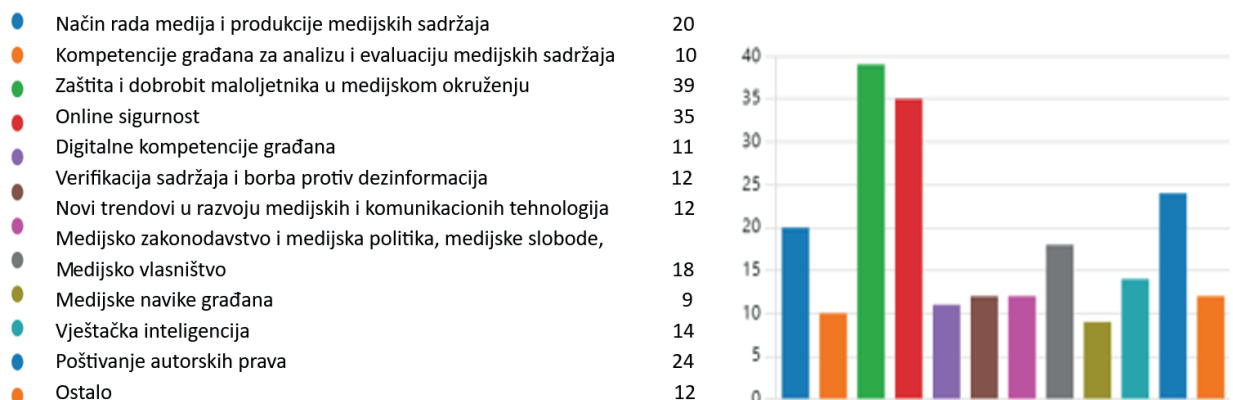
U analiziranom periodu, programske sadržaje s temama iz područja medijske i informacijske pismenosti, kao što su emisije, prilozi, serijali, dokumentarni program, oglasi i slično emitiralo je oko četiri petine pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija.

Slika broj 7. Emitiranje medijskih sadržaja na teme iz oblasti medijske i informacijske pismenosti



Među najzastupljenijim emitiranim temama iz područja medijske i informacijske pismenosti, kod pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga, prednjači zaštita i dobrobit maloljetnika u medijskom okruženju, koju je obradilo 39, odnosno oko dvije trećine ispitanika. Temu *online* sigurnost obradilo je 35, odnosno više od polovine ispitanika, dok je temu poštivanje autorskih prava obradilo 24, ili oko dvije petine ispitanika. Način rada medija i produkcije medijskih sadržaja tema je koju je u svojim programskim sadržajima imalo 19 ispitanika, slično kao i temu medijsko zakonodavstvo i medijske politike, medijske slobode, medijsko vlasništvo, koju je obradilo 18, odnosno trećina ispitanika.

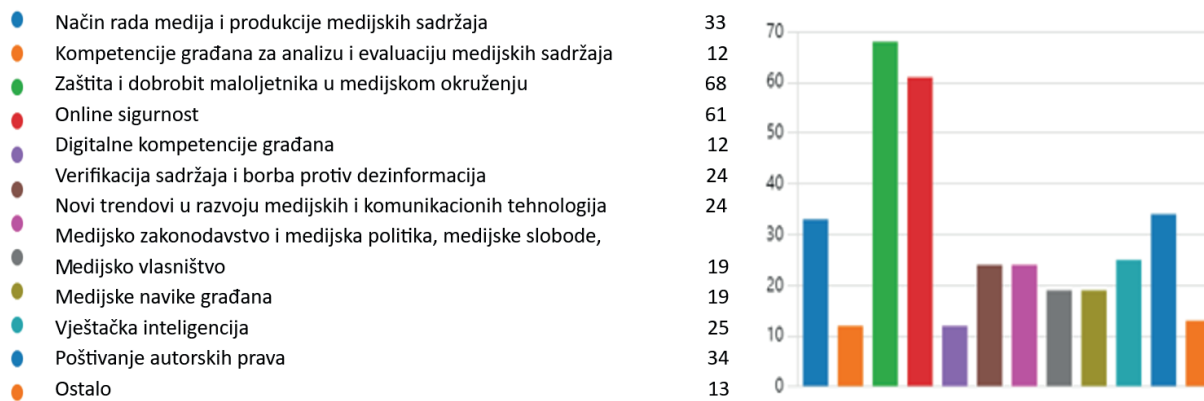
Slika broj 8. Najzastupljeniji medijski sadržaji u programima pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga



Manje zastupljene teme kod pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga bile su vještačka inteligencija, koju je obradilo 14 ispitanika, odnosno nešto više od petine, dok je teme verifikacija sadržaja i borba protiv dezinformacija, te novi trendovi u razvoju medijskih i komunikacijskih tehnologija, emitiralo 12 ispitanika, odnosno njih petina. Digitalne kompetencije građana i ostale nekategorizirane teme emitiralo je 11, odnosno nešto manje od petine ispitanika. Slično, temu kompetencije građana za analizu i evaluaciju medijskih sadržaja obradilo je 10 ispitanika. Najmanje zastupljenu temu medijske navike građana emitiralo je devet ispitanika, odnosno nešto manje od sedmine.

