



Prema upravljanju medijima
utemeljenom na znanju

Mediadelcom metoda

Prema upravljanju medijima utemeljenom na znanju. MEDIADÉLCOM metoda

Urednica
Petra Szávai,
Mertek Media Monitor, Mađarska

MEDIAdelcom

Tartu–Budimpešta
2023

Naslov originala

*Towards a Knowledge-Based Media Governance
The Mediadecom Method*

Mediadecom
Tartu–Budapest
2023

Deliverable 5.1

Urednica Petra Szávai

Članice uredništva Epp Lauk, Tanya Sakzewski

Prijelom Urmas Loit

Autori fotografije na naslovnici Silver Köster, Visit Järva, snimljena u Estonian Broadcasting Museum. Dijelovi naslovnice [Pixabay](#), [Onlygfx](#), [Pngwing](#).

Autori slika: Britten Dortmans; Filip Naumienko; Sharik Ali, Melinda Fiorino, Simon Park, Ivana Divišová, Ron Porter, Gerd Altmann, Petra, PublicDomainPictures, geralt, from [Pixabay](#); Irvan Smith, AbsolutVision from [Unsplash](#); Freepik, DCStudio from [Freepik](#); from [PikPng.com](#), [PngEgg.com](#), [Pngtree](#).

Svaka zemlja koja sudjeluje u projektu Mediadecom objavila je ovu e-knjigu na svojem nacionalnom jeziku.



Ovaj projekt financiran je sredstvima programa Europske unije za istraživanje i inovacije Obzor 2020 ugovorom br. 101004811.

Sadržaj knjige je odgovornost Mediadecom projekta i ne odražava nužno stavove Europske unije.

Izdavač © Mediadecom, 2023

Mérték Médiaelemző Műhely [Mertek Media Monitor], Mađarska
Tartu Ülikool [Sveučilište Tartu], Estonija



Sadržaj

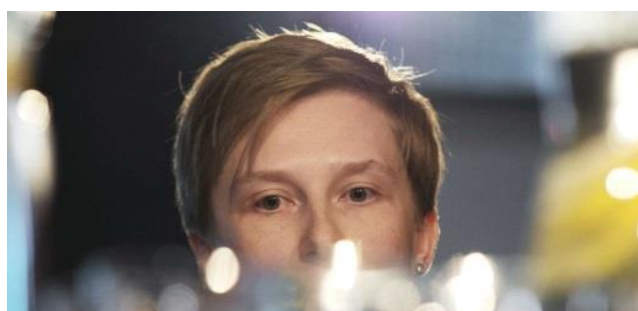
Dragi čitatelji	4
Snalaženje u medijskoj matrici	6
Monitoring medija	12
Sloboda izražavanja i sloboda informiranja	15
Odgovornost medija	19
Monitoring održivosti novinarstva – ključni čimbenici	21
Tko se može smatrati novinarom?	23
Tko prikuplja podatke o praksama upotrebe medija?	26
Kako je sve ovo povezano?	28
Uloga kvalitativne komparativne analize neizrazitih skupova	32
Treba nam i meta-analiza	35
Zadaci za nastavu	38
Što dalje?	40
Autori	42



Dragi čitatelji,

Dobro došli u e-knjigu „Prema upravljanju medijima utemeljenom na znanju. MEDIADELCOM metoda“. Cilj je ove knjige upoznati vas s temom praćenja medija, njenom važnosti te s njenim potencijalom da kreatorima javnih politika na nacionalnoj i europskoj razini omogući donošenje informiranih odluka o upravljanju medijima.

Ova se knjiga najviše bavi monitoringom i meta-analizom istraživanja informativnih medija koja nastoje otkriti što i koliko znamo te što ne znamo o utjecaju medijskih transformacija na deliberativnu komunikaciju. Svijest o rastućim opasnostima koje prijete slobodi izražavanja, pristupu informacijama i ostalim čimbenicima ključnim za demokraciji iznimno je važna u današnjim uvjetima ratova, pandemije i informacijskog onečišćenja.



[Hanna Azemsha, a Belarusian/Polish journalist at the public event in Warsaw, May 2023.](#)

Bjeloruska novinarka koja radi u Poljskoj za Belsat TV, Hanna Azemsha, ističe kako javnost mora uočiti rane znakove koji upozoravaju na opasan razvoj događaja ili gubitak slobode te ih shvatiti ozbiljno, baš kao što se to dogodilo u Bjelorusiji. Autoritarni režim nije uspostavljen preko noći; znakovi koji su na njega upozoravali postojali su i puno ranije, no nitko na njih nije obraćao pozornost. Upravo je zato važno unaprijediti deliberativnu komunikaciju u europskim društvima, a od ključne važnosti u tom smislu jest praćenje znanja o transformacijama informativnih medija

Ova publikacija usredotočuje se na metodologiju te je prvenstveno namijenjena studentima sveučilišnih studija novinarstva i medijskih studija. Međutim, prvi dio knjige mogao bi biti zanimljiv i široj publici jer pruža uvid u neka iznimno važna područja

istraživačkog projekta MEDIADELCOM koji se financira sredstvima iz programa EU-a Obzor 2020 (Horizon 2020). Glavni cilj projekta je proizvesti dijagnostički alat koji omogućuje donositeljima javnih politika, medijskim stručnjacima, novinarima itd. prepoznavanje rizika i mogućnosti koje medijska transformacija predstavlja za deliberativnu komunikaciju. Ova e-knjiga predstavlja prve rezultate projekta: meta-analitičku metodu za prikupljanje podataka i praćenje istraživanja u područjima informativnih medija čime se omogućuje sinteza znanja, procjena rizika i prilika za deliberativnu komunikaciju te identifikacija nedostataka u znanju. Kroz praćenje i meta-analizu vidi se kako je 14 zemalja uključenih u MEDIADELCOM projekt analiziralo svoj medijski razvoj. Razina i kvaliteta relevantnog znanja uvelike se razlikuje od zemlje do zemlje. Knjiga nudi čitatelju perspektive tih zemalja s aspekta njihovih zajedničkih iskustava.

U prvom dijelu knjige sažeta su teorijska razmatranja same metode, posebice u člancima Epp Lauk i Martina Ollera Alonsa, kao i Tobiasa Eberweina i Halliki Harro-Loit. Slijede članci koji se usredotočuju na različita područja medija. Tako nas autorice Evangelia Psychogiopoulou i Anna Kandyla vode kroz područje medijskog prava, Marcus Kreutler razmatra pitanje medijske odgovornosti, a Peter Berglez i Mart Ots bave se temom održivosti novinarstva. Autorica Lenka Waschková Čísařová u svom članku istražuje novinarske kompetencije, dok se poglavlje autorica Ragne Kóuts-Klemm, Ivete Jansove i Lilie Raycheve bavi istraživanjem obrazaca korištenja medija, nakon čega slijedi članak o medijskim kompetencijama Alnis Stakle i Ande Rožukalne. Posljednje metodološko poglavlje knjige napisali su Dina Vozab, Zrinjka Peruško i Filip Trbojević, koji objašnjavaju mogućnosti primjene kvalitativne komparativne analize neizrazitih skupova za procjenu rizika i mogućnosti deliberativne komunikacije. Na kraju, Martin Oller Alonso i Sergio Splendore pozivaju čitatelje na putovanje na kojem mogu otkriti MEDIADELCOM metodu meta-analize. Tri vježbe studija slučaja omogućit će studentima da prodube praktičnu primjenu ovog pristupa.

Urednici



Snalaženje u medijskoj matrici

Otkrivanje rizika i mogućnosti za deliberativnu komunikaciju u europskom okruženju koje se stalno mijenja

Epp Lauk & Martin Oller Alonso

Ova knjiga nastoji otkriti rizike i mogućnosti za deliberativnu komunikaciju koju predstavljaju informativni mediji (slika 1). Temelji se na istraživanju za prvu fazu projekta koji financira Europska komisija pod nazivom „Kritičko istraživanje medijskih rizika i mogućnosti za deliberativnu komunikaciju: scenariji razvoja europskog medijskog okruženja“ (engl. „*Critical Exploration of Media Related Risks and Opportunities for Deliberative Communication: Development Scenarios of the European Media Landscape*“ (MEDIADELCOM)). Kao što naslov naznačuje, druga faza projekta bit će usmjerena na izradu modela koji će pomoći kreatorima politika i medijskim stručnjacima da predvide potencijalne rizike i mogućnosti za deliberativnu komunikaciju i donesu informirane odluke.



Slika 1: Rizici i mogućnosti za deliberativnu komunikaciju

Zašto „deliberativna komunikacija“?

MEDIADELCOM se zalaže za ideju da uključivanje u deliberativnu komunikaciju ima potencijal za jačanje i učvršćivanje demokratskih načela. Deliberativna komunikacija odnosi se na vrstu komunikacije čiji je cilj olakšati informirane i racionalne rasprave uz uzajamno poštovanje pojedinaca s različitim mišljenjima i/ili interesima. Bayer (2018: 45) sažima preduvjete potrebne za deliberativnu komunikaciju na sljedeći način: „(a) javni pristup i transparentnost, (b) uključivo sudjelovanje, (c) jednaka prava svim sudionicima (u vezi s pravom da govore, kritiziraju, ne slažu se i predlažu druge opcije)“. Postoje još tri preduvjeta, a to su: dovoljne, adekvatne i istinite informacije, javni forum za ovakvu komunikaciju, kao i kultura dijaloške komunikacije u društvu. Funkcija informativnih medija je da osiguraju te preduvjete. Promicanjem otvorenog i uključivog procesa deliberativne komunikacije, informativni mediji mogu pomoći u izgradnji povjerenja i poticanju informiranog donošenja odluka među svojim publikama.

Svi znamo da ne postoje idealni uvjeti za deliberativnu komunikaciju, ali isto tako znamo da je, parafraziramo li Winstona S. Churchilla, demokracija najbolji od svih loših oblika vlasti. Koji su, dakle, čimbenici rizika koji ugrožavaju ostvarivanje deliberativne komunikacije u demokratskom društvu?

Neki čimbenici rizika vidljiviji su od drugih, pa tako oni rizici koji privlače više pozornosti uključuju sustavno prikupljanje podataka, iznos novca namijenjenog za istraživanja, godišnja izvješća za praćenje dinamike itd. Drugi rizici dobivaju manje pozornosti ili mogu biti složeniji za nadzor tj. praćenje.

Jedan od lako prepoznatljivih čimbenika rizika u modernim demokracijama je postupno smanjenje slobode izražavanja i informiranja koje se može pojaviti u mnogo oblika. Na primjer, sve je više slučajeva tužbi koje protiv novinara i stvaratelja javnog mnijenja podnose ljudi na vlasti ako ih se javno kritizira (slučajevi strateških službi protiv sudjelovanja javnosti, tzv. SLAPP tužbe). Glavni cilj je financijski i moralno zastrašiti i iscrpiti novinare kako bi ih se spriječilo da iznose kritike. Uz to, organizacije i tvrtke često nalažu svojim zaposlenicima da ne otkrivaju informacije javnosti, čak i kad se ne radi o poslovnim tajnama. Takve tendencije, kad se akumuliraju, guraju društva prema netransparentnosti. Stoga se postavlja pitanje, tko bi se trebao i mogao oduprijeti tim mjerama? Odgovor su novinari koji su motivirani i educirani da otkrivaju mehanizme takvih tendencija i objašnjavaju ih ljudima. Međutim, što se događa ako u zemlji nema dovoljno novinara koji se usuđuju kritizirati poteze vlasti ili moćnika?

