

SRBIJA

MEDIJI: RTS, RUV i TV B92

OD EMOCIONALNOG PRISTUPA PREMA SUDBINI KOSOVA DO PROGRESIVNOG GRAĐANSKOG AKTIVIZMA

Uvodna razmatranja

Društveno politički kontekst medijskog sektora

Zakonom o radiodifuziji (2002) u Srbiji je uspostavljen dualni sistem u sferi elektronskih medija koji podrazumeva postojanje 2 javna servisa i komercijalnih medija. Dozvole za emitovanje programa mogu se dobiti na konkursu koji objavljuje samoregulatorno telo (Republička radiodifuzna agencija) za komercijalne medije, medije lokalne zajednice (samo do kraja 2007, jer nakon toga se ili gase ili privatizuju) i civilni sektor (samo na nivou opštine). U trenutku monitoringa završen je konkurs za dobijanje dozola za emitovanje komercijalnih medija na nacionalnom i regionalnom nivou, a u toku je konkurs za lokalne emitere.

Javni servisi su nastali transformisanjem državocentričnih matičnih RTV kuća pa time i nasledili njihove frekvencije. U Srbiji bez Kosova su postojala dva takva centra: Radiotelevizija Beograd (RTBGD) i Radiotelevizija Novi Sad (RTNS). U vreme centralizacije celog javnog sektora poslednje decenije prošlog veka nasilno su fuzionisane RTNS i RTBGD u Radioteleviziju Srbije (RTS) kako bi se lakše kontrolisala medijska scena, ali i novac od pretplate slivao u jednu, državnu, kasu. Zakon o radiodifuziji iz 2002. predvideo je razdvajanje RTS i stvaranje dva javna servisa na šta se čekalo pune 4 godine. Konačno 1. maja 2006. formirana je regionalna Radiodifuzna ustanova Vojvodine (RUV) i nacionalna Radiodifuzna ustanova Srbije (RTS).

Zakon o radiodifuziji je donesen 2002. kao prvi iz planiranog paketa koji je imao za cilj regulisanje medijskog sektora Srbije. Podsetimo da je nesposobnost vlasti da nakon demokratskih promena bar minimalno uredi medijsku oblast uslovlila da je u trenutku raspisivanja prvog konkursa za dodelu dozvola emiterima sa nacionalnim pokrivanjem (2006) u Srbiji delovalo oko 1500 medija u haotičnom okruženju, većina na nivou minimalne egzistencije.

U istraživanju agencije Strategic Marketing za klijenta IREX 2004. u 100 opština u Srbiji je bilo 204 registrovana štampana medija (bez licenciranih koji se štampaju u Srbiji); 176 registrovanih TV stanica, (realno između 250 i 300); 466 registrovanih radio stanica, (realno preko 900) i tri medijske agencije (FoNet, Beta, Tanjug). Znači da je na svakih 5000 stanovnika dolazio po jedan medij. Istraživanje je pokazalo da svaki dan TV gleda 88% stanovnika, sluša radio 51% stanovnika, čita novine 31%, čita časopise 5% i koristi Internet 4,3% stanovnika Srbije (15% populacije je online). Čak 43% lokalnih medijskih kuća u državnom vlasništvu ima više od jednog medija.

Najčešći državni medij u srpskim opštinama je radio u 62% slučajeva, novine (magazini) u 47% slučajeva i tv u 43% slučajeva. U više od polovine medija kadrovska struktura nije optimalna, a zaposleni su vrlo slabo plaćeni.

Situacija do danas nije znatno izmenjena osim što je mali broj lokalnih medija privatizovan, a nacionalni emiteri koji su ostali bez dozvole nakon završetka konkursa polako se nasilno gase. Prva na udaru je bila BK televizija, pre iz političkih nego iz medijskih razloga.

U maju 2007. dozvolu za emitovanje na nacionalnom nivou dobilo je 5 televizija (B92, Fox, Pink, Košava i Avala) i 5 radijskih emitera (Radio B92, Radio Index, Radio S, Radio Fokus i Roadstar radio). Svi nacionalni emiteri imaju sedišta u Beogradu i većina ih je nastala od lokalnih radio i televizijskih stanica, pa se to, bez obzira na nacionalnu frekvenciju, i dalje očituje u njihovom delovanju.

Medijski analitičari se slažu da je u dodeli dozvola za emitovanje presudan bio politički faktor i kriterijumi koje su nametnuli političko-ekonomski centri moći, što su potvrdili i prvi nezavisni monitorinzi programa nacionalnih emitera. Tako se na primer Radio Fokus javno izjasnio da je medij koji favorizuje stavove i načela Srpske radikalne stranke šireći jezik mržnje prema svim drugim opredeljenjima, a RRA tim povodom, uprkos upozoravanja stručne javnosti, još nije reagovala (maj 2007) u skladu sa zakonskim ovlašćenjima koje ima.

Podsetimo da se u Zakonu o radiodifuziji jasno navodi (član 42) da "imalac dozvole za emitovanje programa ne može da bude politička stranka, organizacija ili koalicija, kao i pravno lice čiji je osnivač politička stranka, organizacija ili koalicija". Osim toga član 75 istog zakona upućuje na to da se odgovornost emitera za sadržinu programa primenjuju odredbe Zakona o javnom informisanju (2003) u kojem poglavlje VII "Posebna prava i obaveze u javnom informisanju" definiše šta javno glasilo može, a šta ne, da objavljuje, pa tako jasno definiše i šta se podrazumeva pod "jezikom mržnje".