Kod pružalaca medijskih usluga radija, najzastupljenija emitirana tema iz oblasti medijske i informacijske pismenosti bila je zaštita i dobrobit maloljetnika u medijskom okruženju, koju temu je obradilo 66, odnosno dvije trećine ispitanika. Temu *online* sigurnost obradilo je 59, odnosno malo manje od dvije trećine ispitanika, poštivanje autorskih prava 34, ili trećina ispitanika, a nešto manje od trećine je obradilo temu način rada medija i produkcija medijskih sadržaja.

Slika broj 9. Najzastupljeniji medijski sadržaji u programima pružalaca medijskih usluga radija



Manje zastupljene teme kod pružalaca medijskih usluga radija, emitirane u cilnom periodu, bile su: verifikacija sadržaja i borba protiv dezinformacija, koju je obradilo 24, ili nešto više od petine ispitanika, zatim teme vještačka inteligencija i novi trendovi u razvoju medijskih i komunikacijskih tehnologija koje su obradila 23, ili nešto manje od petine ispitanika. Medijske navike građana tema je koju je obradilo 19 ispitanika, dok je temu medijsko zakonodavstvo i medijska politika, medijske slobode, medijsko vlasništvo, obradilo 18, ili manje od petine ispitanika. Kompetencije građana za analizu i evaluaciju medijskih sadržaja i ostale nekategorizirane teme su na pretposljednem mjestu i ovim temama bavila se jedna petina ispitanika, dok je temu digitalne kompetencije građana obradilo 11, ili nešto više od desetine ispitanika.

Iz obrađenih podataka vidljivo je da teme zaštita i dobrobit maloljetnika u medijskom okruženju i *online* sigurnost značajno prednjače spram ostalih tema koje su se našle u programskim šemama pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u cilnom periodu.

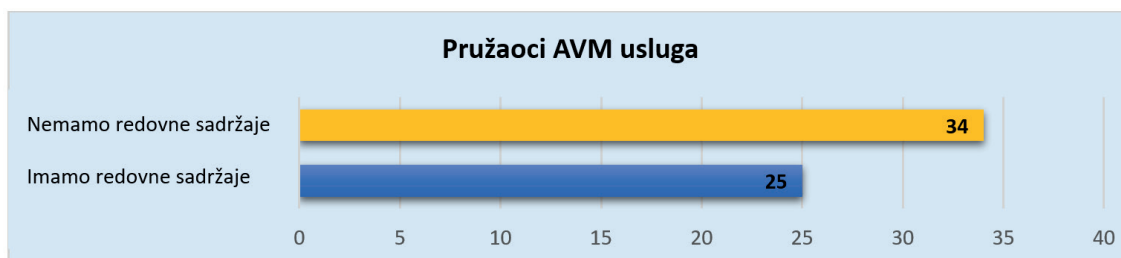
Uzevši u obzir navedene rezultate, nameće se zaključak da je nužno pratiti aktuelne trendove i izazove, raditi na povećanju tematske raznolikosti sadržaja iz domena medijske i informacione pismenosti, distribuirati ih putem svih aktuelnih i dostupnih tehnoloških rješenja, s ciljem razvijanja naprednih vještina medijske i informacione pismenosti svih građana.

## 6. Redovni programski sadržaji na teme iz oblasti medijske pismenosti u trenutnim programskim šemama

Redovne programske sadržaje u formi emisija, priloga, serijala, dokumentarnog programa, oglasa ili sličnog programskog sadržaja, koji se odnosi na teme iz oblasti medijske i informacijske pismenosti, u analiziranom periodu u svojim trenutnim programskim šemama imalo je 25 pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga, odnosno nešto više od trećine.

