

Aleksandra Krstić¹

*Univerzitet u Beogradu
Fakultet političkih nauka*

Ana Milojević²

*Univerzitet u Beogradu
Fakultet političkih nauka*

Evropske teme iz perspektive novinara lokalnih medija u Srbiji³

Apstrakt

Mediji imaju važnu ulogu u informisanju građana o procesu evropskih integracija, ali istraživanja rađena poslednjih godina pokazuju da mediji u Srbiji samo deklarativno, nekritički i protokolarno pristupaju evropskim temama. Cilj ovog rada je da prikaže kakvu sliku Evropske unije predstavljaju lokalni mediji, pošto su prethodnim analizama obuhvaćeni sadržaji nacionalnih medija. Način izveštavanja lokalnih medija o evropskim temama razmatra se na osnovu analize stavova novinara dobijenih anketom koja je sprovedena u 41 lokalnom mediju iz različitih krajeva Srbije. Glavni rezultati pokazuju da tretman evropskih tema u lokalnim medijima ne odstupa od dominantnog nacionalnog izveštavanja. Novinari kao izvori informacija najviše koriste organe lokalnih vlasti i državne institucije, a najčešći povod za izveštavanje su aktuelni i pseudodogađaji. U skladu sa tim, preovlađuju dnevno-političke i ekonomske teme, a obični građani i njihov život ostaju van fokusa novinara lokalnih medija.

Ključne reči:

Evropska unija, lokalni mediji, izvori informacija, evropske teme, novinari

¹ Email: aleksandra.krstic@fpn.bg.ac.rs

² Email: ana.milojevic@fpn.bg.ac.rs

³ Rad je nastao u okviru naučno-istraživačkog projekta Univerziteta u Beogradu – Fakulteta političkih nauka, *Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu* (evidencioni broj: 179076), koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

UVOD

Posle ulaska Hrvatske u Evropsku uniju 1. jula 2013. godine, evropski projekat je proširen na 28 država članica. Iako se proces proširenja može smatrati jednim od pokazatelja uspeha Evropske unije, kao što je neupitna leaderska pozicija EU na međunarodnoj političkoj sceni, brojna istraživanja ukazuju na problem demokratskog deficita⁴ koji je usko povezan sa problemom funkcionisanja evropske javne sfere⁵. Uloga medija u procesu evropeizacije javne sfere može se kvantifikovati kroz opšti nivo medijske pažnje posvećene političkim vestima iz EU i država članica⁶, pri čemu su prisutna dva nivoa istraživanja: „vertikalna evropeizacija“, u kojoj se vidljivost EU meri prema pokrivenosti evropskih događaja, aktera i problema u nacionalnim medijima, i „horizontalna evropeizacija“, koja obuhvata vidljivost tema, aktera i debata iz drugih država članica i uspostavljanja veza sa njima na nacionalnom nivou. Rezultati ovih istraživanja kontinuirano pokazuju nedovoljnu vidljivost EU i deficit izveštavanja o događajima iz drugih država članica u nacionalnim javnim sferama.⁷

⁴ Za širi uvid u problem demokratskog deficita u EU pogledati: Cathleen Kantner, „Öffentliche politische Kommunikation in der Europäischen Union. Eine hermeneutisch-pragmatistische Perspektive“, in: A. Klein, R. Koopmans, L. Klein, C. Lahusen, E. Richter, D. Rucht and H.-J. Trenz (eds), *Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa*, Opladen: Leske + Budrich, 2003, pp. 215-229; Hans-Jörg Trenz, „Media Coverage on European Governance Exploring the European Public Sphere in National Quality Newspapers“, *European Journal of Communication*, 2004, Vol. 19, No. 3, pp. 291-319; James Bohman, „Democratizing the transnational polity: The European Union and the presuppositions of democracy“, *RECON Online Working Paper* 2007/02.

⁵ O tome, između ostalih, govore: Matteo Garavoglia, „Democracy in Europe: Politicizing Champions for the European Public Sphere“, *IAI Working Papers* 1114, Istituto affari internazionali (IAI), 2011; Marcel Machill, Markus Beiler and Corinna Fischer, „Europe-topics in Europe's media: The debate about the European public sphere: a meta-analysis of media content analyses“, *European Journal of Communication*, 2005, Vol. 21, No. 1, pp. 57-88; Peter Dahlgren, *Media and Political Engagement – Citizens, Communication and Democracy*, Cambridge University Press, 2009; Laura Batalla Adam, „The significance of EU topics in national media. Has there been an Europeanization of reporting in the national media?“, *Bruges Political Research Papers* 27/2012.

⁶ Hans – Jörg Trenz, „Understanding Media Impact on European Integration: Enhancing or Restricting the Scope of Legitimacy of the EU?“, *European Integration*, 2008, Vol. 30, No. 2, pp. 291-309.

⁷ Ibidem, str. 6.; Claes De Vreese, *Communicating Europe*, The Foreign Policy Centre, 2003, p. 22.

Jaz između političke snage i medijske slike evropeizacije postoji i u Srbiji. Na političkom nivou uspostavljen je snažan konsenzus o evropskim integracijama zemlje i naponi političkog vrha usmereni su ka početku pregovora sa EU o članstvu u ovoj organizaciji. Međutim, podrška građana za ovaj proces varira u odnosu na konkretne pomake u rešavanju pitanja od kojih zavisi njihov svakodnevni život i kreće se između 40 i 50 odsto, kako pokazuju istraživanja Kancelarije za evropske integracije Vlade Republike Srbije.⁸ Jedan od razloga cikličnog opadanja podrške javnog mnjenja je i medijska slika Evropske unije na nacionalnom nivou. Novije analize sadržaja⁹ nacionalnih medija pokazuju da u izveštavanju o EU dominira diskurs državnih zvaničnika i elitistički pristup evropeizaciji u kojem nema svakodnevnog života i problema građana.

