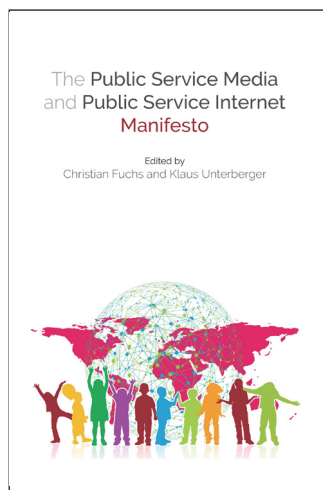


Manifest o javnom medijskom servisu i javnom internet servisu

The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto, Christian Fuchs and Klaus Unterberger (eds.) University of Westminster Press: London, 2021.

Sanja Kljajić¹

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1262-2865>



Javni medijski servisi (JMS) prešli su dug put od originalne i revolucionarne ideje nastale dvadesetih godina 20. veka u Velikoj Britaniji, do današnjih medijskih sistema suočenih s pitanjem egzistencije. Ideja razvoja medija koji je u svojoj biti definisan trostrukom vezom s građanima – kroz vlasništvo, finansiranje i nadzor – zadržala se kao osnovna nit u evoluciji ovog medijskog koncepta. U savremenom medijskom okruženju, međutim, javni medijski servisi prinuđeni su da traže novu paradigmu koja bi pružila odgovore na iznova postavljena pitanja o opravdanosti postojanja i finansiranja, o njihovoj misiji i ulozi.

U živoj globalnoj debati o budućnosti javnih medijskih servisa, knjiga „Manifest o javnom medijskom servisu i javnom internet servisu” nudi jedno od mogućih rešenja i poziva na akciju. Osnovna polazna teza autora Kristijana Fuxsa i Klua Unterbergera jeste da je javni medijski servis u opasnosti, ali uz JMS otvaraju i pitanje interneta kao javnog dobra koje umesto da doprinosi demokratizaciji i razvoju društva, zapravo podriva demokratsku javnu sferu.

¹ Kontakt sa autorom: sanja.kljajic@ff.uns.ac.rs

Autori stoga razvijaju ideju da je savremenom globalnom društvu potrebna obnova društvenog dogovora o javnom medijskom servisu koji bi i u savremenom društvenom okruženju imao ključnu ulogu u promovisanju slobodnih i nepristrasnih informacija, ali tu ulogu proširuju i na internet. Oni zagovaraju novi oblik interneta koji bi bio sastavni deo javnih medijskih servisa, a sve u cilju zaštite i obnove demokratije i javne sfere.

Knjiga je nastala kao rezultat trogodišnje studije sprovedene od 2019. do 2021. u okviru Istraživačke mreže *InnoPSM* – Inovacije u politikama javnih medijskih servisa Univerziteta u Vestminsteru i Univerziteta u Helsinkiju. Metodologija obuhvata četvorostepeni proces, pri čemu je u prvoj fazi sprovedena anketa s pitanjima otvorenog tipa, a s idejom da se prikupe ideje o budućnosti interneta i JMS. Anketa je obuhvatila tri teme: 1) komuniciranje, digitalni mediji i internet u idealnom svetu; 2) progresivne reforme JMS; i 3) JMS i internet 2030. godine. U anketi je učestvovao 141 ispitanik, među kojima su bili i gledaoci JMS i stručnjaci koji su zainteresovani za budućnost javnih servisa. Fokus je bio na mladim ljudima/studentima, medijskim profesionalcima, ljubiteljima naučne fantastike, aktivistima i onlajn influenserima. U narednoj fazi realizovani su kratki video intervjui o tome kako bi JMS i internet u budućnosti trebalo da izgledaju. U trećoj fazi organizovan je webinar na kom se razgovaralo na temu „Mediji javnog servisa u izazovnim vremenima: povezanost, klima i korona”, a četvrti korak bilo je organizovanje dvomesečne onlajn debate u kojoj su 82 naučnika i stručnjaka za javne medijske servise diskutovali o utopijskim konceptima javnih servisa.