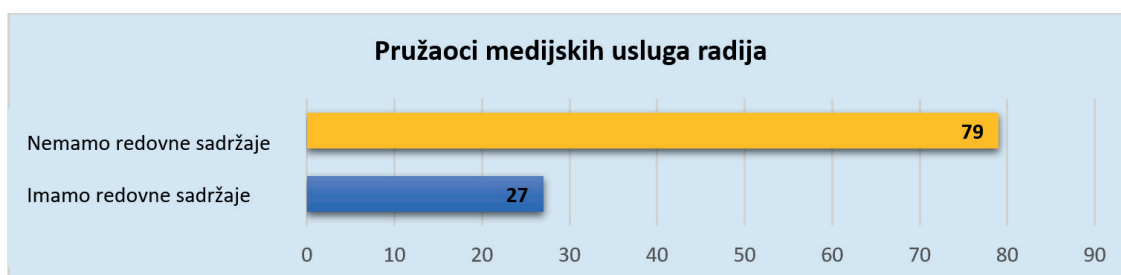
S druge strane, 34 ispitanika, odnosno malo manje od dvije trećine, nije imalo u trenutnim programskim šemama redovne programske sadržaje na teme iz oblasti medijske pismenosti.

*Slika broj 10. Prikaz zastupljenosti redovnih programskih sadržaja na teme iz oblasti medijske pismenosti u trenutnim programskim šemama pružalaca AVM usluga*



Prema obrađenim podacima zaprimljenim od pružalaca medijskih usluga radija u protekloj godini, redovne programske sadržaje s temama iz oblasti medijske i informacijske pismenosti u vidu emisija, priloga, serijala, dokumentarnog programa, oglasa ili sličnog programskog sadržaja u svojim trenutnim programskim šemama imalo je 27, odnosno samo četvrtina ispitanika. Drugim riječima, čak tri četvrtine ispitanika, odnosno njih 79, navelo je kako nije u ciljnem periodu imalo u trenutnim programskim šemama redovne programske sadržaje na teme iz oblasti medijske pismenosti.

*Slika broj 11. Prikaz zastupljenosti redovnih programskih sadržaja na teme iz oblasti medijske pismenosti u trenutnim programskim šemama pružalaca medijskih usluga radija*



Iz prikazanih podataka jasno je vidljivo da kod pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija nedostaje kontinuitet produciranja i emitiranja programskih sadržaja s temama iz oblasti medijske i informacijske pismenosti. Usljed toga, potrebno je uložiti dodatne napore i angažman kako bi se predmetne teme, u skladu s aktuelnim trendovima, kontinuirano producirale i emitirale u programskim šemama pružalaca usluga.

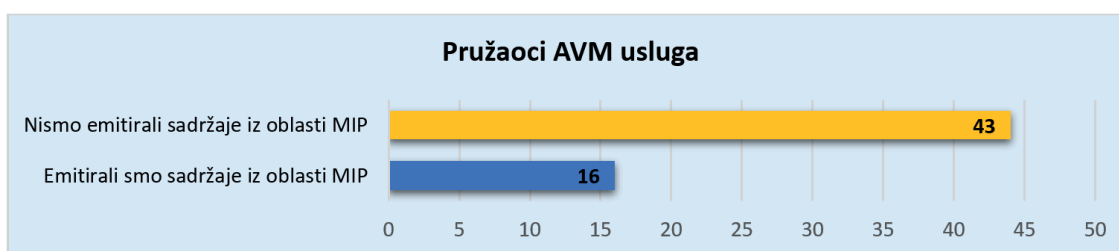
## 7. Programski sadržaji na teme iz oblasti medijske pismenosti emitirani od strane pružalaca AVM i medijskih usluga radija u periodu određenom metodom slučajnog uzorka

Agencija je pri kreiranju upitnika o aktivnostima pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti, pored ciljnog perioda prikupljanja podataka, metodom slučajnog uzorka definirala i period od 01. do 07. 04. 2024. godine, kao referentni period za prikupljanje podataka o emitiranim sadržajima iz oblasti medijske pismenosti.

U predmetnom periodu, pored identifikacije postojanja emitiranih sadržaja na predmetne teme u programima pružalaca audiovizuelnih i medijskih usluga radija, cilj je bio utvrditi i vrstu, te strukturu programa u kojima su predmetni sadržaji emitirani, kao i njihove vremenske reference.

Shodno podacima prikupljenim od ispitanika, u referentnom periodu gotovo tri četvrtine ispitanika, pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga, nije imalo emitiranih sadržaja s temama iz oblasti medijske i informacijske pismenosti, dok je njih nešto više od četvrtine emitiralo predmetne sadržaje.