Cilj ovog rada je da ode korak dalje u razmatranju dominantne slike EU u medijima država članica i onih država koje se nalaze na putu ka članstvu. Ovo istraživanje u primarnom fokusu ima medije u Srbiji, ali, za razliku od dosadašnjih analiza reprezentacije EU, njoj se pristupa iz perspektive novinara koji rade u lokalnim medijima. Lokalni mediji su odabrani kao predmet istraživanja na osnovu pretpostavke da bi na lokalnom nivou mogla postojati razlika u odnosu na nacionalno izveštavanje, s obzirom na to da lokalni mediji, po prirodi, imaju drugačiju logiku funkcionisanja. Za razliku od nacionalnih, lokalni mediji su više usmereni na svakodnevni život u lokalnim sredinama i njihovo izveštavanje je u većoj meri oblikovano prema potrebama građana, što bi mogao da bude slučaj i prilikom bavljenja evropskim temama. Za realizaciju tog cilja sprovedena je anketa sa novinarima iz četrdeset jednog lokalnog medija u Srbiji.

TEORIJSKI OKVIR

Dosadašnja istraživanja o vidljivosti Evropske unije u medijima država članica pokazuju da evropski nacionalni mediji sve više nalikuju jedni drugima u izveštavanju o evropskim temama. Ovaj trend se u literaturi tretira kao

⁸ Istraživanja o evropskoj orijentaciji građana Srbije vrše se dva puta godišnje i rezultati se mogu naći na zvaničnom sajtu Kancelarije za evropske integracije Vlade Srbije: <http://www.seio.gov.rs> (Pristupljeno 25. juna 2013)

⁹ BBC Media Action, *Evropska unija u očima domaćih medija*, 2012. <http://www.europa.rs/mediji/najnovije-vesti/1425/Evropska+unija+u+o%C4%8Dima+doma%C4%87ih+medija+.html> (Pristupljeno 17. maja 2013); Dubravka Valić Nedeljković, Jelena Kleut (urs.), *Evropa ovdje i tamo: analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana*, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, 2013.

konvergencija tema u medijima¹⁰, što ukazuje na to da među njima nema mnogo odudaranja u stepenu i opsegu tema u izveštavanju o Evropskoj uniji. Bez obzira na velike političke događaje, kao što su izbori za Evropski parlament ili sastanci šefova diplomatija u Savetu EU, analize pokazuju da je prisustvo evropskih tema¹¹ u medijima konzistentno i obuhvata oko 10 odsto medijskog sadržaja¹². Autori su apstrahovali dominantan dizajn izveštavanja koji sačinjavaju tri tipa „evropskih“ vesti¹³: nacionalne vesti o događajima iz zemlje koje upotrebljavaju evropsku retoriku; evropeizirane vesti koje naglašavaju uticaj određenih događaja na nacionalna pitanja; i vesti koje su evropske i po prirodi i po diskursu koji koriste. Napori EU da poboljša svoju vidljivost u medijima kroz formiranje pan-evropskih kanala, poput „European Voice“ i „Euronews“, nisu dali značajnije rezultate.¹⁴ Za nedovoljnu informisanost građana o evropskim temama počela je da se koristi sintagma „informacioni deficit“, koja, između ostalog, proizlazi iz činjenice da je političko informisanje građana još uvek teritorijalno ograničeno na nacionalne okvire.¹⁵

Nedostatak informacija o evropskim vrednostima i nedovoljno predstavljanje EU u medijima reflektuje se na percepciju i „evropski identitet“ građana, odnosno kako Dalgren formuliše: *Evropska unija se jednostavno ne pojavljuje u*

¹⁰ Frank Esser et al, „Political Information Opportunities in Europe: A Longitudinal and Comparative Study of Thirteen Television Systems“, *The International Journal of Press/Politics*, 2012, Vol. 17, No. 3, pp. 247-274.

¹¹ Evropska tema se, prema De Vrisu (De Vreese, *Communicating Europe*, The Foreign Policy Centre, 2003, p.15), definiše kao: 1) novinarska priča u kojoj se u najmanje dve nezavisne rečenice pominje nešto od sledećeg: događaj u EU (EU samit, sastanak ministara), donošenje odluka na EU nivou („Brisel je odlučio...“), uključenost institucija EU (Komisija, Savet EU, Parlament, itd.); 2) novinarska priča o programima ili politikama EU (proširenje EU, zajednička spoljna politika, različite izjave o problemima u vezi sa EU, itd). Tema nije evropska kada se EU samo marginalno pominje (na primer, samo jednom) i kada su evropske institucije ili njeni zvaničnici samo pomenuti u emitovanom sadržaju.

¹² Ibidem, str. 14.

¹³ Hans-Jörg Trenz, „Media Coverage on European Governance Exploring the European Public Sphere in National Quality Newspapers“, *European Journal of Communication*, 2004, Vol.19, No. 3, pp. 291-319; Matteo Garavoglia, „Democracy in Europe: Politicizing Champions for the European Public Sphere“, op.cit., p. 9.

¹⁴ Matteo Garavoglia, „Democracy in Europe: Politicizing Champions for the European Public Sphere“, op. cit., p. 10.

¹⁵ Frank Esser et al, „Political Information Opportunities in Europe: A Longitudinal and Comparative Study of Thirteen Television Systems“, op. cit., p. 249; Monroe Price, *Media And Sovereignty: The Global Information Revolution And Its Challenge To State Power*, Cambridge, MA: The MIT Press, 2002.