Deliberativna komunikacija zahtijeva od sudionika da imaju točne informacije za donošenje informiranih odluka, ali ako se u taj proces uvedu i dezinformacije, to može dovesti do netočnih zaključaka ili čak štete. Informativni mediji odgovorni su za provjeru činjenične točnosti tvrdnji i provjeru informacija prije nego što ih predstavljaju javnosti, ali uvijek postoji rizik da se lažne ili obmanjujuće informacije provuku kroz pukotine. Manje prepoznatljiv rizik povezan je sa sposobnošću i motivacijom građana

da razaznaju što su pouzdane informacije, a što propaganda. Nadalje, ako previše ljudi nije svjesno dezinformacija ili ne može prepoznati dezinformacije ili laži, to bi moglo signalizirati probleme s kvalitetom obrazovnog sustava ili politički pristranim medijima. Sve to predstavlja priliku da se stavi snažan naglasak na informacijske kompetencije u formalnom obrazovanju ili civilnom društvu, što bi pak moglo dovesti do stvaranja društva u kojem je većina manje podložna propagandi.

Drugi rizik je u mogućnosti medijske pristranosti da utječe na deliberativnu komunikaciju. Informativni mediji mogu predstaviti informacije na način koji favorizira jednu stranu priče u odnosu na drugu. To može utjecati na mišljenja sudionika u deliberativnoj komunikaciji i spriječiti istinski otvoren i uključiv razgovor. Svi su ti rizici isprepleteni te neki od njih mogu predstavljati pravu opasnost za demokraciju. Drugi se pak mogu uravnotežiti.

Kako se provodilo istraživanje?

Cilj nam je bio analizirati dostupna istraživanja o medijima kako bismo utvrdili rizike i mogućnosti za deliberativnu komunikaciju u 14 europskih zemalja.

Započeli smo provođenjem opsežnog pregleda literature o pristupima i temama u devet područja istraživanja, uključujući studije novinarstva, medijsku ekonomiju i menadžment, istraživanja o korištenju medija/korisnicima medija, medijsku pismenost, medijsku i komunikacijsku etiku, propise koji se odnose na informiranje i medije, političku komunikaciju, medijsku i komunikacijsku politiku i sustave te sociologiju medija i komunikacije. Pomno smo pročitali razne akademske publikacije i upitali se – gdje možemo pronaći diskurs o rizicima i/ili mogućnostima? Zatim smo sintetizirali četiri područja istraživanja rizika i mogućnosti (vidi sliku 2).

Nakon definiranja četiriju područja razradili smo indikatore (konceptualne i operativne varijable) za utvrđivanje rizika i mogućnosti u svakom području. Te su varijable vodile procjenu najnovijih mogućnosti praćenja medija u svakoj od 14 zemalja sudionica.



Slika 2: Područja istraživanja o rizicima i mogućnostima povezanim s medijima u deliberativnoj komunikaciji

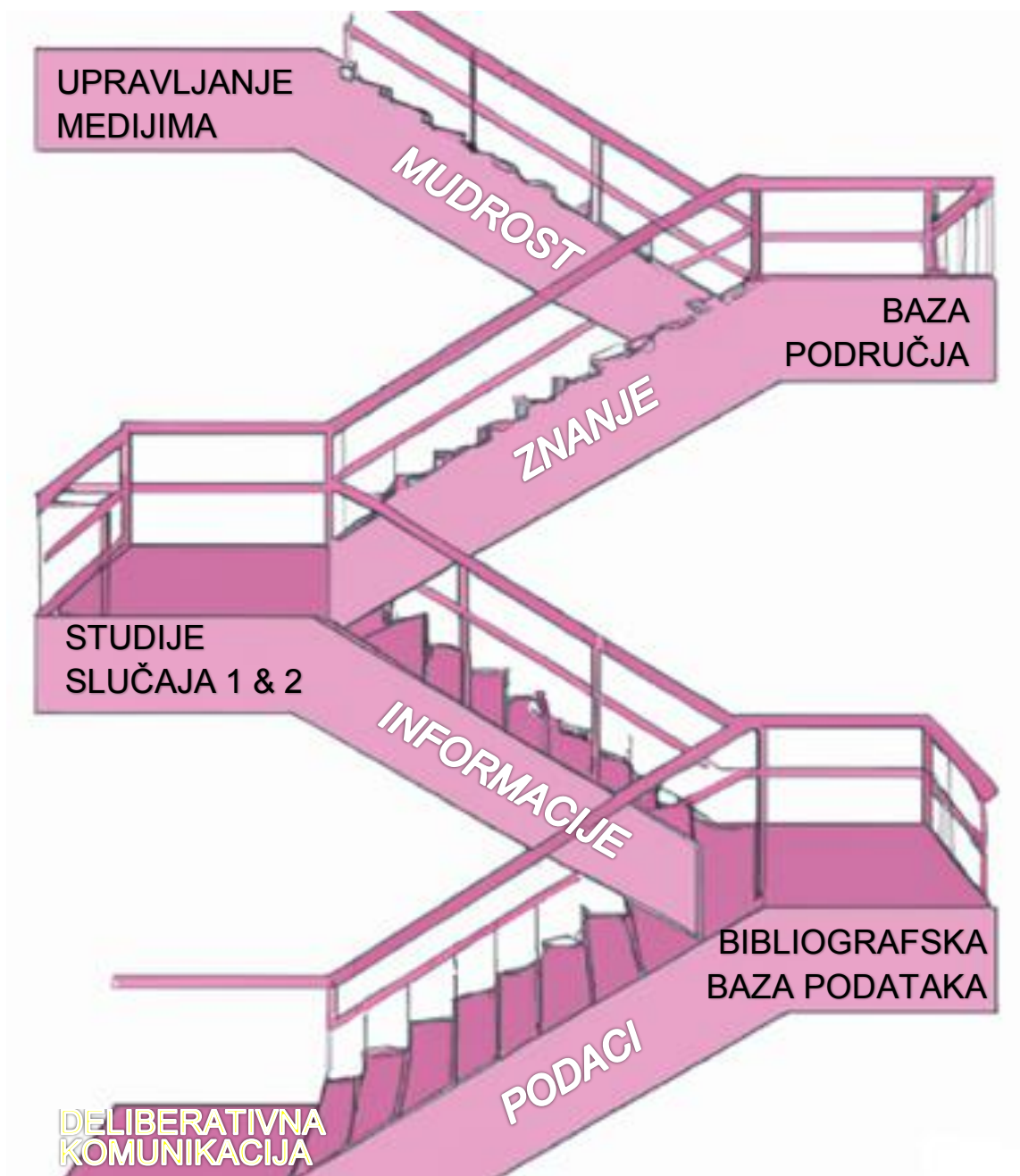
U drugoj fazi stvorili smo bibliografsku bazu podataka za procjenu potencijala ekspertize na razini države o razvoju medija i deliberativnoj komunikaciji, koja se može koristiti za predviđanje i upravljanje medijskim rizicima i mogućnostima. Baza podataka ima više od 5.600 sistematiziranih i klasificiranih referenci (u Excel datoteci)!¹

Treća faza uključivala je izradu nacionalnih izvješća o mogućnostima istraživanja i praćenja medija i deliberativne komunikacije. U njima se odgovara na ključna pitanja o rizicima i mogućnostima povezanim s medijima.²

U četvrtoj fazi proveli smo analizu sadržaja nacionalnih izvješća izdvajajući podatke o istraživanjima medija i deliberativne komunikacije u svakoj zemlji te nadopunjujući „bazu podataka područja“. Analiza vrijednosti po područjima baze podataka pruža velike mogućnosti komparativne analize u svim dimenzijama i područjima istraživanja u deliberativnoj komunikaciji. U petoj fazi usredotočujemo se na upravljanje medijima temeljeno na podacima, koristeći motivacijsko modeliranje i simulaciju akterima kako bismo predvidjeli medijske ishode i podržali deliberativnu komunikaciju i socijalnu koheziju.

¹ Baza podataka svima je dostupna na sljedećoj poveznici: <https://datadoi.ee/handle/33/515>.

² Studija slučaja 1: <https://dspace.ut.ee/handle/10062/89278>.



Slika 3: Koraci MEDIADELCOM metode

Ova e-knjiga vodi čitatelja na kroz istraživanja o dijagnosticiranju rizika i mogućnosti koje transformacija medija predstavlja u ostvarenju deliberativne komunikacije. Knjiga predstavlja neke teorijske i metodološke pristupe koji se mogu temeljiti na meta-analizama postojećih studija o transformacijama medija.

Reference:

Bayer, M. J. (2018). *Deliberation in the lab. The effect of communication on information sharing, cooperation, and consensus* [Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Sozialwissenschaften (Dr.rer.soc.)] Konstanzer Online-Publikations-System (KOPS). <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-2-z1tlv29358su0>.



Monitoring medija

Nadziranje nadziratelja

Tobias Eberwein & Halliki Harro-Loit

Mediji i novinarstvo imaju važnu ulogu u modernim društvima: prikupljanjem i prezentiranjem relevantnih vijesti svojim publikama ispunjavaju funkciju informiranja čime pomažu u stvaranju javnosti – ključnog preduvjeta deliberativne komunikacije. Vrlo često novinari vrše i nadzor drugih aktera, čime pomažu u kontroli političkih i drugih elita. Taj je nadzor moguć onda kad se država ne upliće u medije – barem je tako u demokratskim medijskim sustavima.

Kako možemo osigurati da mediji i novinarstvo doista ispune ta očekivanja? Tko nadzire one koje vrše nadzor?

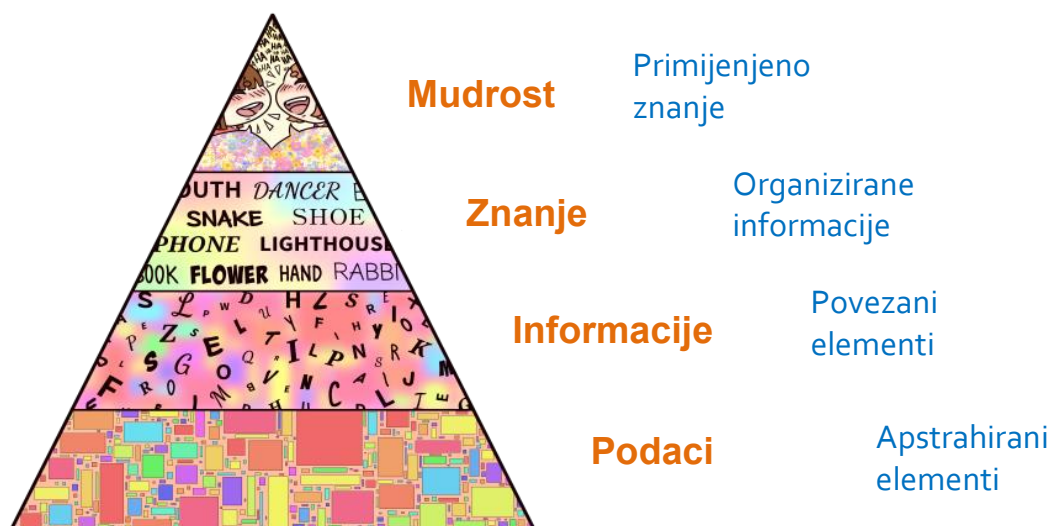
Iako bi novinarski sadržaj trebao biti lišen političke kontrole, zadaća je dobrog upravljanja medijima i donošenja medijskih politika da stvore okruženje koje služi funkcijama medija na najbolji mogući način. Da bi se to ostvarilo, tvorcima politika ovisi o pouzdanim podacima. Drugim riječima, moraju znati što se događa u medijima. Primjerice, koje su vrste informativnih kanala trenutno dostupne u njihovoj zemlji, koliko se koriste i koliko im se vjeruje? Koliko je novinara aktivno i jesu li doista slobodni od vanjskih utjecaja? Omogućuje li pravni okvir pluralizam u medijskom pokrivanju događaja? Koje su mjere na snazi za povećanje medijske pismenosti i koliko su učinkovite?