*Slika broj 12. Emitirani sadržaji s temama iz oblasti MIP-a kod pružalaca AVM usluga u periodu definiranom metodom slučajnog uzorka*

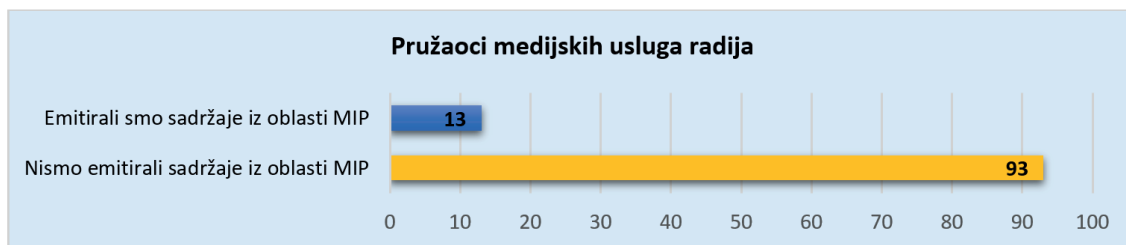


U istom vremenskom periodu, kod pružalaca medijskih usluga radija, još je nepovoljniji odnos na štetu emitiranih sadržaja iz područja medijske i informacijske pismenosti, s obzirom na to da je, prema dostavljenim podacima, samo nešto više od desetine pružalaca medijskih usluga radija emitiralo predmetne sadržaje, što znači da gotovo devet desetina u okviru svog programa nije emitiralo sadržaje koji tematski spadaju u područje medijske i informacijske pismenosti.

### Izveštaj o aktivnostima

pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine

Slika broj 13. Emitirani sadržaji s temama iz oblasti MIP-a kod pružalaca medijskih usluga radija periodu definiranom metodom slučajnog uzorka



Navedeni podaci ukazuju da je veoma mali broj pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija koji su u svojim programima, u predmetnom periodu, emitirali sadržaje tematski vezane za oblast medijske pismenosti. Ovakav omjer sadržaja približan je podacima koji se odnose na redovne programske sadržaje u trenutnim programskim šemama pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija i dodatno potvrđuje nedostatak kontinuiteta u emitiranju predmetnih programskih sadržaja. Dakle, iz prethodno prikazanih podataka može se izvesti zaključak da kod pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija ne postoji kontinuitet emitiranja sadržaja kojima se promovira medijska i informacijska pismenost.

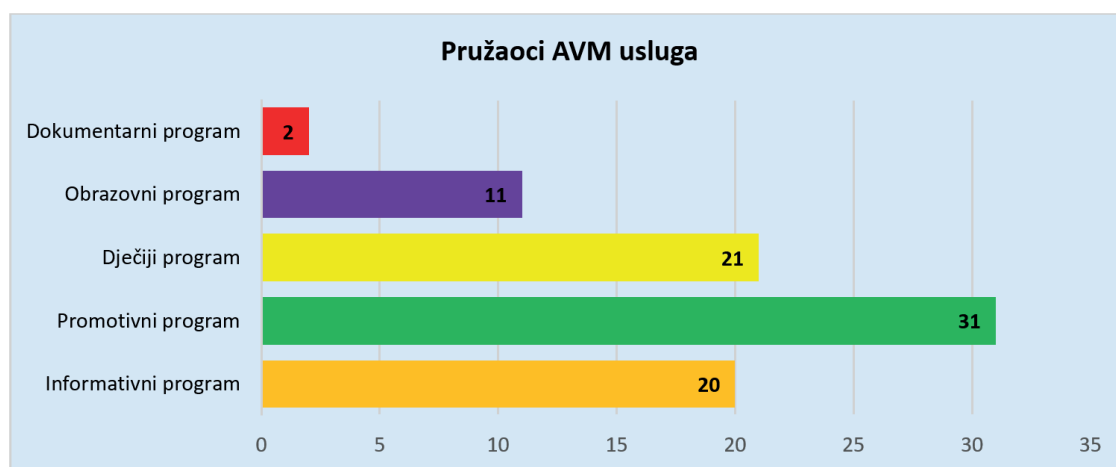
## 8. Vrsta i struktura programa pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga u kojima su zastupljeni sadržaji iz oblasti medijske pismenosti

Prilikom kreiranja upitnika, radi što cjelovitijeg uvida u stanje emitiranih sadržaja, Agencija je odlučila prikupiti podatke o vrstama programa u kojima pružaoci audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija emitiraju teme iz oblasti medijske i informacijske pismenosti. Ovi podaci će koristiti za mapiranje ciljnih grupa na koje su usmjereni emitirani sadržaji.

Također, Agencija je odlučila prikupiti podatke o strukturi emitiranih sadržaja u programima pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u predmetnom periodu, koji će služiti za mapiranje vlastitih produkcijskih aktivnosti medija u svrhu promocije medijske i informacijske pismenosti.