*društveno-političkoj imaginaciji većine građana.*¹⁶ Prema njemu, građani mogu aktivno da učestvuju u evropskoj demokratiji samo ukoliko prepoznaju lične interese u tom procesu i ukoliko imaju više znanja o tome kako politika utiče na njihov život. U tom smislu, mediji imaju ključnu ulogu u transformaciji građanskog aktivizma i uticaj na odnos između politike i građana. Analizirajući Evropsku uniju kao transnacionalnu, policentričnu i pluralističku zajednicu, Boman zaključuje da joj je potrebna drugačija vrsta javne sfere *kako bi mogla da promoviše dovoljnu demokratsku deliberativnost.*¹⁷ Iako ovaj autor ključnu ulogu u demokratizaciji javne sfere pripisuje institucijama EU, u ovom radu naglasak je na značaju medija u obezbeđivanju transparentnosti političkog procesa i rada institucija.

Uvid u teoriju i dosadašnja empirijska istraživanja ukazuje na to da je komunikaciona politika Evropske unije u koliziji sa načinom izveštavanja medija u državama članicama EU. O evropskim temama u nacionalnim medijima se govori retko, a kada se prenose informacije iz glavnih institucija EU, one se tumače iz perspektive nacionalnih političkih i društvenih aktera. To dokazuje i uporedna analiza sadržaja štampe (u Holandiji i Nemačkoj) i saopštenja za novinare koje objavljuje Evropska komisija.¹⁸ Dok na nacionalnom nivou politički akteri prilagođavaju svoju komunikaciju standardima vesti i „logici“ medija¹⁹ kako bi dobili veću medijsku pažnju, komunikaciona politika Evropske komisije razilazi se sa novinarskim očekivanjima jer su procedure ove institucije komplikovane, a njena komunikaciona strategija neprilagođena potrebama medijskog izveštavanja.²⁰

Komunikacija o evropskim temama u Srbiji pokazala se nedovoljnom, rasparčanom i nekoherentnom. Na primer, u trenutku prekida pregovora Srbije sa Evropskom unijom čak 44 odsto građana Srbije nije znalo da su pregovori prekinuti. Nedovoljno poznavanje procesa pridruživanja EU doprinelo je stvaranju „mitova i predrasuda“ kod građana Srbije. Istraživanja Kancelarije

¹⁶ Peter Dahlgren, *Media and Political Engagement – Citizens, Communication and Democracy*, op. cit., p. 183.

¹⁷ James Bohman, „Toward a critical theory of globalization: Concepts and Transformation“, *Concepts and Transformation*, 2004, Vol. 9, No. 2, 2004, p. 143.

¹⁸ Patrick Bijmans and Christina Altides, „Bridging the Gap between EU Politics and Citizens? The European Commission, National Media and EU Affairs in the Public Sphere“, *European Integration*, 2007, Vol. 29, No. 3, pp. 323–340.

¹⁹ Stig Hjarvard, „The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change“, *Nordicom Review*, 2008, Vol. 29, No. 2, pp. 105–134.

²⁰ Patrick Bijmans and Christina Altides, „Bridging the Gap between EU Politics and Citizens? The European Commission, National Media and EU Affairs in the Public Sphere“, op. cit., p. 325.

Vlade Srbije za evropske integracije²¹ pokazuju da građani misle da će članstvo u EU dovesti do zabrane proizvodnje kajmaka i čvaraka, a njihovi najveći strahovi vezuju se za gubitak identiteta i jezika, socijalnih beneficija i domaće valute. Od evropskih tema, građane pre svega zanimaju konkretne koristi koje bi dobili članstvom u EU, kao što su putovanje bez viza, mogućnost školovanja ili zaposlenja u drugim državama članicama, a to su teme koje su najmanje zastupljene u medijima u Srbiji.

Taj nedostatak tema iz svakodnevnog života i predstavljanje konkretnih koristi od članstva u EU pokazuje i istraživanje BBC Media Action²² o tome kako se u Srbiji izveštava o Evropskoj uniji. Prema nalazima ove analize sadržaja, izveštavanje o evropskim temama u Srbiji je previše zvanično, protokolarno, fokusirano na procedure, neatraktivno, nerazumljivo i ne uzima u obzir ličnu perspektivu građana Srbije. Dominantne su političke i ekonomske teme, a manje od 3 odsto priča bavi se temama iz poljoprivrede, što može biti jedan od uzroka stvaranja mitova i predrasuda u vezi sa poljoprivrednom proizvodnjom. Izveštavanje o evropskim temama je jednostrano i dominantno pozitivno,²³ bez kritičkog osvrta.

Da medijskom pristupu evropskim temama nedostaje balans između političke perspektive i vizure običnih građana i njihovog svakodnevnog života potvrđuje najnovije istraživanje, *Evropa tamo i ovde: analiza diskursa evropeizacije u medijima Zapadnog Balkana*.²⁴ Autori istraživanja dolaze do zaključka da se proces evropskih integracija tretira isključivo kao političko pitanje, a da su građani skoro potpuno nevidljivi u medijskom izveštavanju Srbije o EU.²⁵

²¹ Kancelarija za evropske integracije, Vlada Republike Srbije, *Evropska orijentacija građana Srbije – trendovi*, 2012, Dostupno preko: http://www.seio.gov.rs/upload/documents/nacionalna_dokumenta/istrazivanja_javnog_mnjenja/istrazivanje_dec_2012.pdf (Pristupljeno 10. februara 2013)

²² BBC Media Action, *Evropska unija u očima domaćih medija*, 2012, Dostupno preko: <http://www.europa.rs/mediji/najnovijevesti/1425/Evropska+unija+u+o%C4%8Dima+doma%C4%87ih+medija+.html> (Pristupljeno 18. aprila 2013)

²³ BBC Media Action, *Evropska unija u očima domaćih medija*, 2012: 46% televizijskog, 49% štampanog i 58% radijskog sadržaja izveštava pozitivno o Evropskoj uniji, a svi ostali sadržaji su neutralni.