U netipičnoj strukturi, autori na samom početku predstavljaju tekst manifesta koji je proizašao iz rezultata istraživanja, a tek potom nude pregled rezultata svake od pojedinačnih faza. U prvom poglavlju koje nosi naziv „Uvod”, autori daju pregled idejnog koncepta i strukture istraživanja. Drugo poglavlje nosi naziv „Manifest o javnom medijskom servisu i javnom internet servisu” i donosi tekst manifesta s veb-linkom za potpisivanje Manifesta kao poziva za očuvanje i unapređenje javnih servisa. U trećem poglavlju „Izveštaj o rezultatima ankete o utopijama javnog medijskog servisa i javnog internet servisa” autor Kristijan Fuks predstavio je rezultate prikupljene u prvoj istraživačkoj fazi. U četvrtom poglavlju „Javni medijski servisi u kriznim vremenima: povezanost, klima i korona” autor Grejem Mardok diskutuje o ulozi javnih medijskih servisa u kriznim situacijama. U poslednjem petom poglavlju „Budućnost javnih

servisa i interneta” autori Alesandro Darma, Kristijan Fuks, Mina Horovic i Klaus Unterberger nude dve utopije – javnih medijskih servisa (JMS) i javnih internet servisa (JIS) koje su nastale kao rezultat istraživanja.

U celini posmatrano, knjiga teži da sagleda javne medijske servise i internet kroz tri perspektive: ona nudi sveobuhvatan pregled izazova s kojima su suočeni javni medijski servisi i internet, preispituje važnost njihove uloge u kriznim vremenima i traga za modelom JMS-a i interneta budućnosti, pri čemu viziji daju i vremensku odrednicu fokusirajući se na 2040. godinu kao ciljanu godinu za realizaciju vizije.

Identifikacija problema

Sagledavajući savremeni društveni kontekst, autori identifikuju tri velika izazova, odnosno krize koje preoblikuju društveni i kulturni život na fundamentalnom nivou. To je, na prvom mestu, hiperkonzumerizam, čiji su promotivni motori upravo dominantne onlajn platforme koje pokušavaju da manipulišu potrošačima, odnosno građanima. Drugo, erozija demokratije koja je uzrokovana kako komercijalnim digitalnim platformama zasnovanim na algoritmima i podacima, tako i lažnim vestima, usponom krajnje desnice, autoritarnih i nacionalističkih ideologija, nedostatkom vremena i prostora za debatu i fragmentacijom javnosti koja je stvorila takozvane „mehure” u kojima se pojedinci kreću. Treći izazov su klimatska kriza i periodične pandemije koje su povezane s degradacijom životne sredine.

Smeštajući JMS i internet u kontekst tri velika društvena izazova, autori uočavaju niz problema i prepreka – kako onih koji dolaze spolja iz okruženja, tako i onih iznutra.

Kritika digitalnih giganata, poput Gugla, Fejsbuka ili Majkrosofta predstavlja jednu od osnovnih niti pri sagledavanju spoljašnjih prepreka. Za ove kompanije kažu da njihova „ogromna ekonomska, politička i kulturna moć kolonizuje svet” (str. 114). Najpre im zameraju politiku algoritama i upotrebu podataka korisnika u komercijalne svrhe, što je, kažu, dovelo do fragmentacije javnosti, nedostatka slušanja i angažovanja, manjka debate, ali i fenomena poput lažnih vesti, post-istine, onlajn mržnje u vidu digitalnog fašizma, desničarskog ekstremizma, kao i stvaranju okruženja u kom botovi imaju mogućnost da kontrolišu političku kampanju, i posledično, stvorilo okruženje koje pospešuje širenje teorija zavere.