Iz prikupljenih podataka pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga vidljivo je da je najzastupljenija vrsta programa u kojem se emitiraju teme iz oblasti medijske i informacijske pismenosti promotivni program, s udjelom višim od trećine, zatim slijedi dječiji program, s udjelom od četvrtine i informativni program, s udjelom nešto višim od petine. Udio obrazovnog programa je nešto viši od desetine, dok je zanemariv udio dokumentarnog programa u kojem su zastupljene teme iz oblasti medijske pismenosti.

Slika broj 14. Prikaz broja programskih sadržaja po vrsti programa u periodu definiranom metodom slučajnog uzorka

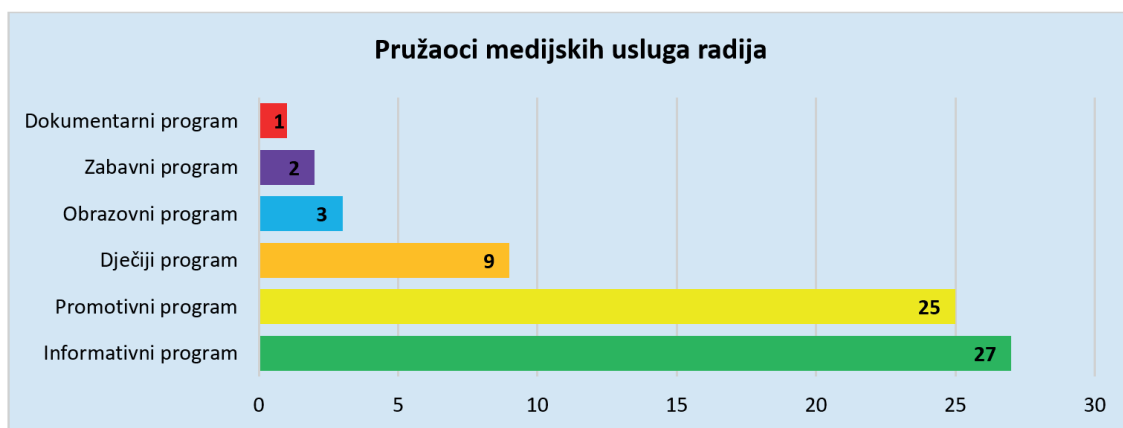


Iz podataka prikupljenih od pružalaca medijskih usluga radija, vidljivo je da je najzastupljenija vrsta programa u kojem se emitiraju teme iz oblasti medijske i informacijske pismenosti informativni program, s udjelom nešto višim od četvrtine, a potom promotivni program, s udjelom malo višim od petine. Nešto manji od desetine je udio dječijeg programa, dok je zastupljenost tema iz područja medijske i informacione pismenosti u okviru obrazovnog, zabavnog i dokumentarnog programa zanemariva.

### Izveštaj o aktivnostima

pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine

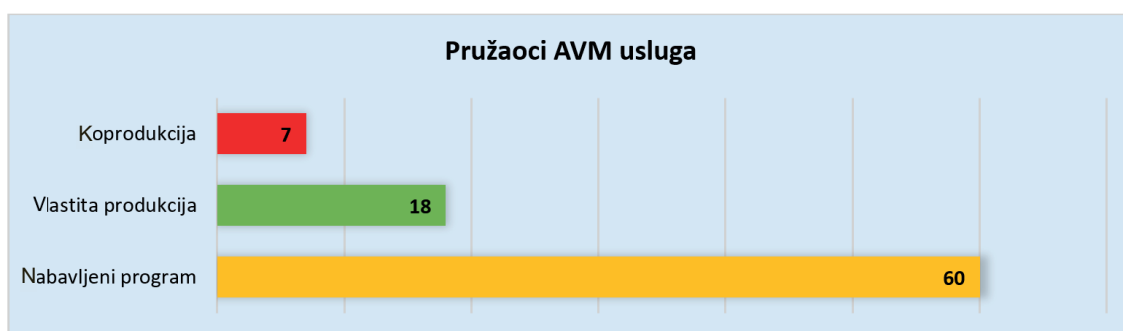
Slika broj 15. Prikaz broja programskih sadržaja po vrsti programa u periodu definiranom metodom slučajnog uzorka



Prethodno prikazani podaci o vrsti programa u kojima se emitiraju sadržaji iz oblasti medijske i informacijske pismenosti pokazuju da promocija medijske i informacijske pismenosti u programima pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija nije dovoljno usmjerena prema djeci i mladima kao ciljnim grupama, s obzirom na to da je predmetna tema veoma slabo zastupljena u okviru dječijeg i obrazovnog programa.