Na ta pitanja može se odgovoriti uz pomoć istraživanja medija i raznih projekata praćenja medija. Primjerice, nevladina organizacija *Reporteri bez granica* (*Reporters Without Borders*) objavljuje godišnji Svjetski indeks slobode medija koji mjeri stanje slobode medija diljem svijeta. Projekt praćenja medijskog pluralizma (*Media Pluralism Monitor*) nudi alat za procjenu različitih slabosti medijskih sustava koje bi mogle narušiti medijski pluralizam u Europi. Studija *Svjetozi novinarstva* (*Worlds of Journalism Study*) provodi ankete među novinarima kako bi ispitala percepciju profesije širom

svijeta. Izvješće o digitalnim vijestima Reutersovog Instituta (*Reuters Institute Digital News Report*) pruža uvid u korištenje vijesti u okruženju digitalnih medija.

Projekt MEDIADELCOM prikupio je veliki broj studija o medijima i novinarstvu koje su provedene i objavljene u svakoj od zemalja sudionica u projektu. Neka istraživanja nude opsežne skupove podataka – u nekim slučajevima čak omogućuju longitudinalnu analizu; druge su pak male studije slučaja koje se usredotočuju na odabrane pojave. Neke studije provode velike međunarodne istraživačke skupine, a neke provode studenti. Neupitno je da sva ta istraživanja doprinose cilju praćenja medija i medijskih promjena. Međutim, dostupnost sustavnih podataka ne dovodi automatski do boljih medijskih politika.

Zato MEDIADELCOM primjenjuje poznatu „piramidu znanja“ kako bi opisao kvalitetu i upotrebljivost različitih izvora u svrhu nadziranja medija. Ovaj model razlikuje četiri temeljne kategorije: podatke, informacije, znanje i mudrost. Na primjer, mnoge medijske organizacije prikupljaju podatke o tome „koji se medijski proizvodi koriste i koliko dugo“. Međutim, tek kad se ti podaci obrade i logički povežu, oni postaju informacije. Organizacija takvih informacija (npr. u internim izvješćima medijskih organizacija ili u akademskim istraživanjima medija i novinarstva) stvara znanje. Razina mudrosti na kraju ukazuje na mjeru u kojoj se stečeno znanje primjenjuje i dovodi do odluka utemeljenih na dokazima u oblikovanju medijske politike.



Slika 2.1.: Piramida znanja (izvor: prema Kitchin, 2014: 10)

„Piramida znanja“ pomaže nam shvatiti da znanje i mudrost imaju ključnu važnost za kreatore medijske politike. Ona je ujedno i relevantan alat kojim se otkriva tko prikuplja kakve informacije i znanje te tko na kraju pretvara znanje u mudrost. Koji su motivi i kompetencije tih ljudi? Ključni cilj MEDIADELCOM-a je identificirati one aktere u praćenju medija koji su najvrjedniji za identificiranje rizika i mogućnosti za deliberativnu komunikaciju. MEDIADELCOM se usredotočuje na četiri središnja istraživačka područja: (a) pravnu i etičku regulativu u području medija; (b) novinarstvo; (c) obrasce korištenja medija; i (d) medijske kompetencije.

Dodatna literatura:

- Centre for Media Pluralism and Media Freedom. (2022). *Monitoring media pluralism in the digital era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the year 2021*. European University Institute. <http://hdl.handle.net/1814/74712>
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., & de Beer, A. S. (Eds.). (2019). *Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe*. Columbia University Press.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, J. & Nielsen, K. R. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital News-Report 2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital%20News-Report%202022.pdf)
- Reporters Without Borders. (2022). World Press Freedom Index. <https://rsf.org/en/index>



Sloboda izražavanja i sloboda informiranja

Što su i kako možemo nadzirati njihovu zaštitu?

Evangelia Psychogiopoulou & Anna Kandyla

U Europi građani i novinari uživaju pravo na slobodu izražavanja i informiranja, ali u nekim slučajevima to je pravo pod sve većim pritiskom vlade, predstavnika vlasti i drugih moćnika. Zakoni i pravni postupci također mogu negativno utjecati na slobodu izražavanja i informiranja te na sposobnost medija da rade svoj posao. U državama u kojima je sloboda izražavanja i informiranja potvrđena i zaštićena, opseg legitimne državne intervencije putem zakona i propisa strogo je ograničen na ostvarivanje javnog interesa u funkcionalnoj demokraciji te na ograničenu kategoriju ciljeva od općeg interesa kao što su zaštita ljudskog dostojanstva ili zaštita maloljetnika. Što se tiče pravnih postupaka, pravno zastrašivanje putem tzv. SLAPP tužbi predstavlja sve veću prijetnju slobodi govora i slobodi informiranja. Zlonamjerne sudske tužbe sve više postaju sredstvo za ušutkavanje organizacija koje se bave nadzorom i zaštitom prava, uključujući i novinare, ali su regulatorni odgovori za zaustavljanje takve taktike i zaštitu vitalnih aktera u društvu koji služe javnom interesu spori.



Sloboda izražavanja i sloboda informiranja ključni su preduvjeti za deliberativnu komunikaciju putem medija. Sloboda izražavanja temeljno je ljudsko pravo, a zaštićena je i ustavima pojedinih država članica EU-a. Sloboda izražavanja izričito je zaštićena

Poveljom EU-a o temeljnim pravima koja je stupila na snagu 2009., zajedno s Ugovorom iz Lisabona te se primjenjuje na sve države članice EU-a kad djeluju u okviru prava EU-a. Sloboda izražavanja uključena je i u Europsku konvenciju o ljudskim pravima, prvu konvenciju Vijeća Europe, a koju su potvrdile sve države članice EU-a. U članku 11. Povelje EU-a o temeljnim pravima i članku 10. Europske konvencije o ljudskim pravima ističe se da svatko ima pravo na slobodu izražavanja. Oba gore navedena članka također utvrđuju da sloboda govora štiti pravo na izražavanje mišljenja, stavova i ideja te na primanje i prenošenje informacija. Sloboda informiranja stoga je nužna posljedica slobode izražavanja.

Međutim, sloboda izražavanja i sloboda informiranja nisu apsolutne kategorije. Države mogu u njih intervenirati, i to iz više razloga koji se smatraju legitimnima, kako bi opravdale ograničenja slobode govora i slobode informiranja u javnom interesu. Uzimajući to u obzir, svaki pokušaj mapiranja i monitoringa zaštite slobode govora i slobode informiranja putem medija na nacionalnoj razini trebao bi razmotriti postojanje zakona i regulatornih zaštitnih mjera kojima se stvara poticajno okruženje za ostvarivanje svake od tih sloboda. Na temelju navedenog, MEDIADELCOM je analizirao jesu li sloboda govora i sloboda informiranja izričito priznate i njihova primjena potaknuta nacionalnim zakonodavstvom te ostvaruju li ograničenja tih sloboda legitimne ciljeve i jesu li razmjerna legitimnom cilju koji se želi postići. Na primjer, propisi koji reguliraju klevetu, govor mržnje ili dezinformiranje ne smiju nametati preširoka ograničenja slobodi izražavanja. Primjerice, Mađarska je 2020. donijela Zakon o zaštiti od koronavirusa kojim je proširen dio mađarskog Kaznenog zakona o zlonamjernom zastrašivanju, kriminalizirajući ne samo lažne izjave koje narušavaju javni red i mir, već i one koje u vrijeme posebnog pravnog poretka (tj. izvanrednog stanja) mogu ometati ili spriječiti učinkovitost obrambenih mjera protiv izvanrednog stanja. Ustavni sud je ocijenio kako je potrebno i razmjerno ograničiti pravo govora ako postoji jači društveni interes za takvo što. Ta je odredba izazvala veliku nesigurnost u mađarskoj novinarskoj zajednici.

Nadalje, domaće zakonodavstvo trebalo bi nastojati uskladiti zaštitu osobnih podataka i autorskih prava sa slobodom izražavanja i pristupom informacijama. Aspekti koji se smatraju relevantnima za procjenu pravne zaštite slobode informiranja uključuju i zaštitu novinarskih izvora i zaštitu zviždača putem medija. Oni su od vitalnog značaja za razotkrivanje korupcije, nepravilnosti u postupanju i prijestupe. Učinkovita zaštita novinarskih izvora zahtijeva priznavanje prava novinara da ne budu prisiljeni otkrivati izvore informacija koje su priopćene u povjerenju. Učinkovita zaštita zviždača putem medija traži zakone i propise koji pružaju pravnu zaštitu od sankcija i drugih činova odmazde te pristup odgovarajućim pravnim zaštitama zviždača koji informacije otkrivaju izravno medijima. Direktiva EU-a o zaštiti osoba koje prijavljuju povrede prava Unije (tzv. Direktiva o zviždačima) (2019) predviđa da države članice mogu zaštititi one osobe koje prijavljuju povrede prava javnim kanalima kao što su mediji. Postojanje odredbi kojima se zahtijeva otkrivanje informacija o vlasništvu medija još je

jedan važan aspekt slobode informiranja. Dostupne i pouzdane informacije o tome tko je vlasnik medija potrebne su kako bi javnost mogla procijeniti vjerodostojnost vijesti i utvrditi raspon interesa koji može utjecati na sadržaj medija.

Postojanje takvih zaštitnih mjera trebalo bi dopuniti učinkovitom provedbom. Propisi koji su pravilno osmišljeni za stvaranje poticajnog okruženja za ostvarivanje slobode izražavanja i informiranja mogu postojati, ali mogu se neučinkovito provoditi. Kako bi se procijenilo provode li se učinkovite zaštitne mjere za slobodu izražavanja i slobodu informiranja utvrđene zakonodavstvom, MEDIADELCOM naglašava važnost sudskih, kvazi-sudskih ili upravnih tijela kojima je povjereno praćenje medija i provođenje zakona te ocjenjuje povjerene im zadatke i uspješnost njihovog ostvarenja.

Dodatna literatura:

Charter of Fundamental Rights of the European Union <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:12012P/TXT>

European Convention on Human Rights.
https://www.echr.coe.int/documents/convention_eng.pdf

European Commission. (2022). *Shaping Europe's Digital Future. Media freedom and pluralism.*
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-freedom>

European Court of Human Rights. (2022). *Guide on Article 10 of the European Convention on Human Rights. Freedom of Expression.*
https://www.echr.coe.int/documents/guide_art_10_eng.pdf

Je li Opća uredba o zaštiti podataka (engl. GDPR) prijetnja novinarstvu?



U nekoliko MEDIADELCOM nacionalnih izvješća istaknuto je da GDPR* uzrokuje „nuspojave“ u slobodi izražavanja i pristupu javnim informacijama.

Profesor Daniel Hallin sa Kalifornijskog sveučilišta u San Diegu, koji je također član MEDIADELCOM savjetodavnog odbora, podijelio je svoja razmišljanja u *podcast* epizodi:

„To su, na primjer, slučajevi u kojima se novinari bave istraživačkim novinarstvom u slučajevima korupcije, primjerice vezano za poduzetnika koji uživa naklonost vlade, a poduzetnik onda iskoristi GDPR kao pravni izgovor za zabranu te priče. U drugim slučajevima, vladini dužnosnici odbijaju objaviti informacije u skladu sa zakonima o slobodi informiranja jer, kako kažu, time bi se prekršila Opća uredba o zaštiti podataka i privatnost ljudi. Pretpostavljam da to nije bila namjera Opće uredbе o zaštiti podataka, već je riječ o načinu na koji se ona provodi u određenim zemljama“.

Profesor Daniel Hallin sa University of California, San Diego, član MEDIADELCOM Savjeta, u MEDIADELCOM podcastu #29.

*GDPR je Opća uredba EU-a o zaštiti podataka kojom se štite osobni podaci i privatnost



Odgovornost medija

Što je i kako je možemo pratiti?