²⁴ Dubravka Valić Nedeljković i Jelena Kleut (urs.), *Evropa ovde i tamo: analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana*, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, 2013.

²⁵ Smiljana Milinkov, Zlatomir Gajić, Ksenija Pavkov, „Analiza medijskog izveštavanja o evropeizaciji u Srbiji“, u: Dubravka Valić Nedeljković i Jelena Kleut (urs.), *Evropa ovde i tamo: analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana*, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, 2013, str.117-127.

Mediji Crne Gore, Bosne i Hercegovine i Makedonije, kao i srpski mediji, najčešće obrađuju temu proširenja i priključivanja njihovih zemalja Evropskoj uniji. Generalno, tema evropeizacije je glavni fokus svih medija u regionu kroz prizmu političkih i ekonomskih pitanja. Međutim, najčešći subjekti tekstova i priloga u medijima drugih država Zapadnog Balkana su „politička tela EU“, odnosno predstavnici evropskih institucija, dok *mediji u Srbiji za subjekta najčešće imaju državne organe (vladu, predsednika, ministarstva, skupštinu i slično) – 23%*.²⁶

Ono što pokazuju evropska, regionalna i domaća istraživanja o izveštavanju medija o evropskim temama jesu tri osnovne činjenice: da je televizija dominantan izvor informacija o EU; da su evropske teme gotovo nevidljive u nacionalnim medijima, ali kada ih ima, zauzimaju poziciju udarnih vesti; i da je slika Evropske unije u medijima „bezlična“, odnosno da se malo zna o tome „*ko*“ je zapravo EU, na primer, ljudi i institucije koji predstavljaju EU u vestima.²⁷

METODOLOGIJA

Pregled dosadašnjih istraživanja u evropskom okviru pokazuje da se izveštavanje o Evropskoj uniji ispituje najčešće putem analize sadržaja štampanih medija. Mahil, Bejler i Fišer²⁸ su radili sekundarnu analizu 17 već sprovedenih istraživanja, od kojih su sva bazirana na analizi sadržaja, a više od polovine tih studija uključuje samo štampu. Televizijsko izveštavanje je u fokusu samo u pet studija, dok radijski i onlajn sadržaj potpuno izostaje iz fokusa ovih 17 studija. Retke su studije koje pristupaju izveštavanju o evropskim temama iz ugla novinara. Na primer, De Vris je ispitivao način na koji se redakcije vodećih emitera u Evropi bave evropskim pitanjima.²⁹ Generalna novinarska populacija se ređe pojavljuje u fokusu istraživača, dok se dopisnici iz Brisela češće

²⁶ Dejan Pralica, „Evropa i evropeizacija – komparativna analiza izveštavanja štampanih i elektronskih medija u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Makedoniji i Srbiji“, u: Dubravka Valić Nedeljković i Jelena Kleut (urs.), *Evropa ovde i tamo: analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana*, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, 2013, str. 76.

²⁷ Claes De Vreese, *Communicating Europe*, op. cit., p. 17.

²⁸ Marcel Machill, Markus Beiler and Corinna Fischer, „Europe topics in Europe's media: The debate about the European public sphere: a meta-analysis of media content analyses“, op. cit., p. 9-11.

²⁹ Claes De Vreese, *Framing Europe*, PhD thesis, Faculty of Social and Behavioural Sciences, University of Amsterdam, 2003, pp. 53-77.

uzimaju kao uzorak u istraživanjima³⁰ i to najviše za vreme velikih političkih događaja u EU, kao što su izbori za Evropski parlament. Većina evropskih studija zanemaruje stavove novinara kao važan faktor koji oblikuje izveštavanje, kao i istraživanja koja su obavljena u Srbiji.

Iako dragocena za razumevanje načina na koji domaći mediji tretiraju evropske teme, dosadašnja istraživanja o izveštavanju medija u Srbiji o procesu evropskih integracija ne samo da su malobrojna, nego se uglavnom fokusiraju na medije sa nacionalnom pokrivenošću, i to pretežno štampane.

Međutim, pored nacionalnih, u Srbiji postoji oko 130 regionalnih i lokalnih televizija, preko 300 regionalnih i lokalnih radio-stanica, 323 izdavača štampanih medija i 107 internet medija.³¹ S obzirom na to da i regionalni i lokalni mediji utiču na formiranje javnog mnjenja, sredina u kojima emituju program ili objavljuju informacije putem dnevnih novina, pa i internet portala, kao i to da su važan posrednik u komunikaciji između lokalnih vlasti i građana, cilj ovog rada je da istraži da li postoji drugačiji pristup evropskim temama novinara lokalnih medija u Srbiji.

Za razliku od prethodnih istraživanja u Srbiji, koja su bazirana na analizi sadržaja, u ovom radu se predstavljaju rezultati ankete sa novinarima iz lokalnih medija. Uzorak nije formiran statistički prema ukupnom broju lokalnih medija u Srbiji³², već se nastojalo da se istraživanjem obuhvati što više teritorijalnih jedinica u zemlji. Tako je uključen 41 medij iz dvadeset pet gradova i opština. Obuhvaćeni su svi tipovi medija³³, pa i radio-stanice i onlajn mediji koji nisu bili predmet analize sadržaja u prethodnim evropskim istraživanjima.