Govoreći o algoritmizaciji, autori naglašavaju da komercijalne kompanije imaju napredne algoritme u privatnom vlasništvu, čije su operacije patentirane, netransparentne, zatvorene, a ipak oblikuju sve više aspekata svakodnevnog života i odluka koje utiču na živote pojedinaca. Sveukupna algoritmizacija i komercijalizacija, smatraju autori, ugrožava demokratiju, jer kreira komunikacioni kontekst u kom dominiraju nadzor i marketing, a algoritmi kroje i personalizuju sadržaj spram ukusa i stavova pojedinca. Sve to doprinosi individualizmu koji se manifestuje kao težnja za akumulacijom lajkova, vidljivosti i pratilaca na društvenim medijima, dok se društveno dobro izgubilo iz fokusa.

Osim na račun digitalnih giganata, autori iznose i snažnu kritiku komercijalnih emitera, za koje navode da pokušavaju da akumuliraju pažnju i profit fokusirajući se na senzacionalizam, pojednostavljenje, personalizaciju, emocionalizaciju, površnost. Drugi oslonac u kritici nalaze u njihovom odnosu prema JMS. Podsećaju na optužbe koje neretko dolaze od komercijalnih emitera, posebno u Velikoj Britaniji, da JMS narušavaju konkurenciju i „kradu” gledaoce i korisnike. S druge strane, komercijalni emiteri tvrde da i oni pružaju sadržaje koji su od javnog interesa i doprinose ispunjenju obaveza javnih servisa, te veruju da bi i novac od pretplate trebalo da bude podeljen.

Među nepovoljnim faktorima navode se i brzina kojom se informacije proizvode, distribuiraju i konzumiraju, zbog čega često nedostaje vremena i prostora za dubinsko razmišljanje, angažovanje i debatu, što je dovelo do uspona partija krajnje desnice koje JMS optužuju za uređivačku pristrasnost i rasipništvo i dovode u pitanje opravdanost pretplate.

U nekim zemljama, dodaju autori, JMS su taoci autoritarnih režima. „Autoritarne tendencije u politici pokušale su da obuzdaju nezavisnost javnih medija i da ih pretvore u medije koje kontroliše država i koji deluju kao glasnogovornici vlada” (str. 21).

Kao ključne unutrašnje prepreke, autori navode birokratiju i konzervativni način razmišljanja koji koči promene i inovacije. Na listu dodaju i centralizaciju proizvodnje koja čini da se glasovi u prestonici ili većim centrima predstavljaju kao glas čitavog društva, a na istoj liniji je i kritika zbog nedostatka sociodemografske raznolikosti u unutrašnjoj organizaciji, u smislu klase, pola, starosti i etničke pripadnosti njihovog osoblja, koja se onda prevodi i u nedostatak raznolikosti u prikazima na ekranu i u stavovima. Prisutan je i deficit veština koje su neophodne kako bi se JMS transformisali u platforme i mreže pogodne za

21. vek. Radnu snagu koja poseduje ove veštine je teško zadržati, jer često ima daleko unosnije ponude u privatnom sektoru. Kako pišu:

„U pojedinim zemljama, JMS pati od nedostatka resursa ili je marginalizovan tako što služi samo maloj publici i proizvodi sadržaj koji komercijalni mediji ne žele da pruže. Neki JMS i dalje proizvode visokokvalitetan sadržaj, ali rade u sektorima s elitističkim načinom razmišljanja i bez ikakvog značaja za društvo” (str. 124).

Uloga javnih servisa u kriznim vremenima

Bez obzira na niz problema i prepreka, i baš imajući u vidu društveno-političke okolnosti, autori u knjizi posebno ističu značaj JMS i interneta kao dela rešenja u vremenima krize, kao što su pandemija COVID-19, klimatske promene i politička polarizacija. Ističu da su upravo JMS ti koji igraju vitalnu ulogu u pružanju objektivnih i nepristrasnih informacija, visokokvalitetnih obrazovnih materijala, raznovrsne zabave, ali i ulogu u otvaranju prostora za društvenu debatu.