Marcus Kreutler

Ponekad mediji odu predaleko: bilo da je riječ o pretjerano senzacionalističkom izvještavanju, nametljivim istraživačkim tehnikama ili neprikladnom odabiru fotografija – vjerojatno se možete prisjetiti i više takvih primjera iz vlastitog iskustva. Ali šalje li država u tim slučajevima policiju da ih kazni? Nadam se da ne, barem ne u demokratskim društvima koja jamče slobodu izražavanja. Granice onoga što nije zabranjeno zakonom često su daleko šire od granica dobrog, etički zdravog novinarstva. Riječima komunikacijskog znanstvenika Claude Jean Bertranda (2000: 22): „Mediji mogu prouzročiti ozbiljnu štetu bez da prekrše zakon“. Zbog toga se bavimo i odgovornošću medija. Pojam uključuje sve vrste aktivnosti čiji je cilj držati medije odgovornima prema dionicima funkcionalnog i pravednog društvenog diskursa, stoga je najvažniji cilj javnosti zajamčiti odgovorno novinarstvo (Fengler, 2019).

Kad je riječ o odgovornosti, novinari, barem u Europi, prvo pomisle na etički kodeks novinarstva ili na posebna vijeća koja donose odluke o slučajevima sumnjivog novinarskog ponašanja. Tradicionalno su ta vijeća uglavnom bila osnovana kao vijeća za tisak, ali mnoga od njih danas pokrivaju barem još jednu vrstu medija, poput internetskih publikacija. Neka se čak nazivaju vijećima za medije kako bi se bolje odrazila njihova namjena. Ako smatrate da određena vijest nije u skladu s profesionalnim novinarskim standardima, možete se žaliti tim vijećima koja će onda istražiti slučaj i možda sankcionirati uvredljivu publikaciju. To neće učiniti zakonskim sankcijama, već internim ili javnim opomenama koje novinari obično žele izbjeći jer nitko ne želi da njihov rad ostali stručnjaci u istom području ne odobravaju, pa još k tome javno.

Takvi mehanizmi novinarske samoregulacije samo su jedan dio osiguranja odgovornosti medija – onaj dio koji se usredotočuje na ono što novinarska zajednica može učiniti kako bi podržala odgovorno novinarstvo. Odgovornost medija kao pojam može se razumjeti u širem smislu, uključujući aktivnosti ostalih aktera (Bardoel i D'Haenens, 2004): medijske kuće mogu uvesti vlastite kodekse časti ili imenovati

pravobranitelje koji će o njihovom radu razgovarati s publikom; tu su i građani koji se bave kritikom medija, kao i politički akteri koji mogu odlučiti primijeniti zakonom predviđene instrumente koji su posve neovisni od političkih odluka (jer bi inače predstavljali državnu intervenciju). U nekim zemljama s ograničenom praksom medijske odgovornosti strani akteri, kao što su zaklade, također ponekad pomažu u uspostavi takvih instrumenata.

S obzirom na ovako velik broj instrumenata, svaki pokušaj mapiranja i usporedbe odgovornosti medija u različitim zemljama zahtijeva široko razumijevanje područja. Ako, primjerice, u nekoj državi možda nedostaje funkcionalno vijeće za medije, onda bi opservatoriji za medije potencijalno mogli odigrati važnu ulogu u pozivanju medija na odgovornost – važan je rezultat, a ne nužno alat. MEDIADELCOM istraživački konzorcij slijedio je ovu ideju (Fengler i sur., 2022) i analizirao glavna kretanja u odgovornosti medija tijekom prva dva desetljeća našeg stoljeća, kao i sposobnosti pojedinih država za njihovo nadziranje.

Čini se da neovisna medijska vijeća, kao klasični instrument samoregulacije medija, zadržavaju središnju ulogu u pitanju odgovornosti medija u Europi: utvrđeno je da države s dobro uspostavljenim vijećima (Njemačka, Švedska), ali i države s određenim kontroverzama oko takvih vijeća (poput Estonije, u kojoj se natječu dva vijeća), također imaju prilično živu akademsku raspravu o odgovornosti medija. To se moglo vidjeti i u Austriji, gdje je ponovno osnivanje vijeća za medije 2010. godine označilo porast aktivnosti monitoringa. Nedostatak takvih instrumenata često je popraćen ograničenim interesom struke ili polarizacijom unutar novinarske zajednice (npr. Poljska, Mađarska). Inicijative javnih ili tržišnih aktera za popunjavanje ove praznine prilično su rijetke, čak i ako postoji akademska rasprava o tome „što bi novinarstvo trebalo raditi“. S obzirom na to da se čini da postoji određena razina suodnosa između postojanja uspješnih alata za odgovornost i dinamičnog okruženja za praćenje medija, ovdje možemo identificirati i rizik i mogućnost: jedno polje može potaknuti događaje u drugom, i to i na negativan i na pozitivan način.

Reference i dodatna literatura:

- Bardoel, J., & d’Haenens, L. (2004). Media responsibility and accountability: New conceptualizations and practices. *Communications*, 29, 5-25.
- Bertrand, C. J. (2000). *Media ethics & accountability systems*. Transaction.
- Fengler, S. (2019). Media accountability. In *The international encyclopedia of journalism studies*. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0078>
- Fengler, S., Eberwein, T., Karmasin, M., Barthel, S., & Speck, D. (2022). Media accountability. A global perspective. In S. Fengler, T. Eberwein, & M. Karmasin (Eds.), *The global handbook of media accountability* (pp. 3-57). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429326943-2>



Monitoring održivosti novinarstva – ključni čimbenici

Peter Berglez & Mart Ots

Novinarstvo se oslanja na niz preduvjeta koji su ključni za njegov razvoj, otpornost i dugotrajno funkcioniranje unutar medijskog sustava. Oni uključuju tržišne uvjete (vlasničke strukture itd.); razvoj javnih medijskih kuća; uvjete proizvodnje (utjecaj digitalizacije, resurse za istraživačko i inozemno izvješćivanje itd.); uvjete rada i razinu raznolikosti među zaposlenicima, kao što su uravnotežen broj muških i ženskih radnika te novinarske kompetencije, uključujući obrazovanje, osposobljavanje i percepciju profesionalnosti.

Kapaciteti za monitoring u pojedinoj zemlji

Kako bi se pratilo kako novinarstvo napreduje u najraznolikijim uvjetima, postoji potreba za širokim rasponom podataka. Prvo što treba učiniti je ispitati postoje li akteri koji proizvode podatke koji omogućuju praćenje svih važnih aspekata. Neke institucije poput državnih ili javnih tijela i istraživačkih instituta možda već imaju zadatak prikupljanja podataka iz različitih izvora i praćenje novinarstva u određenu svrhu, što bi moglo biti dobro polazište.

Zatim valja razmotriti opseg longitudinalnih podataka, tj. podataka po godinama. Strukturirani podaci prikupljeni tijekom godina omogućuju promatranje promjena u novinarstvu te donošenje zaključaka o tim promjenama. Ti podaci također naglašavaju trendove koji omogućuju oblikovanje prognoza i budućih scenarija. U idealnom slučaju, takvi se podaci prikupljaju sličnim metodama svake godine čime se omogućuje usporedba, primjerice, broja medijskih organizacija, ravnoteže između javnih medija i medija u privatnom vlasništvu, stope nezaposlenosti novinara, digitalizacije u redakciji itd.

Kvaliteta podataka za monitoring

Nekvalitetni podaci povezani su s rizicima u praćenju medija. Često susrećemo širok raspon dionika koji objavljuju informacije o novinarskim uvjetima rada. Stoga je veliki izazov procijeniti sigurnost, pouzdanost i kontinuitet izvora podataka. Visoka razina akademskih istraživanja obično se smatra dobrim znakom i povezuje se s dobrim mogućnostima monitoringa. Razlog tome je što je to znanje proizvedeno znanstvenim metodama, iako naravno, postoji i dobra i loša znanost. U društvu različiti akteri mogu imati različit status i legitimitet za kreiranje podataka o održivosti novinarstva u društvu.

Tematski obuhvat

Osim kvalitete, važna je i raznolikost podataka jer bi neke vrste podataka unutar područja novinarstva mogle prevladati nad drugima dok neke vrste podataka uopće ne postoje. Na primjer, poznato je da zbog zahtjeva oglašivačke industrije postoji velik i razvijeni sektor istraživačkih agencija i tehnoloških tvrtki koje prate podatke o korištenju medija, uključujući podatke o onome što se gleda, tko gleda i koliko dugo. S druge pak strane, potencijalno je mnogo teže pronaći podatke o onome što je izvan interesa onih koji obično financiraju proizvodnju podataka (npr. oglašivačke industrije, donositelja politika te državnih i javnih tijela). Na primjer, ne zna se mnogo o uvjetima rada u redakcijama ili među novinarima.

Dostupnost znanja i podataka za monitoring

Konačno, važan aspekt je i dostupnost podataka. Znanje koje proizvode znanstvenici često je javno dostupno. Ipak, medijske kuće zadržavaju za sebe puno informacija o proizvodnji novinarskog sadržaja (korisničku metriku, algoritamske podatke itd.), što onda otežava praćenje razvoja novinarstva u društvu.

Dodatna literatura:

Berglez, P., Olausson, U. & Ots, M. (Eds.).(2017). Sustainable journalism. Integrating the environmental, social and economic challenges of journalism. Peter Lang.



Tko se može smatrati novinarom?

Kako pratiti podatke o novinarima i njihovim stručnim kompetencijama?

Lenka Waschková Čísařová

Gledajući holivudske filmove i čitajući popularnu književnost, čovjek bi pomislio da je identitet novinara prilično poseban. Novinar je karizmatična osoba koja se sastaje sa svojim izvorima u podzemnim garažama i objavljuje tajna otkrića u roku od jednog dana. Ipak, kao što nas televizijska emisija o liječnicima neće naučiti kako operirati slijepo crijevo, tako ni popularni prikazi novinara ne otkrivaju cijelu istinu o novinarskoj profesiji.

Ako se pitamo koga sve možemo nazvati novinarom i što možemo naučiti o novinarima, zapravo imamo dvije ekstremne opcije. S jedne strane, naivno ćemo se pitati zajedno s Terryjem Pratchettom (2001), kako to „obični“ ljudi postaju novinari i tko im to govori što da pišu ili snimaju. S druge pak strane, možemo dublje razmisliti o tome tko bi mogao biti novinar i koje bi profesionalne kompetencije trebao imati u idealnom slučaju.

Što je novinar

U vrijeme kad se koncept novinara širi, novinare možemo opisati kao profesionalne proizvođače medijskih sadržaja, što je zapravo svatko tko je opetovano uključen u proizvodnju profesionalnog sadržaja za medije (npr. stalni novinar, honorarni novinar, *freelancer*, urednik, glavni urednik, fotoreporter, reporter kamerom, grafički dizajner itd.) (Deuze, 2005). Da bismo mogli definirati takve stručnjake, reći tko su i što konkretno rade, potrebno je postaviti jasne granice oko njihovih identiteta i u skladu s tim usmjeriti naša istraživanja. Ovo također pomaže oblikovati očekivanja društva, jer su novinari jedan od ključnih aktera u (deliberativnoj) demokraciji.

Kompetencije

Jedan od očiglednijih načina definiranja novinara uključuje definiranje njihovih profesionalnih kompetencija. Ako profesionalnu kompetenciju shvaćamo kao potencijalnu sposobnost pojedinca ili cijelog profesionalnog tima da uspješno riješi određene situacije ili obavi određeni zadatak ili posao, tada se možemo zapitati što se od novinara može očekivati i tražiti, te s druge strane, što to novinari mogu na svojim poslovima obavljati (Willnat i sur., 2013). Zato se možemo usredotočiti na novinarsku profesiju i kompetencije kako bismo ih bolje upoznali i saznali dijele li ih svi novinari. Neke od kompetencija uključuju etiku, vještine, motivaciju, poštenje i znatiželju.

