

Sloboda novinarstva u Srbiji pod pritiskom politike i novca¹

Ana Milojević²

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

Aleksandra Ugrinić³

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

UDC 070.1(497.11)“2000/..“

Rezime: Cilj ovog rada je da preispita nivo dostignutih sloboda za rad medija u Srbiji, kao i spremnost novinarske zajednice da se odupre spoljnim pritiscima i odgovori na osnovnu profesionalnu misiju objektivnim, pravovremenim, potpunim i istinitim izveštavanjem. Aktuelna profesionalna zbivanja neophodno je posmatrati kroz medijskog sistema koji je karakterističan za sve postkomunističke zemlje. Odgovor na pitanje da li nakon dvodecenijske tranzicije u Srbiji postoji adekvatna društveno-politička klima za ostvarenje ideala novinarstva definisanog normativnim zahtevima, potražićemo operacionalizacijom tri seta ključnih indikatora. Dejstvo političkih i ekonomskih pritisaka na rad medija, uslovi tržišta, kao i važeći standardi unutar profesionalne zajednice razmatraju se upotrebom strukturalističke argumentacije. Metodološki, rad je baziran na sekundarnoj analizi kvantitativnih podataka dobijenih anketiranjem novinara/urednika i vlasnika/menadžera, kao i kvalitativnom obradom izjava iz četiri fokus grupe. Komparirajući rezultate ovog istraživanja sa relevantnim indeksima koji mere slobodu medija, možemo zaključiti da se novinarstvo još uvek ne može smatrati „doraslim“ čuvarom demokratije u Srbiji. Ovakvo stanje uzrokuje politizovan medijski sistem, paralelizam političkih i ekonomskih pritisaka na rad medija, dominacija senzacionalizma i trend tabloidizacije, kao i činjenica da je novinarska profesija bez jasno određenog identiteta.

Ključne reči: medijski sistem, politički pritisci, medijsko tržište, sloboda novinarstva, profesionalni standardi

¹ Tekst je nastao na osnovu rezultata naučno istraživačkog projekta *Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva*, koji je sproveo Centar za medije i medijska istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu. Projekat je realizovan u okviru Regionalnog programa podrške istraživanjima u oblasti društvenih istraživanja na Zapadnom Balkanu (RRPP), koji vodi Univerzitet u Friburgu, uz finansijsku podršku Švajcarske agencije za razvoj i saradnju (SDC). Mišljenja izneta u ovom izveštaju su mišljenja autora i ne predstavljaju nužno mišljenja SDC niti Univerziteta u Friburgu.

² Kontakt sa autorkom: ana.milojevic@fpn.bg.ac.rs.

³ Kontakt sa autorkom: aleksandra.ugrnic@fpn.bg.ac.rs.

Savremeni razvoj unutar „polja novinarstva“ otvara niz pitanja o budućnosti „četvrtog stuba demokratije“. Danas se novinarstvo nalazi na istorijskoj prekretnici, koju teoretičari u oblasti medijskih studija nazivaju „globalnom krizom“. Novinari i medijske institucije nisu više jedini društveni akteri koji imaju prvenstvo pristupa javnoj sferi. Njihova nekada ekskluzivna društvena pozicija „čuvara kapija“ biva sve više ugrožena razgranatom, neposrednom, javnom komunikacijom koja se odvija putem veb 2.0. Gledajući u budućnost, novinari sebe vide kao „tehnološki višak“, jer njihovu ulogu profesionalnih komunikatora preuzimaju drugi, neprofesionalni pojedinci i grupe. Ovakav vid participacije u javnoj sferi ne karakterišu tradicionalne novinarske konvencije i praksa, ali ona zadovoljava društvenu funkciju koju su nekad imali isključivo mediji. Posmatrano kao set institucionalizovanih praksi smeštenih unutar medija, novinarstvo se menja u strukturalnom i vokacionom smislu, zajedno sa transformacijom društva, kulture i medijskih institucija koju inicira razvoj novih tehnologija komuniciranja (Dahlgren, 2010).

Skicirane tehnološke promene u oblasti komunikacija, i njihov uticaj na tradicionalne medijske prakse i novinarstvo širom sveta, kontekstualizuje se u specifičnom medijskom sistemu Srbije. On se transformiše, kao i sistemi Zapadnog Balkana u uslovima društvene tranzicije, u okviru koje mediji još uvek nisu postigli pun potencijal „psa čuvara demokratije“. Ovakav ambijent čini medije mnogo ranjivijim na *globalnu krizu* novinarstva, u poređenju sa razvijenim demokratskim sistemima zapadnog tipa. Medijski sistemi „nedozrele“ demokratije i nerazvijene socijalno-ekonomske baze, nemaju mogućnosti da prate razvoj novih tendencija, niti da se rukovode idealom „javnog interesa“. Cilj ovog rada je da preispita sposobnost novinara u Srbiji da zadovolje norme kvalitetnog javnog komuniciranja (koje treba da doprinese demokratizaciji društva i uspostavljanju demokratskih vrednosti unutar socio-kulturnog sistema) pod pritiskom globalnih socio-tehnoloških promena u specifičnom lokalnom socio-ekonomskom ambijentu.

Kao polaznu osnovu za promišljanje savremene uloge novinara u društvu, budućnosti profesije i valorizacije izazova pred kojima se ona nalazi u Srbiji uzimamo modernu ili „klasičnu paradigmu“ novinarstva. U ovom teorijskom okviru uloga novinara je da obaveštavaju o događajima i pojavama, definišu javnu agendu i obezbeđuju građanima, koji dele istu kulturnu matricu, osnovne resurse za participaciju u političkoj i kulturnoj sferi društva. (Dahlgren, 2009) Ovakvo shvaćeno novinarstvo predstavlja integrativnu snagu društva i arenu za

javnu debatu, koja je preduslov za nastanak, unapređenje i jačanje demokratske društvene klime. U zavisnosti od tipa kulture i društva, njegovog istorijskog i kulturnog razvoja, vrste režima i političkog sistema, različita društva su manje ili više dosegala ovaj paradigmatički normativni model novinarstva. Kroz prizmu klasične paradigme nameće se pitanje šta utiče na slobodu novinarstva u Srbiji? U tu svrhu analiziraćemo tri seta indikatora:

- političke pritiske na medije i medijske radnike;
- tržišne, odnosno ekonomske uslove za rad novinara;
- profesionalne standarde.