U članku Grejema Mardoka posebno se obrađuje pitanje uloge javnih servisa u vremenima krize. Mardok u tom delu ukazuje na to da je javni servis tokom pandemije efikasno pružao informacije, obrazovanje i dramski program koji su u skladu s vrednostima kao što su jednakost, zastupljenost, solidarnost i briga, i popunio praznine koje su postojale u komercijalnim medijima. Osvrćući se posebno na britanski javni servis, autori ukazuju na to da je Bi-Bi-Si za vreme pandemije bio pouzdan izvor vesti i informacija za mnoge ljude u tom periodu.

Ali uloga Bi-Bi-Sija nije se svodila samo na pružanje informacija o pandemiji, dodaje Mardok. S obzirom na to da su škole tokom 2020. godine bile zatvorene u dužim vremenskim intervalima, mnogi roditelji su se prvi put suočili s izazovom organizovanja kućnog školovanja za svoju decu. Od velike pomoći bili su obrazovni resursi koje pruža Bi-Bi-Sijeva platforma s video zapisima, kvizovima i praktičnim vežbama koje prate nastavni plan i program za decu od četiri do osamnaest godina.

„Materijal je stavljen na raspolaganje i na mreži i putem dnevnih emisija. Ovaj dvostruki način isporuke bio je suštinska podrška principima pravičnosti i inkluzije jer (...) značajan broj domaćinstava s niskim primanjima nije imao pristup internetu” (str.75).

Osim u uslovima pandemijske krize, autor razmatra i izazove s kojima se javni servis suočava u uslovima neoliberalne ekonomije, autoritarne populističke politike i izrazite polarizacije društva. U ovom delu, autor pokazuje da stoji na istoj liniji s autorima istraživanja i ujedno autorima manifesta, posebno apostrofirajući mogućnosti i „utopije” u redefinisaju koncepta javnih servisa.

Mardok ističe nekoliko prednosti javnih servisa koje podupiru stav da JMS i danas mogu da se postave kao lideri u rešavanju velikih društvenih problema. Prvo, Bi-Bi-Si ima „dugu istoriju pionirskih tehnoloških inovacija”, koje ne podrazumevaju puko prilagođavanje tehnologijama, već nalaženje definicije „kako bi trebalo da izgledaju dobra tehnologija i odgovorne inovacije”, odnosno načina za korišćenja novih tehnologija za stvaranje univerzalno dostupnih prostora. Osim toga, javni servis je, kako navodi autor, već deo svakodnevnog života i baštini visok nivo poverenja građana. Bez obzira na brojne kritike koje se pre svega odnose na informativni program, JMS i dalje proizvodi niz lokalnih i nacionalnih programa za radio i televiziju, „baveći se ogromnom lepezom tema i koristeći raznovrsnost izražajnih formi”. Kao takav, ima predispozicije da zajedno s „novim internetom” postane deo zajedničkog digitalnog dobra”, kome autor dalje daje važnu ulogu u facilitaciji javne debate.

Za javne medijske servise (JMS) i javne internet servise (JIS) Mardok veruje da imaju potencijal da stvore „savremene kafiće bez zidova i društvenih isključenja, kombinujući pristup punom spektru maštovitih i informacionih resursa koji podržavaju efektivno učešće s novim prostorima susreta i promišljanja” (str. 86).

S druge strane, upravo u ekološkoj krizi, Mardok vidi šansu i za uključivanje mladih. Naime, iako kritičari javnih servisa konstantno ukazuju na nezainteresovanost mladih za sadržaje JMS, Mardok navodi da kontinuirana podrška mladih akcijama protiv klimatskih promena ukazuje na to da „sadašnji trenutak globalne pandemije i ekološke krize nudi neviđenu šansu da se mladi ljudi angažuju tako što će se baviti otvorenim i participativnim istraživanjima izazova s kojima se suočavamo, i oblikovanjem njihove budućnosti na osnovu etosa kolektivne brige o planetarnim resursima i životima drugih” (str. 105).