Što se tiče strukture programa u kojima su zastupljene teme iz oblasti medijske i informacijske pismenosti, prema dostavljenim podacima pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga, preteže nabavljeni program s udjelom nešto višim od dvije trećine, dok je program iz vlastite produkcije zastupljen s udjelom nešto višim od petine. Najmanje je zastupljen program kreiran u koprodukciji, s udjelom manjim od desetine.

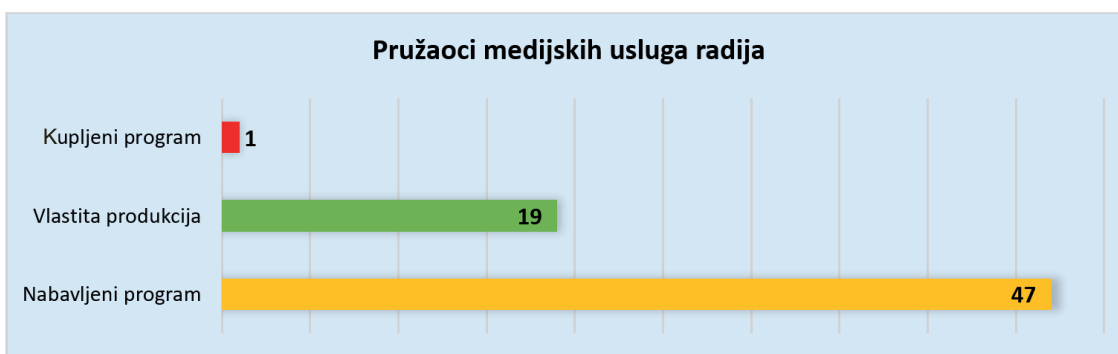
Slika broj 16. Prikaz strukture programa pružalaca AVM usluga u periodu definiranom metodom slučajnog uzorka





Prema dostavljenim podacima pružalaca medijskih usluga radija, u strukturi njihovog programa, koji se u predmetnom periodu bavio temama iz oblasti medijske i informacijske pismenosti, također preovladava nabavljeni program, s udjelom nešto višim od dvije trećine, dok je program iz vlastite produkcije zastupljen s udjelom nešto manjim od trećine. Program iz koprodukcije i kupljeni program su neznatno zastupljeni.

Slika broj 17. Prikaz strukture programa pružalaca medijskih usluga radija u periodu definiranom metodom slučajnog uzorka



Na osnovu prethodno prikazanih podataka o strukturi programa pružalaca audiovizuelnih i medijskih usluga radija, u kojima se emitiraju teme iz područja medijske i informacijske pismenosti, vidljivo je kako nije dovoljno zastupljen program iz vlastite produkcije. Glavninu programa čini nabavljeni program, što između ostalog utiče na smanjenu tematsku raznolikost medijskih sadržaja i drugih resursa koji imaju za cilj razviti napredne vještine medijske pismenosti svih građana. Shodno obavezi države da promovira medijsku pismenost prema Direktivi i preporukama Vijeća Evrope, potrebno je, između ostalog, osigurati prikladne poticajne resurse za produkciju takvih sadržaja iz područja medijske i informacijske pismenosti.