Metodološki, ovaj rad se bazira prevashodno na analizi podataka istraživanja „Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva“⁴. Rezultati ovog istraživanja predstavljaju autopercepciju novinara i vlasnika/menadžera medija dobijenu anketnim ispitivanjem i fokus grupnim intervjuima. Koristeći strukturalnu argumentaciju aktuelni društveni horizont je posmatran kroz percepciju okruženja, odnosno analizu postavljenih indikatora slobode novinarstva. Teorijskim pregledom literature i rezultatima drugih istraživanja o profesiji razmatraćemo poziciju Srbije u odnosu na zemlje sa sličnim socio-političkim karakteristikama.

Karakteristike medijskog sistema Srbije

Demokratski potencijal profesije nije moguće posmatrati izolovano od medijskog sistema. Klasifikacije ovih sistema se temelje na zakonskom okviru, geografskim karakteristikama pojedinih zemalja, kulturi jezika, političkim normama, ali neizostavno obuhvataju i stanje, odnosno dostignuti nivo medijskih tehnologija i njihove difuzije. Ovi formativni činioci medijske sfere istorijski su se razvijali unutar pojedinih nacionalnih okvira (Kleinsteuber, Thomass, 2010). Stoga su normativne osnove profesije koračale dugom stazom razvoja medijskog sistema Srbije i na tom razvojnom putu prolazile brojne faze od strogo kontrolisane, zauzdane i indoktrinirane, do standardizovane, demokratske i zakonski regulisane. Sasvim razumljivo je da su ovako strogo diferencirane etape u razvoju medijskog sistema krojile kapu novinarskoj profesiji.

⁴ Kompletan izveštaj i rezultati istraživanja „Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva“ dostupni su URL: <http://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2011/07/Profesija-na-Raskr%C5%A1%C4%87u.pdf>. Ovim istraživanjem anketno je ispitano 260 novinara/urednika, 50 vlasnika/menadžera medija i urađene su četiri fokus grupe. Fokus grupa sa osam učesnika održana u Beogradu 11. 2. 2011. (FG1), fokus grupa sa sedam učesnika održana u Beogradu 11. 2. 2011. (FG2), fokus grupa sa osam učesnika održana u Kragujevcu 12. 2. 2011. (FG3), fokus grupa sa sedam učesnika održana u Novom Sadu 12. 2. 2011. (FG4).

Medijski sistem Srbije kao zemlje bivšeg socijalizma pretrpeo je duboke promene kako u političkom, tako i društveno-ekonomskom smislu. Urušavanjem socijalističkog režima, pojavom višestranačkog parlamentarizma dolazi do modifikovanja medija, koji pokušavaju da se otrgnu iz „skuta jednoumlja”. Sveobuhvatna tranzicija dovodi do vrtoglavog zaokreta unutar medija, ali i same profesije. S jedne strane novinari streme da steknu poverenje demokratske javnosti, a s druge da raskinu sa recidivima prošlosti. Sudbina zemalja Jugoistočne Evrope bila je gotovo identična dok se neke nisu pridružile EU, i karakterisalo ju je „pomanjkanje jasne medijske politike i određena zakonska praznina nakon pada totalitarnih režima”. Ovakve sisteme mnogi teoretičari medija nazivaju „medijskim džunglama” (Gavranović, 2006: 63).

Kao džungla medijski sistem Srbije ulazi u još jedan period prestrukturiranja, koja podrazumeva suštinsku *demokratsku* i *profesionalnu* transformaciju nakon promene režima 2000. godine. Demokratska transformacija obuhvata promenu medijske regulative – ukidanje restriktivnih zakona donesenih u vreme „Miloševićeve vladavine”. Profesionalne promene ponašanja medijskih radnika podrazumevaju zaokret ka normativnoj paradigmi – usvajanje standarda objektivnog izveštavanja, karakterističnih za anglo-saksonski medijski model, kao i utemeljenje etičkih i profesionalnih kodeksa. Ovakav medijski sistem pretpostavlja „distanciranje profesionalaca od uticaja vlasti, politike i drugih centara moći, uvođenje dualnog modela vlasništva i uspostavljanje slobodnog medijskog tržišta” (Veljanovski, 2009: 32). Iako su neke od zemalja iz regiona prošle brže kroz tranzicijski proces od Srbije, a neke i postale članice Evropske unije, poput Mađarske, Češke ili Slovačke, većina i dalje ima ključna zajednička svojstva: nerazvijenu političku kulturu, nedovoljno razvijenu društvenu svest i nepotpun zakonski okvir. U ovako „rastresitoj” profesionalnoj atmosferi, novinari su u neprestanoj trci za opstanak, ali i na razmeđi starog i novog. Uprkos pozicioniranosti novinara u društvenoj strukturi i ograničenjima koja su im nametnuta, ne treba zanemariti prioritarnu misiju profesije, da ostane slobodna i da čvrsto odoleva spoljnim uticajima države, partija i novca. U skladu sa ciljem ovog rada nastojaćemo da odgovorimo u kojoj meri je ovako definisan ideal novinarstva u Srbiji ostvariv?