Utopijski koncepti javnih servisa

Trogodišnja studija imala je za cilj kreiranje utopijskih koncepata javnih medijskih i internet servisa. Kroz četvorostepeni proces, autori su pokušali da

kombinacijom anketa, fokus grupa i intervjua s različito struktuiranim grupama prikupe i uobliče ideje za razvoj onoga što nazivaju „digitalnim društvenim dobrom”.

Ispitanike su smestali u dva vremenska okvira. Prvi je savremeni kontekst, s ciljem da identifikuju slabosti, snage, šanse i pretnje postojećih koncepata; a drugi budućnost, u kojoj pozivaju na dva nivoa imaginacije. Jedan nivo poziva ispitanike da zamisle „najbolji mogući svet”, a drugi da u njega smeste informativne navike i potrebe građana. Ispitanicima tako postavljaju pitanja poput „koju vrstu medija bi koristili i zašto”, „kako bi izgledao internet, a kako javni medijski servis”, „kako je došlo do promena”, ali ih u krajnjoj liniji smestaju i na rukovodeće pozicije s kojih su ispitanici bili pozivani da operacionalizuju promene.

U odgovorima ispitanika može se uočiti osnovna linija postojećeg koncepta javnih medijskih servisa, koju sada projektuju kao zajedničku liniju JMS i JIS, a to je da je njihova uloga da informišu, obrazuju i zabave.

U pogledu informisanja, ispitanici ističu spremnost da plaćaju usluge digitalnih medija koji nude dobro istražene i kvalitetne informacije, odnosno profesionalno novinarstvo koje nudi „ništa manje od tri eksterne provere sadržaja”. U obrazovnoj ulozi kao posebno važan segment prepoznaju kritičku digitalnu medijsku pismenost. „U utopijskom konceptu, svi građani su dobro obrazovani o medijskoj, komunikacijskoj i informacionoj pismenosti koja je od suštinskog značaja za korišćenje i evaluaciju kanala komunikacije. U ovom svetu, pomenute pismenosti su deo nastavnih planova od osnovne, preko srednje škole, kao i na fakultetima” (str. 39). I na kraju, govoreći o ulozi zabave, ističu važnost povlačenja jasne granice između informacija i zabave.

Ideje se dalje računaju u dva pravca. Jedan obnavlja društveni dogovor o javnim medijskim servisima, a drugi razvija ideju javnih internet servisa (JIS) kao novog segmenta unapređenih JMS.

Rezultati istraživanja ukazuju na težnju ispitanika da zadrže osnovne vrednosti na kojima je osnovan JMS: da bude jednako dostupan svima i da osigura da uređivačke i kreativne odluke budu nezavisne od državnih i poslovnih interesa, da promoviše društvenu, regionalnu, ekonomsku, političku, kulturnu i versku raznolikost i reflektuje složenost svakodnevnog života i svakom članu društva omogućiti da se oseća reprezentovanim kroz program JMS-a.

Od javnih servisa u budućnosti očekuju viši nivo transparentnosti – kroz organizovanje javnih rasprava, kroz proces eksterne evaluacije i kontrole kvaliteta.

U budućnosti, ispitanici vide javne servise koji izveštavaju neutralnije i nepristrasnije, nisu pod uticajem spoljnih pritisaka, konsultuju javno mnjenje i doprinose smanjenju polarizacije društva tako što uspevaju da dopru do svih delova društva, uključujući i fragmentiranu i manje obrazovanu publiku, one koji izbegavaju informacije i manjine. Ipak, od JMS ne očekuju balansiranje pri izveštavanju, već predlažu da se novinarima javnih servisa pruži mandat da preispituju ideje i osporavaju neistine u cilju osnaživanja javnosti.

Promene koje zamišljaju na unutrašnjem organizacionom nivou se najpre odnose na viši stepen pluraliteta u upravljačkim strukturama i među zaposlenima. Organizacione strukture JMS u budućnosti su raznolike, predstavljaju obične ljude i različite grupe iz svih društvenih sredina i oblasti, regiona i delova sveta, i reprezentuju društvenu raznolikost u smislu društvene klase, etničke pripadnosti, pola, etničke pripadnosti, starosti i geografskog porekla. Ovo bi se osiguralo kroz inkluzivne i transparentne mehanizme zapošljavanja.