³⁰ Martin Gleissner and Claes H. de Vreese, „News about the EU Constitution: Journalistic challenges and media portrayal of the European Constitution“, *Journalism*, 2005, Vol. 6, No. 2, pp. 221-242; Sophie Lecheler, „EU membership and the press: An analysis of the Brussels correspondents from the new member states“, *Journalism*, 2008, Vol. 9, No. 4, pp. 443-464.

³¹ Jovanka Matić, *Medijske slobode Srbije u evropskom ogledalu*, ANEM, NUNS, Beograd, 2011.

³² U Srbiji ne postoji jedinstven i ažuriran registar lokalnih medija sa potpunim i tačnim podacima o svakom medijskom preduzeću. Republička radiodifuzna agencija, koja daje dozvole za emitovanje RTV programa, poseduje bazu medija sa dozvolama za emitovanje izdatim na redovnim konkursima. Drugi javni registar javnih glasila vodi Agencija za privredne registre. Međutim, podaci ove dve institucije nisu potpuno podudarni pa ne postoji osnova da se potpuno precizno izvede kvantitativni i statistički validan uzorak medija za posebna istraživanja. Takođe, podaci o gledanosti, slušanosti i čitanosti lokalnih medija dobijaju se na osnovu sporadičnih istraživanja privatnih agencija, pa ni po ovom kriterijumu nije moguće locirati medije sa najvećim uticajem na lokalnu publiku.

³³ Osim različitih tipova medija, u istraživanju se vodilo računa i o vrsti vlasništva, tako da je obuhvaćeno 27 javnih i 33 privatna medija.

Tip medija	Broj odgovora	Procenti
Agencija	1	2%
Online	7	11%
Radio	9	15%
RTV	26	43%
Štampa	1	2%
Štampa, online	4	7%
TV	12	20%

Tabela 1. Tip lokalnih medija obuhvaćenih istraživanjem

Anketa je obavljena sa 60 novinara³⁴ tokom tri meseca, od marta do juna 2013. godine. Jedan deo anketa sproveden je uz pomoć studenata sa kursa Televizijskog novinarstva na trećoj godini Fakulteta političkih nauka, Univerziteta u Beogradu.³⁵

Upitnik za anketu strukturiran je na tri nivoa: set opštih pitanja o novinaru i mediju u kome radi³⁶, pitanja koja treba da istraže teme koje novinari obrađuju i indikatore koji ukazuju na tretman tih tema. Treći segment upitnika odnosi se na onlajn servise institucija EU koji pomažu novinarima u izveštavanju. Upitnik je sastavljen od pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. Pitanja o temama koje novinari prate bila su otvorena, a njihovi odgovori su sistematizovani u opštije kategorije naknadnom analizom.

REZULTATI

Rezultati istraživanja o izveštavanju o evropskim integracijama u lokalnim medijima u Srbiji mogu se podeliti u tri grupe: prvu, koja pokazuje koji povod novinari koriste da bi izveštavali o evropskim temama; drugu, koja pokazuje

³⁴ Novinari obuhvaćeni istraživanjem stratifikovani su prema dužini staža na: novinare početnike (3), novinare na početku karijere koji rade do pet godina (9), iskusnije novinare koji rade između pet i deset godina (14) i iskusne novinare sa stažom od preko deset godina (34).

³⁵ Svaki ispitanik je lično anketiran, pa je stepen odbijanja učešća u istraživanju minimalan (tri novinara su odbila da popune upitnik).

³⁶ U set opštih pitanja uključeno je pitanje o dužini radnog staža novinara kao varijabla za koju se pretpostavlja da bi mogla biti u korelaciji sa interesovanjem novinara za evropske teme, kao i načinom obrade teme. Međutim, analiza je pokazala da dužina staža nema nikakvog uticaja na tretman teme.

šta novinari smatraju evropskom temom i koje teme dominiraju u njihovom izveštavanju; i treću, koja pokazuje izvore informacija koje novinari najčešće koriste kada izveštavaju o procesu evropskih integracija.

Od ukupnog broja anketiranih novinara, 82 odsto izveštava o EU integracijama Srbije u svojim lokalnim medijima. Najveći broj novinara povremeno izveštava o evropskim temama, iako ima i onih koji se nikada u karijeri nisu bavili tom tematikom.

Rezultati pokazuju da se kao povod za izveštavanje o evropskim temama najčešće pojavljuju aktuelni događaj i pseudodogađaj, dok gotovo ne postoji novinarska inicijativa i samostalni istraživački angažman. Najviše anketiranih novinara kao povod koristi aktuelni događaj, odnosno zbivanje na koje su pozvani da o njemu izveštavaju (38% ispitanika). Vest iz drugih medija povod je za izveštavanje 28% novinara, što pokazuje da lokalni mediji često u nedostatku sopstvenih resursa preuzimaju i prilagođavaju nacionalne vesti. Pseudodogađaj, odnosno konferencija za medije, koje sazivaju državne institucije Srbije, predstavlja povod za izveštavanje 22% anketiranih. Tek 8% novinarskih priča nastaje na osnovu informacija iz institucija Evropske unije, a svega 2% zasniva se na vestima iz medija država članica EU.