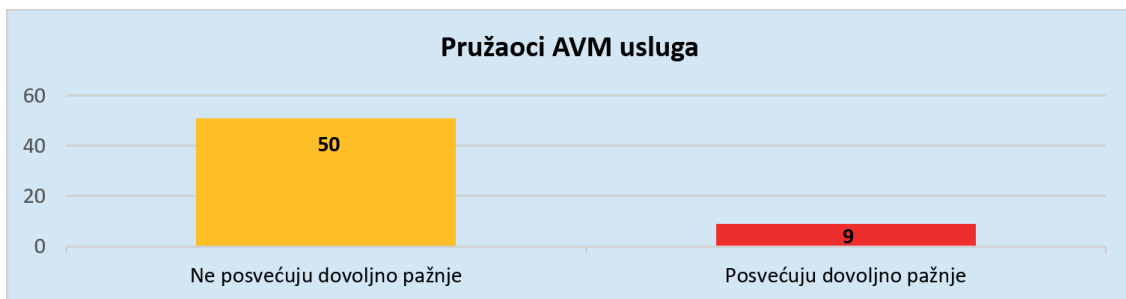
#### Izveštaj o aktivnostima

pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine

## 9. Stav medija o pažnji koja se u programima posvećuje temama iz oblasti medijske i informacijske pismenosti

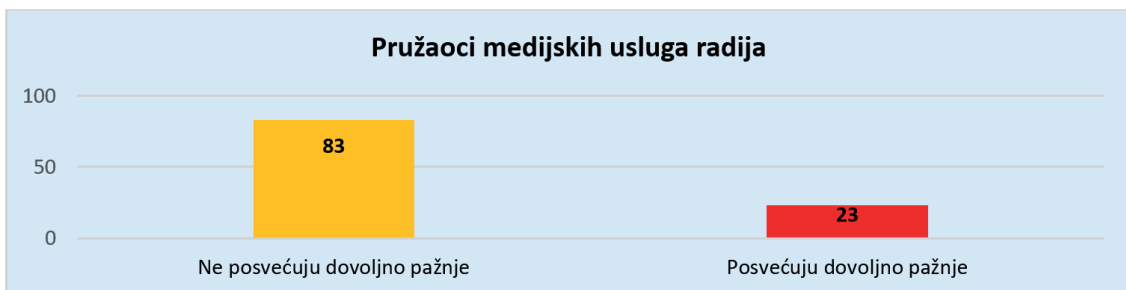
Samo devet od 59, ili nešto više od šestine pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga koji su dostavili odgovor na upitnik, stava su da mediji u Bosni i Hercegovini posvećuju dovoljno pažnje temi medijske pismenosti, dok njih 48 od 59, ili nešto manje od pet šestina, dijeli mišljenje da mediji u Bosni i Hercegovini ne posvećuju dovoljno pažnje temi medijske pismenosti.

*Slika broj 18. Prikaz stava pružalaca AVM usluga o pažnji koja se u programima posvećuje temama iz oblasti medijske i informacijske pismenosti*



Samo 23 od 106, odnosno oko petine pružalaca medijskih usluga radija, koji su dostavili odgovor na upitnik, smatraju da mediji u Bosni i Hercegovini posvećuju dovoljno pažnje temi medijske pismenosti, dok 83 od 106, odnosno oko četiri petine korisnika dozvole, smatra da mediji u Bosni i Hercegovini ne posvećuju dovoljno pažnje temi medijske pismenosti.

*Slika broj 19. Prikaz stava pružalaca medijskih usluga radija o pažnji koja se u programima posvećuje temama iz oblasti medijske i informacijske pismenosti*



Iz prethodno prikazanih podataka o stavu pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija je jasno kako su, i pored određenih aktivnosti koje provode na promociji medijske i informacijske pismenosti, svjesni da medijski prostor ne posvećuje dovoljno pažnje ovim temama.

## 10. Aktivnosti javnih servisa pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u promociji medijske i informacijske pismenosti

Svi javni servisi, pružaoci audiovizuelnih medijskih usluga, učestvovali su u proteklih godinu dana u inicijativama, projektima i aktivnostima, s ciljem unapređenja medijske pismenosti. Pri tome su dva od tri servisa imala vlastite aktivnosti, učestvovala u aktivnostima civilnog društva ili međunarodnih organizacija, učestvovala u aktivnostima domaćih institucija, kao i u kampanji „Dani medijske i informacijske pismenosti u BiH“ održanoj u oktobru 2023. godine. Svi javni servisi su u ciljnom periodu bili otvoreni za posjete publike i emitirali medijske sadržaje na teme iz oblasti medijske pismenosti. U trenutnoj programskoj šemi, dva od tri servisa imaju redovne programske sadržaje na teme iz oblasti medijske pismenosti, te su u naznačenom periodu emitirali sadržaje na teme iz oblasti medijske pismenosti. Najzastupljenije teme iz oblasti medijske i informacijske pismenosti u programima javnih servisa bile su: zaštita i dobrobit maloljetnika u medijskom okruženju, *online* sigurnost, način rada medija i produkcije medijskih sadržaja i medijsko zakonodavstvo i medijska politika, medijske slobode, medijsko vlasništvo.

Javni servisi, pružaoci audiovizuelnih medijskih usluga, smatraju da mediji u Bosni i Hercegovini ne posvećuju dovoljno pažnje temi medijske pismenosti.