Jedna od ideja predstavljena u okviru JMS utopije jeste da javni servis ne funkcioniše samo na nacionalnom, već i na regionalnom i globalnom nivou i da se transformiše iz jednog emitera u mrežnu infrastrukturu koja počiva na razmeni i pluralizmu, s težnjom da se razbije postojećih evrocentrizam u izveštavanju.

Među rezultatima istraživanja nije uočen predlog za promenu izvora finansiranja, ali se naglašava potreba za stabilnim kontinuiranim finansiranjem. Međutim, pojedini ispitanici ističu važnost pretplate i potrebu za zabranom oglašavanja i potrebu za evaluacijom vrednosti javnih medija kroz prizmu koristi koje pružaju društvu, a ne na osnovu veličine publike ili gledanosti, čime se povlači jasna razlika u odnosu na komercijalne emitere.

Od javnih medijskih servisa ispitanici očekuju nadogradnju u sferama u kojima su pokazali svoju dominaciju, a to su sadržaji koji podržavaju obrazovni razvoj dece, izveštavanje o čitavom spektru interesovanja i briga mladih ljudi, ali obezbeđivanje sveobuhvatnih resursa za doživotno učenje odraslih.

S druge strane, od JMS-a se očekuje da bude pokretač promena u proizvodnji sadržaja i usluga i da posebnu pažnju posveti razvoju inovativnih stilova medijske produkcije koji naglašavaju, objašnjavaju i kontekstualizuju probleme ukazujući na dalekosežne društvene implikacije.

Opstanak JMS-a u budućnosti ispitanici zasnivaju na saradnji sa zajednicom i otvaranju mogućnosti za participativnost građana u okviru zajedničke javne arene. „(...) saradnja s drugim neprofitnim organizacijama, posebno drugim javnim organizacijama kao što su biblioteke, muzeji, arhivi, univerziteti, itd, kao i neprofitnim organizacijama civilnog društva kao što su nezavisni mediji, mediji zajednice, građanski mediji/ novinarstvo, neprofitne internet platforme itd” (str. 67).

Drugi čvor koji ispitanici vide kao ključan za JMS budućnosti jeste participativnost, posebno u proizvodnji programa, odnosno u razvijanju atraktivnih oblika korisnički generisanog sadržaja. „Više učešća i doprinosa većeg broj građana može povećati angažovanost, posvećenost javnom dobru, odgovornost javnih politika i efikasnost javnih odluka” (str. 42).

JMS utopija javne servise vidi kao facilitatore društva koji ostvaruju sve uslove da postanu osnova za formiranje još jednog javnog servisa – javnog internet servisa (JIS). On bi funkcionisao po istom modelu kao i JMS: „od javnosti za javnost”. Kako objašnjavaju autori, to je internet koji „unapređuje umesto da ugrožava demokratiju i javnu sferu i koji pruža nov i dinamičan zajednički prostor za povezivanje, razmenu i saradnju”. JIS bio bi zasnovan na internet platformama kojima upravljaju javni medijski servisi, ali je u tesnoj saradnji s civilnim društvom, pojedinačnim korisnicima, građanima i kreativnim, kulturnim i obrazovnim sektorom.

Drugi korpus ideja razvija koncept javnog internet servisa koji deli vrednosti na kojima počiva i javni medijski servis – podržava aktivno građanstvo pružanjem sveobuhvatnih informacija i analiza, teži raznolikosti društvenog predstavljanja i kreativnog izražavanja i radi na proširenju mogućnosti za učešće. On angažuje, informiše i podržava javnost i stavlja društvene potrebe na prvo mesto.