Povod za izveštavanje o EU temama	Broj odgovora	Procenti
Konferencija za novinare državnih institucija Srbije	27	22.31
Događaj na koji ste pozvani da o njemu izveštavate	46	38.02
Vest iz drugih medija koju želite da produbite i obradite na nov način	35	28.93
Vest iz izvora političkih institucija EU	10	8.26
Vest iz evropskih medija	3	2.48

Tabela 2. Povod za izveštavanje novinara lokalnih medija o evropskim temama

Dobijeni podaci govore o tome da novinari lokalnih medija mnogo više uzimaju u obzir dnevne, najčešće političke, unapred organizovane događaje na koje su pozvani da prisustvuju i da o njima izveštavaju. Nedostaje novinarska i uređivačka inicijativa kada je reč o evropskim temama, jer se novinari uglavnom oslanjaju na pozive za događaje lokalnih i republičkih vlasti i vesti iz nacionalnih medija, koje potom adaptiraju za emitovanje ili objavljivanje shodno interesima lokalne zajednice.

U kontekstu evropskih integracija, teme koje novinari u lokalnim medijima u Srbiji obrađuju najviše se odnose na izveštavanje o projektima koje finansira Evropska unija u lokalnoj sredini. Politički aspekt pregovora i pridruživanja EU, harmonizacija propisa sa evropskim standardima i ekonomske teme u vezi sa procesom evropskih integracija pojavljuju se kao dominantne.

Novinari lokalnih medija ređe izveštavaju o društveno osetljivim grupama, kao što su mladi, žene, manjine i osobe sa invaliditetom, kao i o društveno angažovanim temama (zdravstvu, zaštiti životne sredine i borbi protiv korupcije). Jedan anketirani novinar odgovorio je da evropsku temu predstavljaju „samo skupovi na kojima su prisutni predstavnici lokalne samouprave“.

Teme koje novinari obrađuju u kontekstu EU integracija	Ukupno
Projekti iz fondova EU vezani za lokalnu sredinu	12
Politički aspekt pregovora i proces pridruživanja	9
Harmonizacija sa EU standardima i zakonima	7
Ekonomski aspekt pridruživanja	6
Osetljive društvene grupe (mladi, žene, manjine, osobe sa invaliditetom)	6
Društveno angažovane teme (zdravstvo, ekologija, borba protiv korupcije)	5
Samo skupovi na kojima su prisutni predstavnici lokalne samouprave	1
UKUPNO	46

Tabela 3. Teme koje novinari percipiraju i obrađuju kao evropske

Analizom podataka o temama koje se pojavljuju kao dominantne zaključuje se da su najčešći povod i obrađivane teme u tesnoj vezi. S obzirom na to da novinari kao povod za izveštavanje najviše koriste unapred organizovane događaje, očekivani je rezultat da se kao dominantne teme nametnu upravo promotivne aktivnosti lokalnih samouprava. U njima se predstavljaju određeni projekti koje na teritoriji gradova i opština finansijski pomaže Evropska unija kroz pretpriступne fondove. U tom smislu dominiraju dnevno-političke i ekonomske teme, ali i teme u vezi sa usklađivanjem domaćeg zakonodavstva sa propisima EU, zbog toga što je najveći broj projektno finansiranih aktivnosti u lokalnim sredinama upravo u tim oblastima. Posledica takvog protokolarnog izveštavanja je manje prisustvo društveno angažovanih tema, u kojima bi mogla da se pokaže bilo kakva novinarska inicijativa za obrađivanjem tema s aspekta građana i ljudskih priča koje na konkretnim primerima pokazuju kako se određene politike sprovode. Teme iz oblasti zdravstva, zaštite životne sredine, borbe protiv korupcije, ali i teme koje kao glavne junake novinarskih priča imaju mlade, osobe sa invaliditetom ili druge društveno osetljive grupe, nisu dovoljno prisutne u lokalnim medijima u Srbiji.

Kao najčešći izvor informacija u izveštavanju o EU integracijama novinari koriste vlast lokalne samouprave. Taj izvor informacija koristi se i u kombinaciji sa izvorima iz Vlade Srbije i državnih institucija. Sedam novinara kao izvor informacija za izveštavanje o evropskim temama koristi isključivo Vladu Srbije. Najmanje ima onih novinara koji, osim domaćih zvaničnih izvora, koriste i institucije Evropske unije ili predstavništvo EU u Srbiji kao izvor informacija.

Izvori informacija	Ukupno
Lokalna vlast	12
Vlada Srbije, lokalna vlast, državne institucije	8
Lokalna vlast, državne institucije	7
Vlada Srbije	7
Vlada Srbije, lokalna vlast	6
Vlada Srbije, lokalna vlast, institucije EU	6
Vlada Srbije, lokalna vlast, državne institucije, institucije EU	4
Vlada Srbije, državne institucije	4
Lokalna vlast, institucije EU	3
Vlada Srbije, institucije EU	2
Institucije EU u Srbiji	1

Tabela 4. Izvori informacija koje novinari koriste u izveštavanju o evropskim temama

Iako 56% novinara smatra da su izvori informacija koje koriste dostupni, 35% njih se izjasnilo da izvori informacija iz zvaničnih institucija Srbije nisu dostupni, recimo ako traže informaciju od nekog ministarstva. Pored toga, novinari lokalnih medija nisu dostupni ni resursi za izveštavanje sa lica mesta, iz Brisela kao epicentra evropske politike ili neke države članice. Istraživanje pokazuje da čak 93% novinara nikada nije izveštavalo iz Brisela, a 38% njih kaže da je nepoznavanje engleskog jezika najveća prepreka za bavljenje evropskim temama.