Politički pritisci na medije i medijske radnike

Posmatrajući razvojni put medijskog sistema u Srbiji, do 2000. godine, on prelazi od samoupravno-socijalističkog u državno-partijski tip (Radojković, 1984). Obe faze karakteriše snažna kontrola države i partija nad medijskim vlasništvom, kadrovskom politikom, a samim tim i nad uređivačkom koncepcijom, kao i produkcijom medijskih sadržaja. Iako je 2000. godina naznačila snažan zaokret u medijskoj politici sa ciljem distanciranja novinarskog esnafa od uticaja politike i drugih centara moći, u praksi ovi ciljevi nisu ostvareni u potpunosti. Ako pogledamo presek stanja medijske sfere u Srbiji 2005, prema rečima Snježane Milivojević, aktuelna vlast se ponašala kao da je tranzicija uglavnom završena i pokušavala je da nepostojanje jasne medijske politike predstavi kao delovanje slobodnog tržišta (2005: 272). Pola decenije nakon političkih promena nije postojao čvrst konsenzus i istrajnost u sprovođenju medijske reforme: „zalaganja koja teže promociji i primeni najviših demokratskih i profesionalnih standarda nemaju dovoljnu podršku.“ (Veljanovski, 2005: 268) Uticaj duge tradicije u kojoj se „tražila apsolutna poslušnost i odanost novinara vladajućim idejama“ (Bjelica, 2006: 415) u uslovima ideologiziranog i politički kontrolisanog društvenog ambijenta ostavio je svoj trag. Takođe, političke elite se ne odriču tako lako utemeljenih mehanizama društvene kontrole posredstvom medija.

Stoga, ako pokušamo da definišemo svojstva današnjeg sistema u Srbiji, smatramo da on ima najviše karakteristika, po Manciniju, političko-polarizovanog, medijskog sistema među kojima su: komentatorski novinarski stil, eksterni pluralizam i težnja parlamenta da kontroliše javnu televiziju, čime se narušava profesionalni princip nepristrasnosti. (Hallin, Mancini, 2004). Iako je izbor upravnog odbora javnog servisa formalno nezavisan proces, vlada je razvila indirektno mehanizme kontrole Radio-televizije Srbije. Smanjenjem broja članova saveta Republičke radiodifuzne agencije (RRA)⁵ izjednačen je broj predlagača njenih članova iz redova vlasti i civilnog sektora, a uticaj se ogleda i u nejednako određenoj dužini trajanja mandata predstavnika različitih društvenih grupa.⁶ Kada je o novinarskom stilu reč, domaća štampa teži da predstavlja različite političke opcije i vidno je mobilizatorska. Na osnovu Media Sustaina-

⁵ RRA imenuje članove Upravnog odbora javnog servisa koji bira direktore RTS-a.

⁶ Članovi RRA koje predlažu državni organi imaju duži mandat (u trajanju od šest godina) u odnosu na mandate predstavnika medijskih udruženja i nevladinih organizacija (četiri godine). Pogledati Zakon o izmenama i dopunama Zakona o radiodifuziji, član 1. stav 3.

bility Index (MSI) skora, pluralizam vesti u Srbiji je na osrednjem nivou (2,27). Eksterni pluralizam u smislu postojanja velikog broja medija ne podrazumeva da se mnoštvo različitih mišljenja i stanovišta čuje u javnosti. Naime, produkcija nacionalnih televizija je uglavnom komercijalnog tipa i ne može se reći da podstiče javnu debatu o relevantnim društvenim temama, dok lokalni mediji zbog loše ekonomske pozicije gotovo da nemaju nikakvu nezavisnu produkciju i oslanjaju se na novinske agencije kao izvore vesti. Sve navedene karakteristike u osnovi odgovaraju mediteranskom medijskom modelu.

U medijskom sistemu sa navedenim karakteristikama, mogućnost novinarstva da deluje u javnom interesu još uvek je ograničena različitim pritiscima, posebno iz sfere politike. Da je novinarstvo u Srbiji politizovano, smatra 81 odsto novinara ispitanih u istraživanju Strategic Marketing-a iz 2007. Nedostatak autonomije novinara potvrđuju i druga različita istraživanja (Široko, 2005; Kujundžić, Kožul, 2007; Raković, 2007; Strategic Marketing, 2008; Janković, 2009) koja ukazuju na kontinuirano dejstvo političkih pritisaka u medijskoj sferi. Poslednje u nizu istraživanje „Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva” potvrđuje da profesija još uvek nije dosegla poželjan demokratski potencijal. Na pitanje šta smatraju najvećim trenutnim problemom medija, novinari uočavaju jak politički pritisak i odsustvo medijske autonomije. Profesionalna zajednica smatra da je intenzitet pritisaka na lokalnom nivou izraženiji nego na nacionalnom. Reči jednog od ispitanika fokus grupe ilustruju nepisana pravila igre na lokalnom nivou: „Privatni mediji ako su distancirani od lokalnih političara onda su *prokazani mediji* i zbog toga su pod konstantnim političkim pritiscima...” (FG3 ispitanik 6). Zanimljivo je da rezultati fokus grupnog istraživanja ukazuju na to da neki novinari pritisak ocenjuju jačim nego što je bio u vreme „mračnog doba“: „politički pritisci nisu manji nego devedesetih, ali je razlika u tome što je pritisak bio kontinuiran i nekako su svi bili naučeni kako da izveštavaju. Sada pritisaka ima mnogo više i sa raznih strana, i oni mnogo više opterećuju...” (FG1 ispitanici 2,4). Fizičke pretnje, telefonski pozivi i tužbe su značajan vid pritiska na novinare bez obzira na tip medija prema teritorijalnoj pokrivenosti, mada oblici pritiska mogu biti i perfidniji: „postoje takve osobe koje nisu poželjne na nekim televizijama i urednik ih imenuje kao takve, a novinari često i ne znaju zašto su ti izvori nepoželjni...” (FG3 ispitanik 1).