Ideja JIS podrazumeva decentralizovani model samoupravljanja zajedničkim digitalnim dobrima koji bi „stavio proizvodnju i cirkulaciju znanja, značenja i smisla u ruke nemoćnih”. U takvom uređenju, ljudi bi proizvodili dobra i usluge koji su dostupni kao besplatna roba i niko od toga ne profitira, a sistem bi se finansirao javnim novcem (putem poreza, naknada ili pretplate). U tom smislu, ispitanici predviđaju transformaciju pretplate za javni medijski servis u pretplatu ili licencu za oba javna servisa u digitalno doba.

U svojim odgovorima, ispitanici posebno razrađuju nekoliko tačaka koje suprotstavljaju postojećem modelu interneta kojim dominiraju privatni giganti.

Na prvom mestu je valorizacija privatnosti podataka tako što korisnici mogu da upravljaju svojim podacima, za razliku od digitalnih giganata koji kako autori navode, „čuvaju svaki klik i svaki onlajn potez koji napravimo da bi pratili i unovčili ponašanje korisnika” (str. 122).

Algoritmi JIS su otvorenog koda i transparentni, takozvani „algoritmi za javnost”. Ovakvi algoritmi pomažu u organizovanju platformi, formata i sadržaja JIS, dajući preporuke i sugestije na osnovu transparentnih procedura i bez reklama, trgovine i nadzora. Algoritmi javnih servisa su posvećeni tome da odražavaju raznolikost javnosti i unaprede pristupačnost, pravičnost i inkluzivnost. JIS tako ima nekomercijalni karakter, ne vode ga interesi profita, oslobođen je reklama i ne manipuliše ljudima s ciljem da ih navede da kupe stvari.

I u JIS utopiji snažno se ističe potreba umrežavanja i međudržavnog povezivanja javnih servisa među kojima postoji deljenje sadržaja, a sve s ciljem da se omogući javni pristup kulturnim produkcijama, naučnom znanju i tehnološkim inovacijama.

Ispitanici su kao jedan od segmenata JIS zamišljali internet platforme poput alternativnih servisa za video strimovanje, audiovizuelne muzičke platforme u javnom vlasništvu koja je sveobuhvatni javni muzički servis, alternativnog servisa korisnički generisanog sadržaja, alternativnog pretraživača, nove platforme za debate i diskusije, javne arhive/biblioteke s pristupom repozitorijumima širom sveta itd. Naglasili su da bi takve usluge trebalo da budu dostupne svima, bez vremenskih i prostornih ograničenja.

Poseban segment diskusije o JMS i JIS utopijama jeste i operacionalizacija vizija, do koje su autori došli kroz pitanja o tome šta bi ispitanici učinili kad bi se našli na rukovodećim pozicijama u javnim servisima. U ovom delu autori još jednom prave pregled najvažnijih karakteristika uobličenih utopija, a izdvaja se i nekoliko ideja koje se uglavnom bave konkretnim uređivačkim potezima, kupovinom i promenom prirode postojećih internet platformi i upotrebom veštačke inteligencije.

„AI sistem s više agenata omogućava da (a) svaku vest dobijam samo jednom, bez obzira na to što su mnogi mediji možda kopirali saopštenje za medije i objavili na svojim veb lokacijama/u svojim aplikacijama; da (b) mogu odmah da stignem od ove jedne vesti koju čitam do drugih vesti ili informativnih veb

lokacija u vezi s istim kontekstom, ali bez da budem uhvaćen u mrežu jednog jedinog medija i bez potrebe da se prebacim na pretraživače koji bi prikazali rezultat moje pretrage; da (c) ima oznake i indikatore u vezi sa institucionalnom, političkom ili medijskom pozadinom autora vesti koju čitam; i da (d) ima sofisticirane mehanizme da me gurne iz okvira sopstvenog *mehura*” (str. 44).

Osim toga, u ovom segmentu se nalaze i konkretni predlozi koji se odnose na finansiranje novih servisa, a koji se uglavnom odnose na oporezivanje komercijalnih platformi i preusmeravanje novca od tako prikupljenog poreza za „finansiranje razvoja novih medijskih platformi/usluga digitalnih javnih servisa i partnerstava za javne/zajedničke digitalne usluge” (str. 47).