KORIŠĆENJE AUDIO-VIZUELNIH SERVISA INSTITUCIJA EU

Dominantno korišćenje državnih organa i vlasti lokalne samouprave kao najčešćih izvora informacija ukazuje na to da novinari lokalnih medija u Srbiji, u cilju kvalitetnijeg izveštavanja o evropskim integracijama, nedovoljno koriste izvore informacija izvan prostora Srbije. Ovo istraživanje pokazuje da 52% anketiranih uopšte ne upotrebljava institucije EU, pre svega Evropsku komisiju, Evropski savet i Evropski parlament, kao zvaničan izvor informacija. Upravo ove institucije imaju razvijene audio-vizuelne servise koji su dostupni preko interneta i besplatni za korišćenje, a kreirani su sa ciljem da olakšaju novinariima u svetu da izveštavaju o evropskim temama i, samim tim, poboljšaju vidljivost Evropske unije. Tek 27% novinara srpskih lokalnih medija čulo je za audio-vizuelne servise institucija EU. Od malog broja novinara koji su odgovorili

da poznaju te audio-vizuelne servise, sedmoro njih nije umelo da odgovori šta su tačno ti servisi i čemu oni služe. Ostali ispitanici su u audio-vizuelne servise institucija EU naveli druge evropske medije, kao što je Dojče vele (Deutsche Welle), zatim evropsku medijsku regulativu „Televizija bez granica“ i dali nejasne odgovore koji upućuju na uopštene web sajtove.

Istraživanje Evropske komisije „Novinari i društveni mreže“³⁷ pokazuje sa svim drugačiju perspektivu novinara iz država članica. Većina ispitanika ove studije koristi sadržaje zvaničnih internet prezentacija evropskih institucija i procenjuje ih kao pouzdane, u poređenju sa informacijama koje putem interneta plasiraju pojedinci ili kompanije.³⁸ Takođe, više od polovine novinara je svesno da Evropska komisija koristi internet servise i društvene mreže i u tome vidi prednosti komunikacije jedne takve institucije sa najširoom javnošću. Međutim, jedan broj novinara već ima uspostavljen način za prikupljanje informacija o Evropskoj komisiji preko drugih izvora, a ne njenog internet servisa, i taj način smatra dovoljnim za izveštavanje o evropskim temama.

Naše istraživanje pokazuje da kao „druge izvore“ novinari u Srbiji predominantno koriste državne organe, njihova saopštenja za javnost i zvanične izjave sa konferencija za medije. Ipak, srpski novinari vide određene potencijale od korišćenja izvora informacija koji dolaze iz zvaničnih evropskih institucija, a ne samo od državnih i lokalnih organa vlasti. Korišćenje audio-vizuelnih servisa institucija EU bi im pre svega pružilo kredibilne i tačne informacije, ali im poslušilo i u pronalaženju novih tema, podataka i sagovornika u cilju dubljeg i temeljnijeg istraživanja. Međutim, šestoro novinara smatra da takvi servisi nisu neophodni ni korisni u izveštavanju lokalnih medija, s obzirom na to da su državne i lokalne institucije dovoljno transparentne, kao i to da bi im video ili tekstualni materijal tih servisa koristio jedino kada bi bio dostupan na srpskom jeziku.

ZAKLJUČAK

Ovo istraživanje pokazuje da novinari lokalnih medija u Srbiji retko izlaze van nacionalnih ili lokalnih okvira u traganju za dodatnim informacijama u izveštavanju o evropskim integracijama. Ta vrsta izveštavanja pokazuje nedostatak novinarske i uređivačke inicijative za tumačenjem i dubljim objašnjenjem tema koje se svakodnevno obrađuju, čineći izveštavanje protokolarnim i rigidnim, često nedovoljno razumljivim za lokalnu publiku. Ipak, novinari

³⁷ Eurobarometer Qualitative Studies, *Journalists and Social Media*, Eurobarometer, European Commission, 2012, Available from: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/quali/jourism_en.pdf (Accessed 7 June 2013)

³⁸ Ibidem, str. 8.

lokalnih medija pokazuju određene tendencije ka izlaženju iz okvira dominantnog oblika izveštavanja, i to tvrdnjama o tome na koji način bi korišćenje nekih drugih izvora informacija moglo da poboljša njihov pristup evropskim temama. Izuzetno mali broj anketiranih čuo je za korisne evropske servise na internetu namenjene novinarima širom sveta, koji su i lako dostupni i mogu da se koriste bez novčane nadoknade. Zato se prirodno nameće pitanje neophodnosti njihove edukacije i usavršavanja u vezi sa izveštavanjem o evropskim temama, kako bi publika u lokalnim sredinama razumela zbog čega Srbija prolazi kroz proces evrointegracija, šta on konkretno znači i šta će pristupanje EU doneti građanima Srbije.

Ovaj nalaz se, sa jedne strane, podudara sa medijskom slikom EU u državama članicama, koja je, prema Dalgrenu, „nacionalno filtrirana“³⁹. Sa druge strane, evropski novinari koriste širok dijapazon izvora, pa i servise institucija EU, ali tokom obrade informacija iz tih izvora krajnji novinarski proizvodi najčešće imaju nacionalni fokus. Predstavljeno istraživanje upućuje na ovakav zaključak i u Srbiji, ali da bi se zaista moglo govoriti o razlikama i sličnostima izveštavanja novinara iz Srbije i EU neophodno je izvršiti detaljniju komparativnu analizu. Ovo istraživanje predstavlja dobru polaznu osnovu za dalje bavljenje ovom temom.