Šta smatrate najvećim problemom medija u ovom trenutku?	vlasnici/ menadžeri medija	novinari
	procenti	procenti
nepovoljan ekonomski položaj pojačan svetskom ekonomskom krizom	25,90	17,23
nedovršena tranzicija i neodgovarajući znanoski okvir za rad medija	20,14	13,59
loša medijska politika i nezainteresovanost države za sudbinu medija	15,11	14,85
jak politički pritisak i odsustvo medijske autonomije	10,07	20,59
tehnološka zaostalost	8,63	4,34
veoma loš kvalitet medijskog sadržaja, dominacija senzacionalizma i tabloidnog novinarstva	19,43	27,59
nešto drugo, šta:	0,72	1,54
bez odgovora	0	0,28
ukupno	100	100

Tabela 1. Najveći problem medija
(*N (vlasnika/menadžera medija) = 51; N (novinara) = 260)

Nužno se nameće pitanje ko vrši najveći pritisak na rad medija u Srbiji. Percepcija novinara i vlasnika/menadžera medija potvrđuje polazno stanovište o neraskidivoj sprezi države, političkih aktera i vlasnika krupnog kapitala u sputavanju novinarske slobode izražavanja. Političke partije na vlasti, zajedno sa onima u opoziciji, u 30 odsto odgovora novinara i vlasnika medija, prepoznati su kao dominantan kanal intervencije na objavljene sadržaje. Uticaj vlade Srbije daleko se manje prepoznaje u odnosu na lokalnu sredinu u kojoj je uticaj lokalnih vlasti na rad medija trostruko izraženiji. „Novinari u regionalnim televizijama imaju ugrađenu autocenzuru i ne objavljuju ništa što bi bilo protivno interesima lokalne vlasti” reči su mlade novinarka (FG3 ispitanik 2), a dva vlasnika lokalnih medija ističu da je „previše kompromisa i kupoprodaje unutar profesije” (FG3 ispitanici 5,6).

Politički akteri služe se finansijskim merama kao svojevrsnim sredstvom uticaja. Na taj način politika i država upliću se u zakone tržišta, a politički pritisak se preobražava u ekonomski: „Pritisak je pre svega ekonomski, jer je teško dobiti novac iz budžeta. Tako da je politički pritisak sada finansijski, a oglašivači dobijaju poziv iz vlasti da sklone reklamu sa medija, recimo na lokalnom nivou nijedna banka ne posluje sa „određenim” medijima, zbog višeg interesa da imaju depozit iz opštinske kase...” (FG3 ispitanik 4). Dakle, treća poluga moći nad medijima je novac, koji je usko povezan sa politikom, i kao takav nije specifičnost Srbije već predstavlja zajedničku karakteristiku svih zemalja centralne i istočne Evrope. Ovaj fenomen Gavranović naziva „incestoidnom spregom države, politike i kapitala” (2006: 64) koji potvrđuje i izveštaj *A media map of Central and Eastern Europe*: „mas mediji u ovom regionu su u vlasništvu i zavisni od ekonomskih i biznis interesa, a ne samo od političkih i društvenih organizacija” (Zielonka, Mancini, 2011: 4).

Ko vrši najveći uticaj na rad medija u Srbiji?	vlasnici	novinari
	procenti	procenti
Vlada Srbije	2,27	4,26
političke stranke koje čine vladajuću koaliciju	22,73	25,59
stranke opozicije	8,33	3,68
predstavnici lokalne vlasti	17,42	13,09
privatni vlasnici medija	5,30	12,94
vlasnici krupnog kapitala	18,18	17,65
zakupci reklamnog prostora	15,15	11,62
srpska pravoslavna crkva	0,76	0,59
sve tradicionalne verske zajednice	0,76	0
agencije za odnose sa javnošću (PR)	5,30	4,56
sindikati	1,52	0,15
bezbednosna informativna agencija (BIA)	0,76	0,88
nevladine organizacije	0	1,47
međunarodne organizacije u Srbiji	0	0,74
policija	0	0,15
niko	0,76	0,59
neko drugi, ko:	0,76	1,76
bez odgovora	0	0,28
ukupno	100	100

Tabela 2. Uticaj na rad medija

(*N (vlasnika/menadžera medija) = 51; N (novinara) = 260)

Tržišni, odnosno ekonomski uslovi

Status slobode medija ne može se posmatrati i istraživati izdvojeno iz specifičnog socio-ekonomskog okvira profesije u Srbiji, niti izvan medijskog sistema odnosno vlasničko-tržišne perspektive. Medijski sistem Srbije odgovarao bi, suđeci po svojstvima, prema Blumovoj kategorizaciji *Istočnoevropskom šok modelu* (Blum, 2005). Ova tipologija uključuje umerenu državnu kontrolu nad medijima unutar formalno demokratskog okvira, ambivalentnu političku kulturu, privatno i javno vlasništvo nad medijima, ali i finansiranje medija od države i nerazvijenog tržišta. Tranzicija medija podrazumeva da se država eliminiše kao njihov osnivač i finansijer i da se kvalitet informisanja dobije konkurencijom na slobodnom tržištu. Iako proces tranzicije u Srbiji traje duže nego u regionu, mediji i dalje nisu u potpunosti privatizovani, niti je medijsko vlasništvo transparentno. Za novinare koji su učestvovali u grupnim intervjuima, tipičan vlasnik medija u Srbiji je nevidljiv, i nemoguće ga je opisati. „Ni za jedan medij u Srbiji ne može se staviti ruka u vatru i sa sigurnošću reći ko mu je gazda“ (FG2 ispitanik 7). U svim zemljama istočne Evrope „ni danas nije potpuno jasno ko poseduje medijske kompanije, pošto medijski zakoni koji nalažu punu vlasničku transparentnost, ili ne postoje ili su teško primenljivi“ (Zielonka, Mancini, 2011: 5).