Analiziranjem tih kompetencija možemo identificirati i potencijalne rizike s kojima se novinari suočavaju radeći svoj posao. Na primjer, što se događa ako neki novinari ne slijede očekivanu etičku ili uređivačku politiku? Mogu se pojaviti brojne situacije: gubitak ugleda novinara u profesionalnoj zajednici, jednokratna sankcija poslodavca, gubitak posla i/ili gubitak povjerenja publike. Jedna od očekivanih novinarskih vrijednosti je i profesionalna autonomija – neovisnost od utjecaja unutar i izvan redakcije. U češkom kontekstu možemo pratiti primjer novinara Mareka Přebila, koji je otpušten iz izdavačke kuće Mafra u vlasništvu tadašnjeg premijera Andreja Babiša. Posao je izgubio nakon anonimne objave snimki poziva između Babiša i novinara u kojem su razgovarali o nizu kritičkih članaka o političkim protivnicima vlasnika. Štoviše, skupina od 155 novinara iz izdavačke kuće ogradila se od Přebilovih postupaka u zajedničkoj izjavi (iDnes, 2017), nazvavši ih „neprofesionalnim i nemoralnim“ (za kontekst vidi Kotisova i Waschková Císařová, 2023).

Pitanje novinarskih kompetencija istraživači mogu proučavati na nacionalnoj ili na međunarodnoj razini, komparativnim istraživanjima. Da bismo mogli pratiti kompetencije osoba koje profesionalno proizvode vijesti, odlučili smo se primarno usredotočiti na novinarsko znanje, vještine, prakse, uloge, kulture i vrijednosti jer oni najviše otkrivaju u tom pogledu (Hanitzsch i Vos, 2017).

Riječ je o vrlo širokom rasponu tema koje stvaraju fleksibilnu sliku novinarske profesije i kompetencija. Također nam otkrivaju kako novinarska struka može doprinijeti informiranom društvu i medijskoj politici. Stoga, ako želimo analizirati takvu temu, moramo uzeti u obzir nekoliko čimbenika: širu sliku, različite razine analize medijske produkcije (npr. međunarodnu, nacionalnu, lokalnu, sustavnu, organizacijsku, individualnu), kao i različita vremenska razdoblja. Da bi se ispunila takva očekivanja, postupak analize mora biti i deduktivan – longitudinalno mapiranje sustavne i organizacijske razine, uključujući nacionalni i/ili međunarodni okvir, te postupno puštanje na pojedinačnu razinu novinara; i induktivan – od pojedinačnih aktera (novinara) do mapiranja podataka na sistemsku razinu sa sličnom dubinom pristupa.

Ovaj pristup utemeljen na znanju stečenom praćenjem novinarske profesije i kompetencija pomaže u otkrivanju/ublažavanju rizika i mogućnosti u (deliberativnoj) komunikaciji. Konkretnije, ovaj pristup može obuhvatiti određeni vremenski okvir, npr. 20 godina u povijesti istraživanja povezanih s novinarima u određenim zemljama (MEDIADELCOM, 2022.); može uzeti u obzir sve moguće proizvođače relevantnih podataka (obično su to akademska zajednica, medijska industrija i nevladine organizacije); može pratiti nacionalne podatke i međunarodne komparativne rezultate (npr. *Worlds of Journalism*); i na kraju, ali ne najmanje važno, može razmotriti kvalitetu postojećih podataka i njihovu dostupnost svim članovima društva.

Reference i dodatna literatura:

- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Hanitzsch, T. & Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 27, 115-135.
- Babiš selhal, kolega se choval nemorálně, uvedli novináři MF Dnes a iDnes.cz. (2017, May 4). *iDnes*. <https://www.idnes.cz>
- Kotissova, J. & Waschková Císařová, L. (2023). "I know which devil I write for": Two types of autonomy among Czech journalists remaining in and leaving the Prime Minister's newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 238-256.
- Mediadelcom. (2022). Risks and opportunities related to media and journalism studies (2000–2020). Case study on the national research and monitoring capabilities. In *Studies on national media research capability as a contextual domain of the sources of ROs. Approaching deliberative communication: Studies on monitoring capability and on critical junctures of media development in 14 EU countries*, CS1, D-2.1. <https://www.mediadelcom.eu/publications/d21-case-study-1/>
- Pratchett, T. (2001). *The truth*. Harper Collins.
- Willnat, L., Weaver, D. H. & Choi, J. (2013). The global journalist in the twenty-first century. *Journalism Practice*, 7(2), 163-183.
- Worlds of Journalism*. <https://worldsofjournalism.org>



Tko prikuplja podatke o praksama upotrebe medija?

Ragne Kõuts-Klemm, Iveta Jansova & Lilia Raycheva

Sve europske države redovito prikupljaju informacije o tome kako njihovi građani koriste medije. Znamo dosta toga o publikama i načinu na koji one pristupaju medijima, ali se te informacije ne dijele baš uvijek. Zašto ne?

Kao što finski istraživač Juha Herkman (2008) zaključuje, koliko god da je medijska industrija veliki „biznis“, podaci o korištenju medija i sami su postali veliki „biznis“. Medijske kuće zainteresirane su za informacije o publikama i njihovim karakteristikama jer im one omogućuju da svojim korisnicima bolje osiguraju atraktivan sadržaj te da svoj kontakt s publikom prodaju tvrtkama i drugim zainteresiranim stranama - oglašivačima.

Tko stoji iza istraživanja?

Komercijalne istraživačke agencije koje prikupljaju podatke o korištenju medija pružaju informacije o doseg i udjelu publike medijskih kanala, popularnosti pojedine medijskog kanala u usporedbi s drugima i socio-demografskom profilu publika. Sve su to podaci koji se mogu unovčiti. Najveći sakupljači podataka u Europi su istraživačke agencije koje djeluju na međunarodnoj razini kao što su Nielsen, Kantar, Reuters, GfK, i dr. One se oslanjaju na testirane i provjerene metodologije koje medijskim kućama omogućuju donošenje poslovnih odluka.

Zahvaljujući internetu, i sami mediji mogu saznati podatke o svojim korisnicima i analizirati ponašanje publike na temelju mjernih podataka na internetu. To je, naravno, dodatak njihovim uvriježenim i redovitim mjerenjima putem *peplemetra*, istraživanja gledanosti itd. Podaci o mrežnim korisnicima izdvajaju samo nekoliko karakteristika publike, a znanstvenici tvrde da su na taj način korisnici medija poput pomiješanih podatkovnih točaka bez jasnih identiteta (Fisher i Mehozay, 2019). Vlasnici podataka

rijetko mogu izvršiti sofisticiranu analizu kako bi razumjeli publike kao jedinstvene osobe. To je također povezano s činjenicom da, iako tvrtke/pružatelji sadržaja mogu prikupiti velike količine podataka (ovdje govorimo o stvarno velikim količinama podataka) oni ih zapravo i dalje nisu u stanju analizirati i koristiti u budućim strategijama. Komercijalne i javne radiotelevizijske kuće sa zemaljskim emitiranjem uz povezane usluge na zahtjev prikupljaju velike količine podataka o korištenju svojih usluga. Međutim, predstavnici medijske industrije otkrili su da još uvijek nisu u mogućnosti u potpunosti koristiti takve podatke jer gube u natjecanju s većim stranim pružateljima usluga kao što su Netflix i drugi. Drugi aspekt su pretplatničke usluge (tj. novinska pretplata, plaćena usluga videa na zahtjev itd.), koje odbijaju dijeliti podatke o svojim korisnicima s vanjskim svijetom (i akademskom i javnom sferom).

Kao što možemo vidjeti, iako postoje posve raznoliki i sveobuhvatni podaci o upotrebi medija, dostupnost podataka često je ograničena na samo određene aktere. Podaci su u vlasništvu privatnih medijskih tvrtki, platformi i komercijalnih istraživačkih agencija. Ti se podaci rijetko koriste za stvaranje općeg dobra (znanja, planiranje politika, osnaživanje korisnika itd.). Ipak, postoje neke iznimke. U nekim zemljama predstavnici javnih i privatnih industrija postigli su uspješne dogovore o razmjeni podataka. U zemljama s većom transparentnošću podataka komercijalnih medija, znanje se može koristiti kao osnova za ozbiljnu medijsku politiku koja ide u korist medijskim industrijama, publikama i demokraciji.

Drugi važan izvor prikupljanja podataka su znanstvene institucije i sveučilišta. Njihov je cilj razumjeti medijske „svjetove“ korisnika, način na koji mediji mogu osnažiti korisnike ili način na koji mediji mogu biti instrument za samo-ostvarenje. Prikupljanje podataka usmjerenih na korisnika može oblikovati politike čiji je cilj povećati kompetencije korisnika za razvoj društava i demokracije. Ovaj oblik prikupljanja podataka mora se temeljiti na visokoj istraživačkoj etici, mora nalaziti sudionike na dobrovoljnoj osnovi i biti odgovoran za posljedice s kojima se publike mogu suočiti nakon donošenja ili provedbe zaključaka. Ova vrsta prikupljanja podataka mora biti dovoljno raznolika da bi omogućila sofisticiranu analizu. Opis prikupljanja podataka u znanstvene svrhe dovodi do zaključka da znanstvena istraživanja trebaju mnogo resursa. To znači da je znanstveno prikupljanje podataka rijetko, a longitudinalno prikupljanje podataka još rjeđe.

Reference i dodatna literatura:

- Bird, S. E. (2011). Are we all producers now? Convergence and media audience practices. *Cultural Studies*, 25(4-5), 502-516. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600532>
- ESOMAR <https://esomar.org/codes-and-guidelines>
- Fisher, E., & Mehozay, Y. (2019). How algorithms see their audience: Media epistemes and the changing conception of the individual. *Media, Culture & Society*, 41(8), 1176-1191.
- Herkman, J. (2008). Current trends in media research. *Nordicom Review*, 29(1), 145-159.



Kako je sve ovo povezano?

Medijske kompetencije, istraživanje rizika i mogućnosti i deliberativa komunikacija

Alnis Stakle & Anda Rožukalne

Kako se suvremena osoba snalazi u kretanju složenim medijskim ekosustavom? Kako svatko od nas može bolje iskoristiti današnje raznolike medije? Koja je ravnoteža između sudjelovanja u komunikaciji, izražavanja kreativnosti i mogućeg utjecaja različitih igrača u komunikacijskom okruženju?

Uz svijest o promjenama unutar suvremenog komunikacijskog okruženja te uzimajući u obzir sposobnost društva i pojedinaca da nauče, razumiju i koriste medijske kompetencije, kreatori politika, edukatori i komunikacijski stručnjaci obraćaju sve više pozornosti upravo na medijske kompetencije. Štoviše, medijska pismenost i medijsko obrazovanje istaknuti su kao rješenje za problem dezinformacija, političke polarizacije i manipulacije jer naglašavaju važnost kritičkog mišljenja među ostalim kompetencijama.

Pojam medijskih kompetencija je širok. Povijesno je povezan s razvojem audiovizualnih medija (tj. radija i televizije), a potom se proširio i na koncept čitanja, internetske i digitalne pismenosti. Postojale su vrlo različite, a ponekad čak i oprečne ideje o medijskim kompetencijama kao skupu vještina koje medijskim publikama pružaju razne alate za analizu i razumijevanje informacija. Te vještine uključuju mogućnost pristupa različitim porukama ili narativima u analognim i digitalnim medijima, čitanje, analizu i dešifriranje sadržaja ugrađenog u te poruke, prepoznavanje komunikacijskih obrazaca u porukama i prepoznavanje aktera uključenih u njihovo stvaranje, kritičku procjenu poruka i stvaranje vlastitih poruka za komunikaciju, zapošljavanje i zabavu.

Jačanje civilnog društva

Unatoč svemu, pojam medijskih kompetencija nije povezan samo s gore navedenim vještinama. Također se smatra da medijske kompetencije imaju potencijal promjene obrazaca ponašanja kako bi se prevladali osobni i kolektivni sigurnosni rizici. Stoga se medijske kompetencije percipiraju kao skup vještina koje se neprestano razvijaju i koje podržavaju demokratizaciju, društveno sudjelovanje i vladavinu prava. Koncept je istovremeno ukorijenjen i u paradigmi javnog protekcionizma kao i u paradigmi jačanja civilnog društva. To odražava potrebu da se medijskim publikama pruži sigurno javno komunikacijsko okruženje i prilika za stjecanje medijskih kompetencija. Stoga se rasprava o problematičnim pitanjima odnosi na pronalaženje ravnoteže između javne moralne panike povezane s medijskim učincima i s druge strane, potrebe za redovitim redefiniranjem vrijednosti demokratskih društava kao što su sloboda izražavanja i pluralizam.