BIBLIOGRAFIJA

- [1] Adam, Laura Batalla, „*The significance of EU topics in national media. Has there been an Europeanization of reporting in the national media?*“, *Bruges Political Research Papers No. 27/2012*, Available from: <https://www.coleurope.eu/website/study/european-political-and-administrative-studies/research-activities/bruges-political> (Accessed: 1 August 2013), pp. 1-98.
- [2] Bijsmans, Patrick and Altides, Christina, „Bridging the Gap between EU Politics and Citizens? The European Commission, National Media and EU Affairs in the Public Sphere“, *European Integration*, 2007, Vol. 29, No. 3, pp. 323–340.
- [3] Bohman, James, „Toward a critical theory of globalization: Concepts and Transformation“, *Concepts and Transformation*, 2004, Vol. 9, No. 2, pp. 121–146.
- [4] Bohman, James, „Democratizing the transnational polity: The European Union and the presuppositions of democracy“, *RECON Online Working Paper 2007/02*.
- [5] De Vreese, Claes, *Framing Europe. Television news and European integration*, Aksant Publishers, Amsterdam, 2002.
- [6] De Vreese, Claes, *Communicating Europe*, The Foreign Policy Centre, 2003.

³⁹ Peter Dahlgren, *Media and Political Engagement – Citizens, Communication and Democracy*, op. cit., p. 177.

- [7] De Vreese, Claes, *Framing Europe*, PhD thesis, Faculty of Social and Behavioural Sciences, University of Amsterdam, 2003.
- [8] Garavoglia, Matteo, „Democracy in Europe: Politicizing Champions for the European Public Sphere“, *IAI Working Papers 1114*, Istituto affari internazionali (IAI), 2011.
- [9] Dahlgren, Peter, *Media and Political Engagement – Citizens, Communication and Democracy*, Cambridge University Press, 2009.
- [10] Esser, Frank et al., „Political Information Opportunities in Europe: A Longitudinal and Comparative Study of Thirteen Television Systems“, *The International Journal of Press/Politics*, 2012, Vol.17, No. 3, pp. 247-274.
- [11] Gleissner, Martin. and de Vreese, Claes H., „News about the EU Constitution: Journalistic challenges and media portrayal of the European Constitution“, *Journalism*, 2005, Vol. 6, No. 2, pp. 221-242.
- [12] Hjarvard, Stig, „The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change“, *Nordicom Review*, 2008, Vol. 29, No. 2, pp. 105-134.
- [13] Lecheler, Sophie, „EU membership and the press: An analysis of the Brussels correspondents from the new member states“, *Journalism*, 2008, Vol. 9, No. 4, pp. 443-464.
- [14] Kantner, Cathleen, „Öffentliche politische Kommunikation in der Europäischen Union. Eine hermeneutisch-pragmatistische Perspektive“, in: A. Klein, R. Koopmans, L. Klein, C. Lahusen, E. Richter, D. Rucht and H.-J. Trenz (eds), *Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa*, Opladen: Leske + Budrich, 2003, pp. 215-229.
- [15] Machill, Marcel, Beiler, Markus and Fischer, Corinna, „Europe-topics in Europe's media: The debate about the European public sphere: a meta-analysis of media content analyses“, *European Journal of Communication*, 2005, Vol. 21, No. 1, pp. 57-88.
- [16] Matić, Jovanka, *Medijske slobode Srbije u evropskom ogledalu*, Beograd, ANEM, NUNS, 2011.
- [17] Milinkov, Smiljana, Gajić, Zlatomir i Pavkov, Ksenija, „Analiza medijskog izveštavanja o evropeizaciji u Srbiji“, u: Dubravka Valić Nedeljković i Jelena Kleut (urs.), *Evropa ovde i tamo: analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana*, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, 2013, str.117-127.
- [18] Pralica, Dejan, „Evropa i evropeizacija – komparativna analiza izveštavanja štampanih i elektronskih medija u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Makedoniji i Srbiji“, u: Dubravka Valić Nedeljković i Jelena Kleut (urs.), *Evropa ovde i tamo: analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana*, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, 2013, str. 73-81.
- [19] Price, Monroe, *Media and Sovereignty: The Global Information Revolution And Its Challenge To State Power*, Cambridge, MA: The MIT Press, 2002.
- [20] Trenz, Hans-Jörg, „Media Coverage on European Governance Exploring the European Public Sphere in National Quality Newspapers“, *European Journal of Communication*, 2004, Vol. 19, No. 3, pp. 291-319.

- [21] Trenz, Hans-Jörg, „Understanding Media Impact on European Integration: Enhancing or Restricting the Scope of Legitimacy of the EU?“, *European Integration*, 2008, Vol. 30, No. 2, pp. 291-309.
- [22] Valić Nedeljković, Dubravka i Kleut, Jelena (urs.), *Evropa ovde i tamo: analiza diskursa o evropeizaciji u medijima Zapadnog Balkana*, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, 2013.

Aleksandra Krstić and Ana Milojević

THE EU FROM THE PERSPECTIVE OF JOURNALISTS IN SERBIAN LOCAL MEDIA

Abstract

The media play an important role in informing citizens about the process of EU integration. However recent research in the field shows that Serbian media coverage is mainly oriented towards protocol news and political process in highly positive tone. The aim of this paper is to highlight the picture of the EU represented by local media, since previous studies focused on national media content analyses. For this purpose survey with journalists from 41 local media outlets in different parts of Serbia has been done. Main research findings show that local media reporting is in line with mainstream national coverage. Journalists mostly rely on local governments and state institutions as sources of information. Stories are initiated by actual events and press conferences. Accordingly, political and economic topics prevail, while citizens and their everyday life remain on the margins of local media coverage.

Key words:

European Union, local media, sources of information, European topics, journalists.