Kakva je vlasnička struktura vašeg medija:	Procenti
privatna	62,75
državna/javna	27,45
mešovita (domaće/strano vlasništvo)	3,92
društveno	3,92
u procesu privatizacije	1,96
ukupno	100

Tabela 3. Vlasnička struktura medija (*N (vlasnika/menadžera medija) = 51)

Kada pogledamo šta je najviše zastupljeno, kao oblik pritiska na medije u Srbiji, jasno se uočava razlika u percepciji novinara i vlasnika kada je o finansiranju reč. Sasvim očekivano vlasnicima je značajna naklonost oglašivača, kao jednog od krucijalnih izvora prihoda svakog pojedinačnog medija. Imajući u vidu da je domaće medijsko tržište nerazvijeno, a uz to i prezasićeno⁷, mediji u javnom vlasništvu i privatne medijske kuće nisu ravnopravni akteri u tržišnoj

⁷ Prema podacima (12. 9. 2011.) iz Republičke radiodifuzne agencije (RRA) registrovano je ukupno 455 elektronskih emitera, odnosno 326 radio i 129 televizijskih stanica. Od toga pet nacionalnih, jedna pokrajinska, 47 regionalnih i 273 lokalne radio-stanice, a šest nacionalnih, 30 regionalnih i 93 lokalne televizije. U Agenciji za privredne registre Srbije (APR) u maju 2010. godine registrovano je 523 štampana medija, od kojih je 20 dnevnih novina, 84 nedeljnika, sedam dvonedeljnika, 186 mesečnika, 74 dvomesečnika i 67 kvartalnih izdanja.

utakmici. Javna glasila imaju zagarantovana sredstva za opstanak na tržištu, dok su privatne medijske kuće „razapete“ između oglašivača, s jedne strane, i „lojalnosti“ državi, bez čije pomoći ne mogu da opstanu. Ova činjenica predstavlja osnovu za značajan uticaj države u obliku davanja, odnosno uskraćivanja pomoći medijima iz državnih fondova. Osnovne karakteristike medijskog tržišta jesu: drastično smanjenje mogućnosti za rad privatnog sektora, tj. fantomsko finansiranje javnih medija iz budžeta (po partijskim linijama) i prepuštanje privatnih medija propasti. Zbog takve situacije vlasnici medija vide povoljne kredite i subvencije (41.54 odsto odgovora), odnosno pomoć države (26.15 odsto odgovora) kao glavne izvore za popravljavanje njihovog lošeg ekonomskog položaja⁸. Imajući u vidu reči Karla Jakobovića: „što više tržišnih mehanizama oblikuje medijsku scenu, to je više kiseonika za razvoj demokratije“ (2005: 6), možemo zaključiti da medijski sistem Srbije još uvek nema dovoljno kiseonika za nezavisno i samostalno funkcionisanje.

Šta je od navedenog najviše zastupljeno kao oblik pritiska na medije?	novinari	vlasnici
	procenti	procenti
uskraćivanje finansiranja iz budžeta	10.73	18.12
nedefinisani kriterijumi za pomoć medijima iz državnih fondova	10.01	18.12
nedefinisani kriterijumi za pomoć medijima iz stranih fondova	2.43	2.90
uskraćivanje kupovine reklamnog prostora	13.45	15.94
uticaj na kadrovsku politiku medija	19.89	7.25
korumpiranje novinara ili urednika da pišu „naručene tekstove“	17.31	7.25
pretnje novinarima ili njihovim porodicama	10.44	4.35
inspekcije i kontrole državnih organa	1.57	7.25
ometanje distribucije medijskog sadržaja	1.14	2.17
uskraćivanje informacija na koje mediji imaju pravo	12.45	16.67
nešto drugo, šta:	0.29	0
bez odgovora	0.29	0
ukupno	100	100

Tabela 4. Oblici pritiska na medije

(*N (vlasnika/menadžera medija) = 51; N (novinara) = 260)

⁸ Istraživanje „Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva“.

Za razliku od vlasnika, novinari dominantno opažaju korupciju kao najzastupljeniji oblik uticaja novca na njihov profesionalni integritet. Naime, kako pokazuju studije socio-ekonomskog statusa novinara u Srbiji, koje nisu temeljne, već sporadične, položaj novinara je u odnosu na druge profesije na vrlo niskom nivou. Rezultati istraživanja (Strategic marketing 2007; Kujundžić, Kožul 2007; Todorov 2009) kontinuirano pokazuju da je ugled profesije u društvu na nezavidnom nivou, primanja novinara su niska i stoga su oni podložni korupciji. „Danas je svako novinar i jeftino potkupljiva roba koja se može kupiti za večeru“ (FG3 ispitanik 4). Dodatno, solidarnost unutar novinarske zajednice je veoma slaba i ne postoji razvijena svest o samoorganizovanju. „To je darvinovska borba za opstanak, nema ni solidarnosti, ni sentimentalnosti“ ilustruje stariji novinar-urednik, učesnik FG1.

Profesionalni standardi

Sloboda novinarstva uslovljena je spoljnim faktorima, tipom medijskog sistema, političkim i ekonomskim pritiscima, ali i činionicima unutar same profesije poput poznavanja etičkih standarda, poštovanja novinarskih kodeksa, kao i postojanjem profesionalnog identiteta. „Profesionalizacija novinarstva i unapređenje novinarskih veština i etike je jedan od visoko pozicioniranih ciljeva na agendi medijske transformacije u postkomunističkim zemljama“ (Jakubowicz, 2005:13). Naime, dezorijentisana novinarska profesija je rezultat pada komunizma i nepotpunog usvajanja demokratskih standarda tokom perioda tranzicije. Sasvim je izvesno da profesionalna zajednica ne može da se odupre ukorenjenim navikama iz prošlosti i preko noći dosegne proklamovane ideale profesije kao korektiva društva, koja uključuje nadgledanje događaja, ukazivanje na narušavanje društvenog poretka i omogućavanje nezavisne kritike (McQuail, 2000).

Pored medijske tranzicije u domenu regulative i medijske politike, druga ravan transformacije koja podrazumeva promene samoregulatornog profesionalnog okvira bila je opterećena dubokim društvenim rascepima. Kako je javna debata nakon 2000. bila zasnovana na suprotstavljenim idejama o progresu, tako su i mediji bili podeljeni na progresivne i retrogradne. (Veljanovski, 2005) Dakle, na jednoj strani postojali su profesionalci spremni da se odupru svim vidovima pritisaka, dok su na drugoj bili novinari „držači mikrofona“ (Spaić, 2005). Da situacija ni danas nije znatno drugačija potvrđuje i Irexov izveštaj MSI. Profesionalizam u srpskim medijima u 2010. godini smatra se najgorim do sada. Prema rečima Sladojevića: „istinitost, objektivnost i izbalansiranost

izvora u izveštavanju nije nikada bila gora... u svim medijima vlada površnost, a inicijativa je nestala čak i među mladim novinarima. Imamo *mrtvo more* sa minimumom istraživačkog novinarstva“ (MSI 2011: 120). Ali, postoje i sjajni izuzeci među medijskim profesionalcima, čije su istraživačke priče izazvale reakciju javnosti i podstakle nadležne da reaguju na objavljene društvene probleme.