Sadašnji okvir medijskih kompetencija temelji se na tri povijesno povezana diskursa. Prvo, medijske kompetencije iz perspektive protekcionizma promatraju se kroz diskurs medijskih učinaka. Mediji su opisani kao moćne tehnologije koje su u vrlo

kratkom vremenu uspjele značajno preoblikovati živote svih ljudi. Naglasak je na sve duljem vremenu provedenom pred ekranom, čime se povećava rizik da nekontrolirana potrošnja medija proizvede negativan utjecaj na svijest o tradicionalnim vrijednostima i društvenim odnosima. Glavne opasnosti povezane s pretjeranom upotrebom medija povezane su sa širenjem dezinformacija, pristupom nasilju i pornografiji, distribucijom alkohola, duhana i oglašavanja igara na sreću, s kršenjem autorskih prava, jačanjem seksizma i rasizma, rizicima po javno zdravlje i s kibernetičkim huliganstvom.

Drugo, tumačenje medijskih kompetencija u vezi s reprezentacijom i razumijevanjem stvarnosti gledašte je temeljeno na semiotici, kritičkim kulturalnim studijima i diskursu medijske ekologije. U skladu s tim gledištem, medijske kompetencije se percipiraju kao skup vještina koje jačaju sposobnost publike da otkrije utjecaj komercijalnih industrija na medijski sadržaj i dešifrira ideološki zasićene i pristrane poglede na obitelj, dob, klasu i rasu. Na novinarstvo se gleda kao na profesionalnu aktivnost koja konstruira stvarnost i razotkriva predrasude. Pri tom publika mora razumjeti etiku novinarstva i interese vlasnika medija.

Treće, medijske kompetencije u pedagogiji smatraju se skupom vještina specifičnim za dob osobe koje su potrebne za sigurno i namjerno sudjelovanje u posredovanoj komunikaciji i digitalnoj kulturi u cjelini.

Stjecanje medijskih kompetencija

Olakšavanje razumijevanja i stjecanja digitalne kulture koja se stalno razvija bitan je aspekt medijskih kompetencija u medijskoj pedagogiji. Time se potiče publiku da nastavi učiti nove stvari kroz procese samostalnog učenja i procese međusobnog učenja.

U svakom od tih gledišta, medijske kompetencije tumače se kao upad u strukture medijske moći i prevladavajuće ideologije. Ipak, među njima postoji diskurzivna distinkcija u odnosu na pitanja o promjeni institucionalne i političke moći, reprezentacije i konstrukcije stvarnosti te razumijevanja osobnog i društvenog identiteta u medijskoj pedagogiji.

Medijske kompetencije i deliberativna komunikacija

Unutar deliberativne komunikacije, medijske kompetencije postaju meta-kompetencija koja pruža i okvir i sadržaj za uravnoteženje osobnih i kolektivnih vrijednosti, argumenata, rasprava i normi. Glavni je cilj deliberativne komunikacije stvaranje održivog komunikacijskog ekosustava koji se temelji na empatičnoj i argumentiranoj raspravi bez da se dovode u pitanje mogućnosti međusobnog kontakta između pojedinaca i različitih društvenih skupina kako bi se dogovorile vrijednosti i donošenje odluka od javnog interesa.

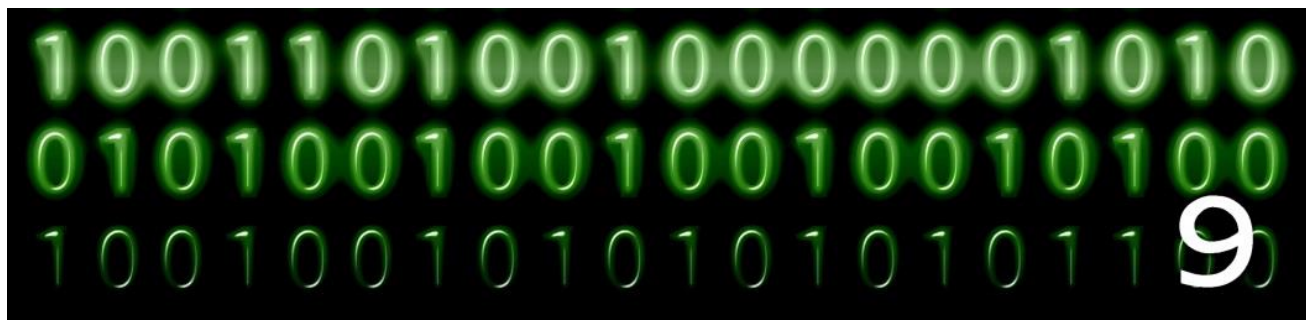
Monitoring medijskih kompetencija

Medijske kompetencije u EU-u prate se različitim studijama u kojima dominiraju teme mjerenja digitalnih vještina publike, sigurnosti osobnih podataka, samoprocjene razine stečenih medijskih kompetencija i potrebe za njihovim učenjem, kritičke upotrebe informacija i prepoznavanja obmanjujućih informacija, poput međunarodnog istraživačkog projekta pod nazivom *EU Kids Online: Researching European children's online opportunities, risks and safety, Mapping of media literacy practices and actions in EU-28* by European Audiovisual Observatory, *Media Literacy Index* by Open Society Institute Sofia.

U državama EU-a postoje različiti pristupi i tradicije za istraživanja medijskih kompetencija, što otežava međusobnu usporedbu njihovih podataka. Longitudinalno i međunarodno komparativno praćenje medijskih kompetencija, temeljeno na promišljenim komunikacijskim pokazateljima, omogućilo bi razumijevanje korelacija između deliberativne komunikacije raznih društvenih skupina i medijskih kompetencija.

Dodatna literatura:

- Friesem, Y. (2023). *The Routledge handbook of media education futures post-pandemic*. Routledge.
- Hobbs, R. (2021). *Media literacy in action: Questioning the media*. Lanham, Rowman & Littlefield.
- Jones, S., Dawkins, S. & McDougall, J. (2023). *Understanding virtual reality: Challenging perspectives for media literacy and education*. Routledge.
- Potter, W. J. (2021). *Media literacy*. SAGE.



Uloga kvalitativne komparativne analize neizrazitih skupova

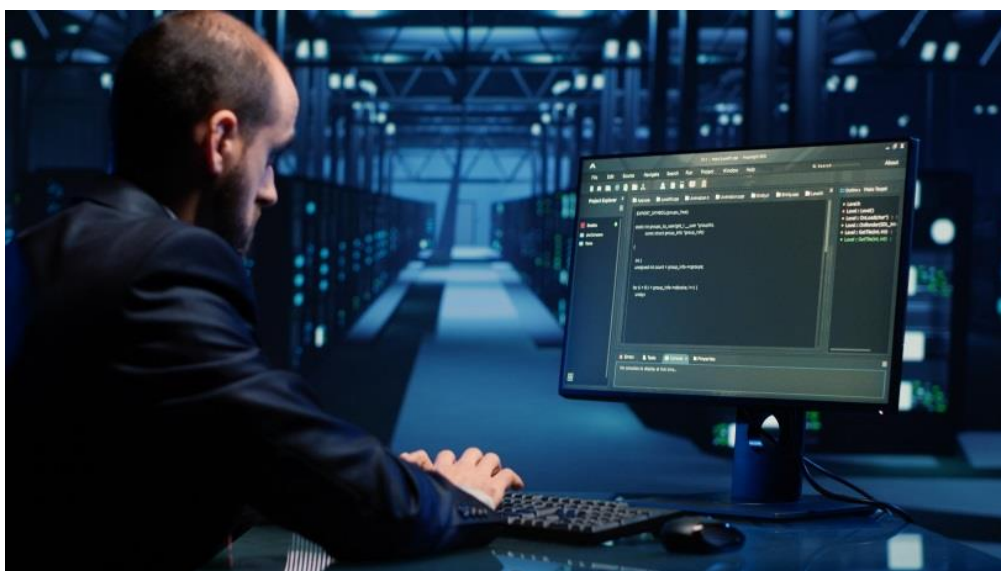
u objašnjavanju rizika i mogućnosti za deliberativnu komunikaciju

Dina Vozab, Zrinjka Peruško & Filip Trbojević

Zahvaljujući sve većem interesu za komparativna komunikacijska istraživanja, na međunarodnoj i europskoj razini postoje brojni istraživački projekti i instrumenti monitoringa koji mogu biti korisni u procjeni rizika i mogućnosti za medije. Osim dugovječnijih instrumenata koji prate slobodu medija diljem svijeta, poput onog *Freedom Housea* i *Reportera bez granica*, danas postoje i mnogi drugi istraživački projekti i projekti koji analiziraju medije istovremeno u velikom broju zemalja. Na europskoj razini je najistaknutiji instrument praćenja *Media Pluralism Monitor* koji procjenjuje rizike za postizanje pluralizma i raznolikosti u europskim medijskim sustavima. Istraživanje „*The Worlds of Journalism*“ pod vodstvom Thomasa Hanitzscha analizira stanje novinarstva od 2007. godine, a Reutersov institut za novinarstvo (*Reuters Institute for the Study of Journalism*) sa Sveučilišta Oxford istražuje publike digitalnih vijesti od 2012. godine. Vidljivo je stoga da danas postoji više istraživanja i podataka koji istraživačima omogućuju postavljanje inovativnih komparativnih istraživačkih pitanja. Međutim, u smislu metodologije manje je raznolikosti jer dominiraju kvantitativni pristupi (Downey, 2020).

U projektu MEDIADELCOM koristimo prilično inovativnu metodologiju u medijskim i komunikacijskim studijama da bismo procijenili rizike i mogućnosti za razvoj deliberativne komunikacije. Nekoliko autora založilo za upotrebu kvalitativne komparativne analize neizrazitih skupova (fsQCA) u komparativnim medijskim istraživanjima (Downey, 2020; Downey i Stanyer, 2010) u kojima još uvijek prevladavaju kvantitativne metode. Iako upotreba fsQCA raste (npr. Büchel i sur., 2016.; Humprecht i Büchel, 2013.; Peruško i sur., 2021) još uvijek je dosta rijetka.

FsQCA metoda ima nekoliko prednosti u usporedbi s kvantitativnim pristupima. Premošćuje kvalitativnu i kvantitativnu logiku u komparativnim istraživanjima te može pružiti bogata i složena objašnjenja o tome kako različiti kauzalni uvjeti objašnjavaju određene ishode. Metodologija omogućuje uključivanje malih N, srednjih N i velikih N slučajeva (Ragin, 2008), što omogućuje veliku fleksibilnost u osmišljavanju komparativnih istraživanja. Metoda se također razlikuje od korelacijskog razmišljanja (koje je linearno i simetrično) jer prihvaća da je odnos između društvenih fenomena često asimetričan i ekvifinalan. Asimetrija znači da jedna vrsta odnosa između varijabli ne isključuje druge moguće odnose. Na primjer, ako se uspostavi odnos između društvenog razvoja i demokracije, to ne isključuje mogućnost da bi nerazvijene zemlje također mogle biti demokratske (Ragin, 2008: 15). Ponekad postoji više kauzalnih objašnjenja ili „kauzalnih recepata“ za isti ishod. U razvoju medijskih sustava upravo je ekvifinalnost ono što je potrebno u odgovoru na pitanje o trendovima rizika i mogućnosti – zemlje, naime, mogu postići isti cilj slijedeći različite putove. Na primjer, možda bi se u nekim kontekstima deliberativna komunikacija mogla postići dobro reguliranim medijima i snažnim sustavima odgovornosti, dok bi se u drugima mogla postići održivim novinarstvom i dobro informiranim i medijski pismenim publikama. Metoda može dobro poslužiti na mikro-, mezo- ili makro-razini komparativnih istraživanja, a prikladna je i za istraživanje višerazinskih pojava ili praksi, na primjer transnacionalnih tokova ili globaliziranih medijskih kultura, te pokazuje i potencijal za objašnjenje promjena (Downey, 2020).