Manifest o javnom medijskom servisu i javnom internet servisu i njegovi dometi

Uz opsežno sagledavanje problema i mogućnosti javnih servisa, ali i rezultata temeljnog istraživanja koje se zasniva najpre na perspektivama publike u odnosu prema javnim servisima i internetu, autori su ponudili sadržajan manifest čiji je osnovni cilj da akumulira podršku za očuvanje i unapređenje demokratskog komuniciranja kroz obnovu javnih medijskih servisa i osnivanje novog javnog internet servisa.

U svojoj osnovi manifest nudi deset principa na kojima se zasnivaju promene u sferi onoga što nazivaju „zajedničkim digitalnim dobrom”.

Prva dva principa definišu osnovnu ideju da se, s jedne strane, javni medijski servis mora sačuvati, a s druge, da se mora raditi na stvaranju pravnih, ekonomskih i organizacionih osnova za proširenje JMS na javni internet servis. Treći princip ukazuje na to da takav JMS mora da se razlikuje od komercijalnih medija i da mora da se obraća građanima, a ne potrošačima. Kao takvi, JMS i JIS imaju ulogu da doprinose demokratskom, održivom i pravednom društvu. U šestom principu autori se bave finansiranjem javnih servisa i predlažu modele javnog finansiranja kao što su pretplata, nordijski model poreza na javne usluge i transnacionalni mehanizam finansiranja. U ostalim principima, autori se bave daljom razradom ideje o formiranju javnog internet servisa koji promoviše jednakost i različitost, koji bi morao da ostvari pravičnost, demokratiju, participativnost, građanski dijalog i angažovanost na internetu, ali i da donese nove formate, sadržaje i živopisnu saradnju s kreativnim sektorima. Takav JIS bi tre-

balo da doprinese društvenoj koheziji i da bude pokretač promena u kreiranju novih sadržaja i usluga uz stvaranje održivog ekosistema za medijske inovacije.

Iako knjiga „Manifest o javnom medijskom servisu i javnom internet servisu” predstavlja važan doprinos raspravi o ulozi javnih medijskih servisa u digitalnoj eri, autori problem javnih servisa posmatraju kroz ideološki prizmu, predstavljajući javne servise kao isključivo levi ideološki koncept koji desne ideologije posmatra kao pretnju, što ograničava mogućnost sagledavanja koncepta JMS i JIS kao univerzalnog dobra koji osigurava koheziju društva bez obzira na ideološka neslaganja. Drugi ograničavajući faktor jeste sagledavanje pitanja JMS-a dominantno iz perspektive najstarijeg i najuglednijeg javnog servisa Bi-Bi-Sija, pri čemu se zanemaruju različiti konteksti iz kojih su nastajali drugi javni medijski servisi u Evropi. S druge strane, koncept javnih internet servisa predstavlja nadnacionalnu i radikalnu ideju koja zahteva globalnu raspravu i prevazilazi potrebe i mogućnosti lokalnih zajednica.

Imajući u vidu prirodu krize javnih medijskih servisa u Srbiji, idejni koncepti koje donosi manifest bi zahtevali promišljanje čitavog jednog dodatnog segmenta koji bi se bavio osiguravanjem nezavisnosti i stabilnosti finansiranja, kao preduslovima za dalje unapređenje usluga i odnosa sa zajednicom. Ipak, imajući u vidu da u utopiji javnih medijskih servisa autori apostrofiraju vrednosti na kojima već počivaju JMS, predloženi Manifest može da posluži kao polazna osnova za javnu debatu o redefinisaniu JMS u Srbiji. I konačno, s obzirom na značajan akcenat koji se kroz istraživanje stavlja na perspektive publike, autori otvaraju ključnu temu koja bi mogla da oblikuje novi društveni dogovor o javnim medijskim servisima, a to je nužnost građenja savezništva s građanima koji – i u postojećem i u utopijskom konceptu – ostaju osnivači, finansijeri i nadzornici javnih medijskih servisa kao zajedničkog dobra.