Ovako bipolarno utemeljen profesionalni identitet dodatno je poljuljan u poslednjih nekoliko godina svetskom ekonomskom krizom, komercijalizacijom i snažnim trendom tabloidizacije medija. „Mi imamo samo tabloide, a ne tabloide i novine. Naše su televizije tabloidizirane“, mišljenje je novinara mlađe generacije (FG4 ispitanik 2). Kao najveći problem medija u Srbiji (Tabela 1) novinari uočavaju loš kvalitet medijskih sadržaja, dominaciju senzacionalizma i tabloidnog novinarstva. Elen Hume smatra da izražen trend tabloidizacije u zemljama centralne i istočne Evrope, snažno podriva kredibilitet profesije i njen potencijal da se odupre političkim pritiscima (Hume, 2011). Ovakvo stanovište dodatno pojačava zaključak o politizaciji medija u Srbiji. Da su ova dva fenomena međusobno usko povezana, prepoznaje i učesnik fokus grupe koji opisuje sliku novinarstva u Srbiji kao žabokrečinu: „Nije kao devedesetih. Postoji jedno sivilo u kojem svi plivamo. Novinarstvo se glumi, svi istražuju ali samo po površini zagrebu neke teme. Sve ostalo je brljotina i površnost. Neko pozove i pritisne da se nešto ne objavi i sutra se više time i ne bavimo. Sve je muljavina“ (FG1 ispitanik 5).

Perkins ističe da su u međunarodno-pravnim normama koje štite slobodu izražavanja i novinarstva implicirani etički principi i potencijali novinarstva u demokratizaciji društva, čije promovisanje u suštini treba da opravda napore usmerene na zaštitu medijskih sloboda (Perkins, 2002). Drugim rečima, jedan od osnovnih uslova za ostvarenje slobodnog, objektivnog i preciznog izveštavanja, jeste postojanje i poštovanje čvrstih etičkih standarda, što u Srbiji nije slučaj. Kako navode urednici u istraživanju *Sloboda medija u Srbiji 2008*, kao čest oblik ugrožavanja slobode medija opaža se profesionalno, odnosno neprofesionalno ponašanje samih novinara (8% odgovora). Tu se najčešće uključuju: nepoštovanje pravila etičkog kodeksa, politička pristrasnost novinara i autocenzura. U Srbiji 2011. godine, samo dva odsto novinara smatra da predstavnici sedme sile veoma dobro poznaju principe novinarske etike i redovno ih se pridržavaju u radu. Dakle, gotovo svi učesnici istraživanja⁹ samopercepcijom smatraju da se novinarski kodeksi ili ne poznaju uopšte ili, kada se uputstva i smernice kodeksa novinara Srbije i poznaju – ona se slabo ili uopšte ne primenjuju. Ovo

⁹ Istraživanje „Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva“.

ilustruje i mišljenje jednog od mlađih novinara: „Etičke norme u redakcijama nisu jasne. Očekuje se da ih novinar već donekle zna ili da će ih u hodu naučiti“ (FG2 ispitanik 6).

Da li novinari u Srbiji poznaju principe novinarske etike?	broj ispitanika	procenti
veoma dobro, i redovno ih se pridržavaju u radu	5	1,92
poznaju, ali ih ne primenjuju dovoljno	118	45,38
poznaju, ali ih skoro uopšte ne primenjuju	61	23,46
nisu upoznati, niti ih se pridržavaju u radu	76	29,24
ukupno	260	100

Tabela 5. Poznavanje principa novinarske etike

Ako bismo pokušali da identifikujemo razloge za loš kvalitet medijskih sadržaja i nepoštovanje pravnih i profesionalnih normi, kroz stavove novinara prepoznaju se četiri moguća odgovora.

Jedan je *trend komercijalizacije medija* uzrokovan ekonomskom krizom i logikom opstanka na tržištu. Kako novinar dnevnog lista polutabloidnog tipa kaže: „Urednici traže od novinara da budu površni, jer u dnevnom novinarstvu nema istraživanja, a za to nema ni vremena. Novinari ne poštuju etiku, jer im tržište to ne dozvoljava. Tabloidi svuda postoje, imaju nižu cenu i to je presudno. Treba privući publiku, ali imati i meru...“ (FG1 ispitanik 1).

Drugi je *stanje u društvu, nizak društveni standard kao i egzistencijalni položaj novinara*. „Novinari poznaju etiku, ali je sve u zemlji svedeno na puko preživljavanje, pa se u takvim uslovima i etici kaže doviđenja. Prirodno je da su novinari zabrinuti za svoju egzistenciju, i nisu sigurni da mogu da pronađu posao u drugoj redakciji, pa stoga slušaju naređenja koja se kose i sa njihovim ubeđenjima i etičkim normama...“ (FG2 ispitanik 4).

Treći mogući odgovor je *tabloidizacija* koju novinari često racionalizuju kroz povlađivanju niskom ukusu publike, nastalom usled degradiranog sistema vrednosti u društvu. „Vlasnici i novinari moraju biti svesni političkog konteksta, ljudi su umorni i traže lajt teme, pa ne treba bežati od takvih sadržaja. Nema etike, redakcije teraju na to, a i publika hoće meso...“ smatra jedan od urednika (FG1 ispitanik 7).