Jedan od najvažnijih aspekata analize je kalibracija, koja se odnosi na dodjeljivanje slučajeva skupovima, koristeći vrijednosti između 0 i 1 (Ragin, 2008). Skupovi mogu biti binarni i imati samo dvije kategorije. Međutim, kao što je to često slučaj u društvenim znanostima, društveni fenomeni su puno složeniji, a neizraziti skupovi omogućavaju suočavanje s ovom većom složenosti i nijansama. Korištenjem neizrazitih skupova možemo uvidjeti da određeni slučajevi pripadaju skupu zemalja sa slobodom medija, ali na različitim razinama - poput Norveške koja je na prvom mjestu po RSF indeksu slobode medija i Italije koja je 2022. bila na 58. mjestu.

MEDIADELCOM primjena

U projektu MEDIADELCOM analiziramo utječu li četiri područja – pravni okvir, novinarstvo, obrasci korištenja medija i medijske kompetencije – na deliberativnu komunikaciju. Pružanjem nijansiranog kontekstualnog objašnjenja složenih uzročno-posljedičnih odnosa putem fsQCA metode nastojimo pokazati koji su to različiti obrasci i „recepti“ postizanja deliberativne komunikacije u Europi.

Reference i dodatna literatura:

- Büchel, F., Humprecht, E., Castro-Herrero, L., Engesser, S., & Brüggemann, M. (2016). Building empirical typologies with QCA: Toward a classification of media systems. *The International Journal of Press/Politics*, 21(2), 209–232. <https://doi.org/10.1177/1940161215626567>
- Downey, J. (2020). Comparative communication research: Why we really need some more fuzzy thinking. *International Journal of Communication*, 14.
- Downey, J., & Stanyer, J. (2010). Comparative media analysis: Why some fuzzy thinking might help. Applying fuzzy set qualitative comparative analysis to the personalization of mediated political communication. *European Journal of Communication*, 25(4), 331–347. <https://doi.org/10.1177/0267323110384256>
- Humprecht, E., & Büchel, F. (2013). More of the same or marketplace of opinions? A cross-national comparison of diversity in online news reporting. *The International Journal of Press/Politics*, 18(4), 436–461. <https://doi.org/10.1177/1940161213497595>
- Oana, I.-E., Schneider, C. Q., & Thomann, E. (2021). *Qualitative comparative analysis using R: A beginner's guide* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009006781>
- Peruško, Z., Vozab, D., & Čuvalo, A. (2021). *Comparing post-socialist media systems: The case of Southeast Europe* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367226787>
- Ragin, C. C. (2008). *Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond*. University of Chicago Press.



Treba nam i meta-analiza

Slučaj **MEDIADELCOM**

Martin Oller Alonso & Sergio Splendore

Predstavljamo elegantni pristup dijakronijskoj komparativnoj meta-analizi povezanoj s deliberativnom komunikacijom koja je prilagođena MEDIADELCOM projektu. Primarni cilj MEDIADELCOMa je stvoriti svestrani dijagnostički instrument koji funkcionira za izgradnju višestrukih scenarija. Ova najsuvremenija metoda nudi sveobuhvatnu procjenu rizika i mogućnosti povezanih s monitoringom medija i istraživanjem deliberativne komunikacije. Također ističe istraživačka i stručna nastojanja uložena u promicanje socijalne kohezije u Europskoj uniji u posljednja dva desetljeća (2000. – 2020.). Nadalje, kreatori javnih politika, nastavnici, medijski kritičari, institucije, studenti i stručnjaci u medijskoj industriji mogu ga primijeniti na buduće projekte. Ova metodologija utire put stvaranju znanja, mudrosti i znanstvenom napretku.

Predloženi MEDIADELCOM dijagnostički alat omogućuje vizualizaciju rizika i mogućnosti u europskim istraživanjima deliberativne komunikacije. Također omogućuje pregled razvoja okruženja za praćenje medija u svakoj državi pojedinačno i komparativno. On uz ostalo predstavlja i značajnu inovaciju. Umjesto da se usredotočuje na uobičajene zapadnoeuropske države, ovaj pristup skreće pozornost na države koje se često zanemaruju, a to su istočnoeuropske države. Konkretnije, obuhvaća meta-analizu četiriju ključnih područja koja oblikuju paradigmu deliberativne komunikacije: (1) Pravna i etička regulativa; (2) Novinarska proizvodnja vijesti; (3) Medijske kompetencije novinara i javnosti; i (4) Obrasci korištenja medija.

Konzorcij MEDIADELCOM razvija svoj inovativni pristup čiji je cilj procijeniti dostatnost istraživanja i podataka u predviđanju trendova istraživanja europskog medijskog okruženja. To će učiniti provođenjem holističke meta-analize procesa transformacije medija i institucija u Europskoj uniji, uglavnom u ne-zapadnom dijelu EU. U vremenu u kojem se čini da se svijet oko nas urušava, a radikalne ideologije sve

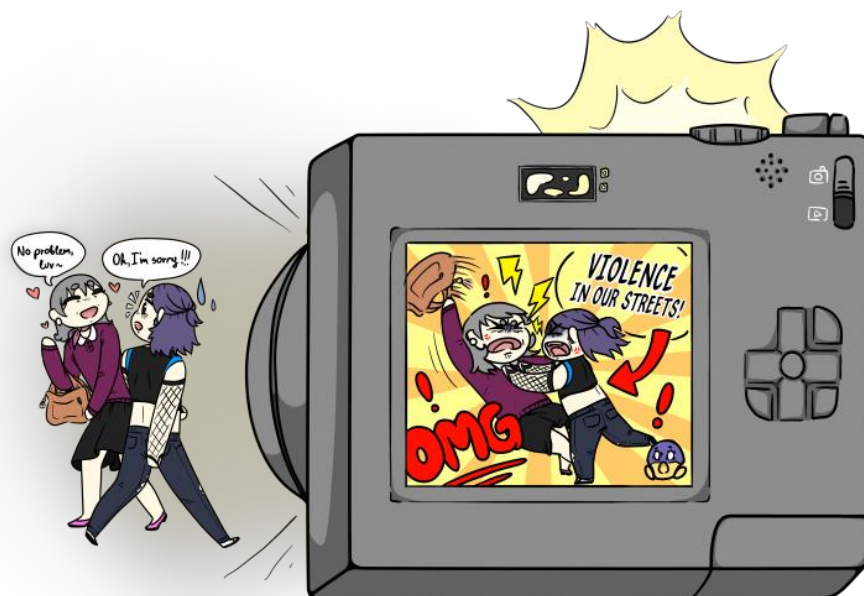
više prijete europskoj ideji, obrazovanje, istraživanja i komunikacija postaju naš alat u borbi protiv rizika koje donosi ovo novo normalno. Budući da stabilnost Europske unije narušavaju pojave poput pandemije COVID-a-19, globalne napetosti, gospodarska previranja i promjenjiva dinamika moći, vrijeme je da se pripremimo i prihvatimo ovaj uzbudljiv izazov.

Što pretvara podatke u mudrost? Ključni element predstavljaju broj i kvalifikacije uključenih stručnjaka, atraktivnost tržišta rada, kompromis između javnih i političkih institucija i utjecaj istraživačkih agencija na sposobnost monitoringa medija. Pritom se postavlja jedno ključno pitanje, a to je „tko točno provodi monitoring ili istraživanje“? Jesu li to transnacionalne organizacije, komparativni/međunarodni istraživački projekti, nacionalne neakademske organizacije, akademske istraživačke zajednice, strukovne udruge ili javne organizacije i tijela? Ovisno o odgovoru, iscrtava se razlika između prosječnog i izvanrednog.

Talijanski tim i konzorcij MEDIADELCOM

Kako bi se mogućnosti istraživanja i praćenja medija poboljšale, potrebno je osigurati dostupnost podataka u otvorenim digitalnim formatima te strukturiranim tablicama. U digitalnoj džungli, naime, vrti se kaotična oluja podataka i informacija. Istovremeno, lažni gurui bacaju svoje udice nagovarajući nas da im vjerujemo. Koji im je cilj? O tome znamo jednako koliko i vi. Dragi naši studenti, čuvajte se cyber izmaglice i ostanite pametni! Potrebno je poduzeti korake za povećanje pouzdanosti podataka i promicati njihov doprinos u širenju demokracije. Svijet je žrtva dvostruke prijevare: viralna oluja pustoši naše zdravlje dok zarazni val sumnje podriva naše povjerenje. Postoji li razlog za to? Analiza dostupnosti istraživanja u području deliberativne komunikacije i socijalne kohezije u EU otkriva da dostupnost podataka nije jedini problem; podaci koje prikupljaju različiti akteri često su nedostupni. Na primjer, podaci sa sveučilišta i javnih tijela rijetko su dostupni, dok su podaci transnacionalnih organizacija neobrađivi i nemaju strukturirani format tablica. Veliki komparativni istraživački projekti ne provode se godišnje, a podaci medijske industrije i neovisnih organizacija oskudni su u smislu dostupnih varijabli. Nedostatak suradnje među akterima komunikacijskih procesa u Europi dovodi do stvaranja medijskog okruženja pod utjecajem gospodarskih i političkih čimbenika koji ometaju pluralizam, kao i do razvoja neovisnog internetskog novinarstva. Ta se situacija odražava na medijske politike koje su nedovoljne i neučinkovite, što dominantnim akterima omogućuje da određuju pravila i utječu na demokraciju u Europi.

U MEDIADELCOM projektu uz prikupljanje znanja težimo i kritički analizirati način upotrebe znanja za upravljanje medijima. Naša meta-analiza postavlja dva ključna pitanja istraživačkoj zajednici: kako se podaci i znanje koriste i istražuju u različitim europskim zemljama i koja je dobrobit od upravljanja medijima koje je utemeljenom na znanju? I naravno, ne zanemarujemo izazove koje ova kritična situacija predstavlja za proučavanje deliberativne komunikacije u zemljama Srednje i Istočne Europe.





Zadaci za nastavu:

Vježba 1: Analiza studije slučaja pravnog okruženja u odnosu na slobodu izražavanja i slobodu informiranja

Korak 1: Odaberite slučaj koji se odnosi na slobodu izražavanja ili slobodu informiranja, kao što je slučaj tužbe protiv javnog sudjelovanja (tzv. SLAPP tužba) ili slučaj u kojem su zviždači izgubili posao.

Korak 2: Provedite analizu pomoću pristupa aktera. Identificirajte različite aktere uključene u slučaj, kao što su pojedinci, organizacije ili državne agencije i odredite njihove namjere. Tko je sve bio umiješan u slučaj? Kako je ovaj slučaj izašao na vidjelo? Kakve diskurse koriste različiti akteri?

Korak 3: Pronađite slične slučajeve od prije 10 i 20 godina i analizirajte sličnosti i razlike s odabranim slučajem.

Korak 4: Prikažite svoje rezultate u pisanom radu ili prezentacijom na satu.

Vježba 2: Procjena potencijala praćenja teme povezanih s novinarstvom

Korak 1: Odaberite temu koja se odnosi na neku vrstu rizika za novinarstvo u posljednjih 5 do 10 godina, npr. radni uvjeti novinara, prijetnje novinarima (fizičke, mentalne, emocionalne ili ekonomske).

Korak 2: Istražite i identificirajte aktere (npr. akademske institucije, neprofitne i strukovne organizacije ili državna tijela) koji su prikupili informacije i znanja o odabranoj temi. Je li ova tema privukla dovoljno pozornosti i je li bila sustavno analizirana u godišnjim ili redovitim izvješćima? Postoji li znatan broj znanstvenih istraživanja i publikacija u tom području? U kojoj mjeri je ova tema obrađena u dnevnim vijestima te koliko se o njoj raspravlja u stručnim publikacijama i forumima?