Sva tri javna servisa, pružaoci medijskih usluga radija, učestvovala su u proteklih godinu dana u inicijativama, projektima i aktivnostima s ciljem unapređenja medijske pismenosti. Pri tome, dva od tri servisa imala su vlastite aktivnosti, učestvovala u aktivnostima civilnog društva ili međunarodnih organizacija, kao i u aktivnostima domaćih institucija. Dva od tri javna servisa učestvovala su u kampanji „Dani medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini“ održanoj u oktobru 2023. godine, te su u proteklih godinu dana bili otvoreni za organizirane posjete publike. Sva tri javna servisa emitirala su medijske sadržaje na teme iz oblasti medijske pismenosti, od čega u trenutnoj programskoj šemi samo jedan servis ima redovne programske sadržaje koji se bave ovim temama. Najzastupljenije teme iz oblasti medijske i informacijske pismenosti u programima javnih servisa pružalaca medijskih usluga radija bile su: zaštita i dobrobit maloljetnika u medijskom okruženju, *online* sigurnost, način rada medija i produkcije medijskih sadržaja, medijsko zakonodavstvo i medijska politika, medijske slobode, medijsko vlasništvo i vještačka inteligencija.

Javni servisi, pružaoci medijskih usluga radija, nisu u naznačenom periodu emitirali sadržaje na teme iz oblasti medijske pismenosti, a jedan javni servis smatra da mediji u Bosni i Hercegovini posvećuju dovoljno pažnje temi medijske pismenosti.

### Izveštaj o aktivnostima

pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine

## Zaključak

---

Shodno rezultatima istraživanja o aktivnostima pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti i emitiranim sadržajima na različite teme iz oblasti medijske pismenosti u proteklih godinu dana, tačnije u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine, koje je provela Agencija putem anketnog upitnika, može se zaključiti sljedeće:

- Većina korisnika dozvola za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija, oko četiri petine, u protekloj godini učestvovala je u različitim aktivnostima s ciljem unapređenja medijske pismenosti. Uglavnom se radilo o jednoj aktivnosti u toku godine. Međutim, samo nešto više od trećine korisnika dozvola za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija provodilo je vlastite aktivnosti usmjerene na unapređenje medijske pismenosti.
- U kampanji Agencije i Mreže za medijsku i informacijsku pismenost „Dani medijske i informacijske pismenosti u BiH“ u oktobru 2023. godine aktivno je učestvovalo malo više od polovine pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija. Glavninu medijskih sadržaja koji su emitirani tokom kampanje činili su audiovizuelni materijali o edukaciji mladih o sigurnom korištenju digitalnih tehnologija, kreirani u okviru projekta Agencije „Zaštita djece na internetu u sistemima korisnika dozvola RAK-a“.
- Gotovo dvije trećine pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga, te četiri petine pružalaca medijskih usluga radija u protekloj godini organizirali su posjete različitim ciljnih grupa njihovom mediju.
- Programske sadržaje s temama iz oblasti medijske i informacijske pismenosti, kao što su emisije, prilozi, serijali, dokumentarni program, oglasi i slično, u analiziranom periodu emitiralo je oko četiri petine pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija. Među temama dominirale su zaštita i dobrobit maloljetnika, te *online* sigurnost. U audiovizuelnim medijskim uslugama ovakvi programi emitiraju se uglavnom u promotivnom i dječijem programu, a u radijskim uslugama u informativnom i promotivnom programu. Najčešće se radi o kupljenom ili nabavljenom programu, dok vlastite produkcije ima veoma malo.
- Četiri petine pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija stava su da medijski prostor ne posvećuje dovoljno pažnje temama iz oblasti medijske i informacijske pismenosti.
- Iako su javni RTV-servisi imali određene aktivnosti u oblasti medijske i informacijske pismenosti, nužno je na odgovarajući način jasnije definirati njihove obaveze, u skladu s dobrom evropskom praksom, u pogledu posebne uloge javnih RTV-servisa u promociji medijske i informacijske pismenosti za sve građane.

U skladu s navedenim zaključcima i nalazima ovog istraživanja, Agencija će poduzeti odgovarajuće korake kako bi potaknula jači angažman pružalaca audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija u oblasti medijske pismenosti. Potrebno je da se pružaoci audiovizuelnih medijskih usluga i medijskih usluga radija značajnije angažiraju u provođenju vlastitih inicijativa unapređenja medijske pismenosti, daju veći doprinos u provođenju nacionalne kampanje „Dani medijske i informacijske pismenosti u Bosni i Hercegovini“, te povećaju udio, kontinuitet i raznolikost medijskih sadržaja iz područja medijske i informacijske pismenosti. S obzirom na ulogu javnih RTV-servisa, potrebno je na odgovarajući način definirati njihove zakonske obaveze promoviranja naprednih vještina medijske pismenosti za građane svih dobi.



[info@rak.ba](mailto:info@rak.ba)



+387 33 250 600  
+387 51 222 410  
+387 36 333 670



[www.rak.ba](http://www.rak.ba)