Kao četvrti faktor tumačenja javlja se *nizak nivo znanja i kompetentnosti novinara*, koji se mogu objasniti diskontinuitetom u prenošenju stečenih znanja i iskustava, između mlađih i starijih kolega u redakcijama. „Ranije su postojale

škole u redakcijama i mogao si da uzmeš napisan tekst na papiru, i da prepoznaš u kojoj redakciji je nastao, a sada su svi isti i bezlični, odnosno prežvakavanje agencijskih vesti“ (FG1 ispitanik 3). Solidarnost i kolegijalnost u profesiji kao da ne postoje: „Sada je možda problem to što se manje uči novinarstvo u redakciji, na licu mesta, uživo, u praksi. Čini se da ne postoji zdrava atmosfera redakcijskog analiziranja priloga i toga kako se nešto ispratilo. Nema kolegijalnog kritikovanja i otvorenog razgovaranja o svemu, nego postoji neka politika nezameranja“ (FG2 ispitanik 5).

Zaključna razmatranja

Mediji u službi građana treba da pružaju kritički osvrt na društvo i aktuelna zbivanja, međutim nakon rasprave o slobodi novinarstva u Srbiji na osnovu tri seta postavljenih indikatora, možemo zaključiti rečima Halina i Mancinija: „Slab konsenzus oko novinarskih standarda i ograničen razvoj profesionalnog samoregulatornog okvira, reflektuju činjenicu da novinarstvo u sistemima mediteranskog tipa nije autonomna institucija, nego njime upravljaju eksterne snage, primarno iz sfera politike i biznisa“ (Hallin, Mancini, 2004: 113). U odnosu na 2008. godinu status medijske slobode ostao je nepromenjen. Tada, anketirani urednici iskazali su male razlike u rangiranju tri navedena izvora i posledica koje njihovo delovanje ima na rad novinara. Najteža kršenja slobode medija dolaze od ekonomskih moćnika, državnih organa i institucija, kao i od političkih partija i organizacija (Janković, Pantić, Matić, Pavlović. 2009).

Nezavisni indikator slobode medija MSI-a pokazuje da je 2010. izgubljena godina za medije u Srbiji, pošto je skor ostao nepromenjen u odnosu na prethodnu godinu. Takođe, isti indikator ukazuje da će Srbiji, u odnosu na zemlje bivše Jugoslavije, trebati više vremena da obezbedi profesionalizaciju i održivo medijsko tržište.¹⁰ Povlačenje države iz medijskog vlasništva još nije završeno. Trošenje budžetskih sredstava je netransparentno i ne postoji stroga kontrola državne pomoći, pa je položaj privatnih i javnih medija na nerazvijenom medijskom tržištu poremećen intervencijom države.

Prema procenama američke organizacije Freedom House, za 2010. godinu, Srbija se nalazi na 72. od ukupno 196 mesta. Pripada zemljama sa poluslobodnim medijima, ali ova činjenica nije obeshrabrujuća, imajući u vidu i sudbinu ostalih postkomunističkih država koje karakteriše manji stepen medijske slobode nego u periodu pre demokratskih promena. Ovaj trend je ukorenjen bez

¹⁰ Izveštaj MSI – overall score: Hrvatska 2,48, Crna Gora 2,28, Bosna i Hercegovina 2,22, Srbija 2,06, Makedonija 1,65.

obzira na to da li je reč o zemljama koje su potencijalni kandidati za pridruženje Evropskoj uniji ili su već njene članice (na primer, Bugarska i Rumunija).

Srbija je nedavno započela novi talas medijske reforme, koja bi trebalo da uvede nove sisteme regulacije, poveća pluralizam u medijskoj industriji i obezbedi profesionalizaciju sektora, sa ciljem harmonizacije domaćih sa evropskim standardima. Jedan segment nacрта medijske strategije predviđa formiranje regionalnih javnih servisa, što bi u slučaju implementacije predstavljalo korak unazad na putu demokratizacije. Regionalni javni servisi bi postali nova nelojalna konkurencija privatnim medijima, čiji se broj rapidno smanjuje, i time bi se produbljivala privilegovana pozicija medija u državnom vlasništvu.

Dakle, na nivo i kvalitet demokratije u Srbiji neposredno utiče narušavanje jednog od osnovnih ljudskih prava – pravo na slobodno izražavanje mišljenja i dostupnost informacija od javnog značaja. Umesto da budu kičma demokratije, mediji sve više postaju produžena ruka vlasti i kapitala, a građani ostaju uskraćeni za raznovrsne i kvalitetne medijske sadržaje. Uzroci koji su doveli do narušavanja medijskih sloboda su: politizacija medija, sinergija političkog i ekonomskog pritiska, sveopšta tabloidizacija medijskih sadržaja i degradacija novinarske profesije.

Literatura

- Bjelica, M. i Jevtović, Z. (2006). *Istorija novinarstva*. Beograd: Megatrend Univerzitet primenjenih nauka.
- Blum, R. (2005). Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme. *Medienwissenschaft Schweiz*, 2 (2), 5–11.
- Božinović, D. (2005). U traženju prave mere. U Udovičić, R. (ur.), *Medijska spoticanja u vremenu tranzicije*. Sarajevo: Media Plan Institute, 72–82.
- Dahlgren, P. (2009). Troubling Evolution of Journalism. U Zelizer, B. (ur.), *The Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*. London: Routledge, 146–161.
- Dahlgren, P. (2010). Charting the Evolution of Journalism: The Horizont of Democracy. *Medijske studije*, 1(1–2): 3–16.
- Freedom of the Press (2010). *Broad Setbacks To Global Media Freedom: Selected data from freedom house's annual press freedom index*. Freedom House. Posećeno 28. 4. 2011. URL: <http://www.freedomhouse.org/uploads/pfs/371.pdf>.
- Gavranović, A. (2006). *Medijska obratnica*. Zagreb: ICEJ.
- Hallin, D. C. i Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Model of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hodžić, S. (2010). *Pod pritiskom: Izveštaj o stanju medijskih sloboda u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Medija centar.
- Hume, E. (2011). *Cought in the Middle: Central and Eastern European Journalism at a Crossroads*. Washington: Center for International Media Assistance and National Endowment for Democracy.
- Jakubowicz, K. (2005). *Post-Communist Media Development in Perspective*. Poland: Friedrich Ebert Stiftung.
- Janković, M. Pantić, D. Matić, J. i Pavlović, Z. (2009). *Sloboda medija u Srbiji 2008. godine*. Beograd: Organizacija za evropsku bezbednost i saradnju (OEBS).
- Kleinstauber, H. J. i Thomass, B. (2010). Comparing Media Systems: The European dimension. *CM: časopis za upravljanje komuniciranjem*, 5(16): 5–20.
- Kujundžić, L. i Kožul, D. (2007). *Radno pravo i mediji*. Beograd: Centar za nezavisno novinarstvo (Moldovija) & Medija Centar Beograd. Posećeno 18.02.2011. URL: http://www.mc.rs/upload/documents/seempn/Radno_pravo_i_mediji_FINAL_okt.pdf.
- Matić, J. i Ranković, L. (2010). *Media Landscape: Serbia*. European Journalism Centre. Posećeno 15. 9. 2011. URL: http://www.ejc.net/media_landscape/article/serbia/.

- McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory*. SAGE: London.
- Media Sustainability Index (2011). *The Development of Sustainable Independent Media in Europe and Eurasia*. Washington: IREX. Posećeno 8. 9. 2011. URL: http://www.irex.org/sites/default/files/MSI_2011_EE_Full.pdf.
- Milivojević, S. (2005). Televizija u tranziciji: Od državne kontrole do divljeg tržišta. U Mihajlović, S. (ur.), *Pet godina tranzicije u Srbiji*. Beograd: Friedrich Ebert, 272–285.
- Milivojević, S.; Radojković, M.; Raković, M.; Milojević, A.; Ugrinić, A. i Matović, M. (2011). *Profesija na raskršću: novinarstvo na pragu informacionog društva*. Beograd: Fakultet političkih nauka, Centar za medije i medijska istraživanja. Posećeno 1. 8. 2011. URL: <http://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2011/07/Profesija-na-Raskr%C5%A1%C4%87u.pdf>.
- Perkins, M. (2002). International Law and the Search for Universal Principle in Journalism Ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, 17(3).
- Radojković, M. (1984). *Savremeni informaciono-komunikacioni sistemi*. Beograd: Zavod za udžbenike i naučna sredstva.
- Radojković, M. i Stojković, B. (2009). *Informaciono komunikacioni sistemi*. Beograd: Clio.
- Raković, S. (2007). Istraživanje NUNS: Novinari i novinarstvo u očima građana. *Dosije o Medijima*, 22. Posećeno 15. 4. 2011. URL: <http://www.nuns.rs/dosije/22/01.jsp>.
- Široka, J. (2005). *Ethics and Journalism in the South Eastern Europe: Comparative analysis of the journalistic profession*. Beograd: Medija Centar.
- Spajić, T. (2005). Hranjenje incidentima. U Udovičić, R. (ur.), *Medijska spoticanja u vremenu tranzicije*. Sarajevo: Media Plan Institute, 225–237.
- Strategic Marketing (2008). Istraživanje: *Poverenje u Medije kao izvore informisanja*. USAID. IREX. Posećeno 11. 8. 2010. URL: http://www.irex.rs/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=45&Itemid=77.
- Strategic Marketing (2007). *Istraživanje: Novinari i novinarstvo u očima građana i novinara Srbije*. Posećeno 1. 11. 2010. URL: <http://www.anem.rs/sr/medijskaScena/istrazivanja/story/8808/ISTRA%C5%BDIVANJE+%E2%80%9CNOVINARI+I+NOVINARSTVO+U+O%C4%8CIMA+GRA%C4%90ANA+I+NOVINARA+SRBIJE%E2%80%9D.html>.
- Todorov, T. (2009). *Sloboda izražavanja i ljudska prava novinara u Vojvodini*. Novi Sad: Pokrajinski ombudsman.
- Veljanovski, R. (2005). Osujećena medijska tranzicija. U Mihajlović, S. (ur.), *Pet godina tranzicije u Srbiji*. Beograd: Friedrich Ebert, 254–270.

Veljanovski, R. (2009). *Medijski sistem Srbije*. Beograd: Čigoja.

Zielonka, J. i Mancini, P. (2011). Executive summary: A media map of Central and Eastern Europe. *Media and Democracy in Central and Eastern Europe*. An ERC Project based at the Department of Politics and International Relations of the University of Oxford in collaboration with the Department of Media and Communications, The London School of Economics and Political Science. Posećeno 8. 8. 2011. URL: http://mde.politics.ox.ac.uk/images/stories/summary_mdcee_2011.pdf

Press freedom in Serbia under the pressure of politics and money

Summary: *The aim of this paper is to examine the level of achieved freedom of the media in Serbia, as well as the willingness of the journalistic community to resist external pressures and provide an answer to their basic professional mission with objectivity, timeliness, comprehensiveness and truthful reporting. Observation of the current professional developments is done through the type of media system that is characteristic of all post-communist countries. The answer to the question of whether after two decades of transition in Serbia there is an appropriate socio-political climate for achieving the ideals of journalism as defined by normative standards, will be sought through the operationalization of three sets of key indicators. The effects of political and economic pressures on the media, market conditions, as well as relevant standards within the professional community are considered through the use of structuralistic argumentation. With regards to the methodology, the work is based on secondary analysis of quantitative data obtained in the survey of journalists/editors and owners/managers, as well as, qualitative analysis of statements from four focus groups. Comparing the results of this study with the relevant indicators that measure press freedom, we can conclude that journalism has not reached the potential to guard democracy in Serbia. The current situation results in a politicized media system, the parallelism of political and economic pressures on the media, the dominance of sensationalism and tabloidization trend, and the journalistic profession without a clearly defined identity.*

Key words: *media system, political pressure, media markets, press freedom, professional standards*