Korak 3: Procijenite relevantnost teme u svojoj zemlji. Razmotrite raspravlja li se o temi ili je pak o njoj dostupno premalo informacija i znanja. Identificirajte praznine u znanju i/ili opišite kako se raspravlja o različitim aspektima teme i koji se pristupi koriste za bavljenje temom.

Korak 4: Prikažite svoje rezultate u pisanom radu ili prezentacijom na satu.

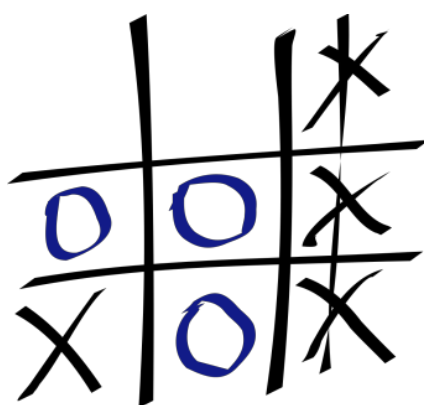
Vježba 3: Mapiranje praksi umrežavanja dionika na temu povezanu s korištenjem medija ili medijskom pismenosti

Korak 1: Identificirajte različite dionike (npr. znanstvenike istraživače, stručnjake, neprofitne organizacije, javna tijela, kreatore politika) koji rade na pitanju koje vas zanima.

Korak 2: Analizirajte prakse suradnje i umrežavanja između tih dionika. Koja je učestalost i opseg njihove suradnje (npr. zajednički projekti, informiranje o politikama ili medijski događaji)? Koji čimbenici mogu olakšati ili ometati njihovu suradnju? Koje učinke proizvodi njihova suradnja?

Korak 3: Utvrdite razne mogućnosti za suradnju dionika na odabranoj temi istraživanja.

Korak 4: Prikažite svoje rezultate u pisanom radu ili prezentacijom na satu.





Što dalje?

Nakon što ste pročitali tekst o projektu MEDIADELCOM i njegovim ciljevima, izazovima i fokusu, nadamo se da bolje razumijete potrebu za ovo istraživanje i koristi koje će proizvesti. Te koristi uključuju identificiranje rizika i mogućnosti za deliberativnu komunikaciju u zemljama projekta, proučavanje medijskog okruženja u svakoj zemlji i njihovo uspoređivanje te razvoj dijagnostičkog alata. Nadalje, rezultati su važni za tvorce europskih politika jer im pružaju kvalitetno znanje za poboljšanje sustava upravljanja medijima. To je pak ključno za poticanje kohezije i stabilnosti europskih društava.

Ova e-knjiga pruža pregled dosadašnjeg tijeka projekta, ali mnogo toga tek trebamo istražiti. Svaka država izradila je studije slučaja koje uključuju informacije i izazove s kojima se suočava. Izvješća se mogu pogledati u repozitoriju Sveučilišta u Tartuu.³

Hrvatske studije slučaja i druge informacije o tome što hrvatski tim radi u okviru projekta dostupne su i na web stranici Centra za istraživanje medija i komunikacije Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu <https://cim.fpzg.unizg.hr/mediadelcom/>

U pripremi je i knjiga *Monitoring Mediascapes* koja komparativno analizira kako pojedine zemlje prate i analiziraju navedena četiriju ključna područja.

Koje zemlje imaju bolje prakse u određenim područjima? Pri tom vas savjetujemo da se ne oslanjate samo na usporedbe zemalja kako biste odredili cjelokupno stanje medijskog okruženja neke države ili njezine sposobnosti praćenja medija. Prikupljanje podataka razlikuje se po zemljama, i to u nekim slučajevima prilično značajno, s time da male promjene unutar jedne zemlje, poput malog pomaka na lošije u jednom području,

³ <https://dspace.ut.ee/handle/10062/89278>

možda nisu očite u komparativnoj analizi, a mogle bi ukazivati na rizik i zabrinutost. Zato su važne i nacionalne studije slučaja koje pružaju važne informacije.

Profesor Daniel Hallin ovako je komentirao nacionalne studije slučaja: *„Ove studije usmjerene su na pokušaj svojevrsnog obuhvatnog prikaza svih medijskih čimbenika koji utječu na našu sposobnost za deliberativnu demokraciju. Također mislim da se sve studije temelje na pretpostavci određenih skupova vrijednosti koji su vrlo važni: autonomija novinarstva, transparentnost i pluralizam. Riječ je o vrlo opsežnom istraživanju koje proučava način na koji medijske institucije i medijske prakse utječu na sve vrijednosti transparentnosti, autonomije i otvorenosti.“*



Autori



Peter Berglez je profesor medija i komunikacije na Sveučilištu Örebro u Švedskoj. Njegovi istraživački interesi obuhvaćaju istraživanja novinarstva, istraživanja komunikacije o okolišu i kooperativne/suradničke komunikacije.



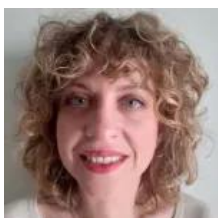
Tobias Eberwein je zamjenik direktora i voditelj znanstvene skupine na Institutu za komparativna medijska i komunikacijska istraživanja Austrijske akademije znanosti i Sveučilišta u Klagenfurtu. Njegovi istraživački interesi usmjereni su na medijsku etiku i medijsku odgovornost, medijske strukture i upravljanje medijima, novinarstvo, medijske inovacije i promjene u medijima, kao i na komparativna istraživanja komunikacije i medija.



Halliki Harro-Loit je profesorica novinarstva na Sveučilištu u Tartuu, koordinatorica je MEDIADELCOM projekta. Njezini istraživački interesi uključuju vremensku analizu novinarskog diskursa, komparativnu analizu novinarskih kultura, novinarsku i komunikacijsku etiku i pravo, medijsku politiku, analizu diskursa i interpersonalnu komunikaciju.



Iveta Jansová je docentica i zamjenica pročelnika Odsjeka za medijske studije i novinarstvo na Sveučilištu Masaryk u Brnu. Njezini istraživački interesi uključuju studije fanova, studije publike i proučavanje medijske reprezentacije marginaliziranih identiteta.



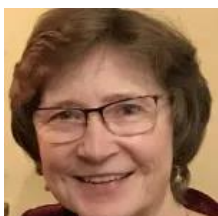
Anna Kandyla je znanstvena suradnica u Helenskoj zakladi za europsku i vanjsku politiku (ELIAMEP). Njezini istraživački interesi obuhvaćaju medijsku i političku komunikaciju kao i proučavanje političke participacije i institucija s osobitim naglaskom na Europsku uniju.



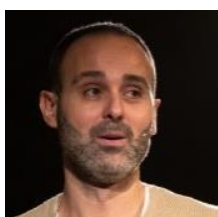
Ragne Kõuts-Klemm je izvanredna profesorica sociologije novinarstva i voditeljica Instituta za društvene studije na Sveučilištu u Tartuu. Njezini istraživački interesi obuhvaćaju teorije medija i komunikacije te sociološke metode za analizu medija. Također je zanimava integracija ruske manjine, mijenjanje obrazaca u upotrebi medija i društvenim promjenama, transparentnost novinarstva i kulturni mediji te trendovi društvenih mreža.



Marcus Kreutler je istraživač na Institutu za međunarodno novinarstvo Erich Brost na Sveučilištu TU Dortmund, kao i školovani novinar. Glavni istraživački interesi su mu međunarodna i transnacionalna komunikacija, inozemno izvještavanje i medijska odgovornost.



Epp Lauk je profesorica novinarstva na Sveučilištu Vytautas Magnus u Kaunasu u Litvi i gostujući profesor na Sveučilištu Tartu u Estoniji. Njezini istraživački interesi su demokratizacija i transformacija medija te širok spektar pitanja vezanih uz promjene i profesionalizaciju novinarstva.



Nakon završenog doktorskog studija novinarstva na Sveučilištu Rey Juan Carlos u Madridu (2012.), Martín Oller Alonso trenutno boravi na poslijedoktorskom studiju na Sveučilištu u Milanu, gdje se bavi političkom komunikacijom. Aktivno je uključen u istraživačke timove projekata MEDIADELCOM (2021. – 2023.) i WJS (2008. do danas). Tijekom rada u Europi, Oller Alonso je i dalje akademski uključen u Latinsku Ameriku, prvenstveno pridonoseći istraživanju novinarstva u Ekvadoru i Kubi.



Mart Ots je izvanredni profesor na Međunarodnoj poslovnoj školi Jönköping. Njegovi primarni interesi su donošenje odluka i marketinška komunikacija organizacija, medijski brendovi i marketing medijskih tvrtki, te švedska i međunarodna medijska politika.



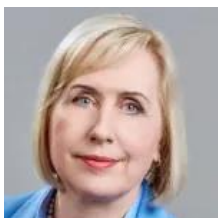
Zrinjka Peruško redovita je profesorica sociologije medija i komunikacije na Odsjeku za medije i komunikaciju Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. Njezina glavna područja istraživanja su komparativne transformacije medijskih sustava, kultura i dinamike publike.



Evangelia Psychogiopoulou je docentica na Sveučilištu Peloponez i viša znanstvena suradnica Helenske zaklade za europsku i vanjsku politiku (ELIAMEP). Njezina glavna područja istraživanja su: pravo EU-a i upravljanje, temeljna prava, pravosudni dijalog, digitalni mediji i digitalna tehnologija u EU-u, usmjeravanje politike u EU-u i kulturna regulativa EU-a.



Lilia Raycheva je profesorica medija i komunikacija na Sveučilištu St. Kliment Ohridski u Sofiji i bivša članica nacionalnog regulatornog tijela za emitiranje (CEM). Njezini istraživački interesi uključuju: razvoj medijskog ekosustava, jezik ekrana, političku komunikaciju, korištenje medija i medijsku pismenost.



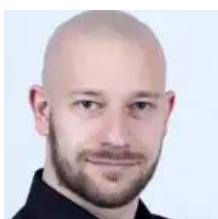
Anda Rožukalne je profesorica i viša istraživačica na Fakultetu za komunikacije Sveučilišta Rīga Stradiņš u Latviji. Njezina područja znanstvenog interesa uključuju razvoj novinarskih vrijednosti, medijske sustave, regulaciju i samoregulaciju medija te istraživanja medijske publike.



Sergio Splendore je izvanredni profesor na Sveučilištu u Milanu. Njegovi istraživački interesi uključuju epistemologiju i povjerenje u medije. Od 2015. sudjeluje u studiji *Worlds of Journalism*, a od 2018. član je mreže Nepocs (*The Network of European Political Communication Scholars*). Objavio je veliki broj radova u vodećim međunarodnim časopisima.



Alnis Stakle je docent komunikologije na Sveučilištu Riga Stradiņš i direktor preddiplomskih studijskih programa „Multimedijske komunikacije“ i „Fotografija“. Njegovi trenutni istraživački i nastavni interesi obuhvaćaju fotografiju, vizualnu komunikaciju i medijsku pismenost.



Filip Trbojević je doktorski student politologije na Sveučilištu u Zagrebu i asistent na Odsjeku za medije i komunikaciju Fakulteta političkih znanosti. Njegovi znanstveni interesi uključuju medijske sustave, demokratske transformacije te kvantitativnu i kvalitativnu metodologiju istraživanja.



Dina Vozab je docentica na Odsjeku za medije i komunikaciju Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. Njezin istraživački interes usmjeren je na medije i demokraciju, političku komunikaciju, medijske sustave, medije u postsocijalističkoj Europi i medijske publike.



Lenka Waschková Císařová je docentica i pročelnica Odsjeka za medijske studije i novinarstvo Sveučilišta Masaryk u Brnu, Češka. Njezin nastavni i istraživački rad usredotočen je na rad novinara, lokalne medije, vlasništvo nad medijima i tranziciju medijskih tržišta.