Dodela dozvola za nacionalno emitovanje radijskog i televizijskog programa izazvala je burne reakcije u javnosti, a rasprave o tome traju i danas. Stručnjaci upozoravaju da će prava medijska situacija biti jasna tek nakon objavljivanja rezultata konkursa za regionalne i lokalne emitere.

Osnovne vrednosti slobodnog tržišta - samoodrživost i mogućnost slobodnog plasiranja različitih uverenja, koje je javno promovisala u objašnjavaju svojim odluka Republička radiodifuzna agencija, poništila je upravo logika monopola. Zakoni ponude i potražnje sa tržišta medija Srbije prognali su nezavisne, niskobudžetne, nedotirane, uskoname-nske medije i one koji promovišu multikulturalizam i opslužuju manjinske grupe¹. Vešto su iskorišćeni kao poluga koja iz oblasti javnog informisanja sa tržišta eliminiše sve što je »drugo«, »drugačije«, »manjinsko«. Princip univerzalnosti i slobode medija se pretvorio u slobodu samo za vlasnike medija koji pripadaju moćnim političkim i ekonomskim elitama (Pink, FOX). Spoj ekonomske, finansijske i medijske moći daje političku moć koja zatim donosi takvu pravnu regulativu² funkcionisanja medija koja sa tržišta potpuno eliminiše sve one koji bi mogli ponuditi nešto »specifično«. Tržišnocentrični medij nameće opšti ukus, ne uslužuje posebnu publiku specijalnih interesovanja, ne promovišu kulturu manjinskih prava, pa tako ni publiku nacionalnih manjina koja posredstvom takvih medija ne može da ostvari svoja prava. Tržišnocentrični mediji nude »mnogo istog«, a ne »različitog«, dakle samo ono za što se pokazalo da okuplja najveći deo raspoložive medijske publike, jer na taj način ekonomskom propagandom obezbeđuje opstanak (iste niskobudžetne serije, isti licencni kvizovi, emisije tipa rialiti šou gleda ceo region pa tako i auditorijum u Srbiji).

Najkrupniji mediji određuju pravila ponašanja i cene »informacija«, kreiraju »stvarnost« i navike publike. Svakodnevica ukazuje da tu nema mnogo mesta za kulturu manjinskih prava.

Mali, lokalni mediji se ili prilagođavaju ili nestaju. Jedina mogućnost da opstanu je umrežavanje koje zabranjuje Zakon o radiodifuziji, da bi sprečio medijsku koncentraciju. Konkurs za lokalne dozvole za komercijalne i emitere civilnog sektora u Srbiji je u toku. Već prema preliminarnim uvidima u situaciju može se uočiti da se na konkurs neće javiti oni koji u malim sredinama favorizuju informativno-obrazovne sadržaje i to na višejezičkom principu.

¹ Na primer mnogi alternativni mediji nisu prošli na konkursu RRA za dodelu dozvola za emitovanje na nacionalnom i regionalnom nivou 2006/2007. Tim povodom kolumnista magazina „Vreme“ Teofil Pančić je u broju 813 od 3. avgusta 2006. napisao „još od 13. jula iz etra je netragom nestao poslednjih godina *najzanimljiviji* i svakako *najdrugačiji* beogradski FM punkt: SKC Radio (107,9, Bog da mu dušu prosti), i niko tome nije posvetio ni slovceta. (...) U današnjoj je Srbiji sve što spada u, hajd' mo reći, savremenu urbanu subkulturu/kontrakulturu i u najširem smislu reći „alternativnu“ umetničku produkciju – a Radio SKC bio je, ako ništa drugo, jedini 24 sata raspoloživi glasnik te scene, tj. *tog pluraliteta svakovrsnih Drugosti* - na totalnoj margini (...) Radi se o tome da se sada, na naše oči, kreira i natura predominantni, jedino-poželjni *kulturni obrazac*, i sada je poslednji trenutak da bušimo rupe u novonastajućem Sistemu, čiji cement samo što se nije stvrdnuo. Taj Sistem nam je namenio medijsku scenu sastavljenu po najgorem, recimo italijanskom uzoru, u kojem će samo organizovana stupidnost, srednjaštvo svih pojavnih oblika, hiperkomercijalnost i idiotski navalentna *zabavnost* opstati u etru, dočim sve, ama baš sve drugo ima da čuti dok idu Svete Reklame. A one idu non-stop. Ako sada nešto ne učinimo, uskoro ćemo se i mi, sasvim iskreno, zapanjeno zapitati: *otkud sunce usred bijela dana.?!*“

² “Zakon o radio-televiziji Srbije” iz 1991, “Uredba o posebnim merama u uslovima pretnji oružanim napadima NATO pakta našoj zemlji” od 9. oktobra 1998, “Zakon o javnom informisanju Republike Srbije” od 22. oktobra 1998. Redefinisani Zakon o radiodifuziji (2002, 2004, 2005) koji je sve manje demokratski sa svakom novom izmenom.

Istovremeno analize sadržaja su ukazale na to da niti se mediji većine bave dovoljno i na adekvatan način kulturnim i manjinskim pravima, ali ni mediji manjina se ne bave tim pitanjima niti promocijom multikulturalizma i interkulture saradnje.

Model javnog sevisa opšteprihvaćen u regionu nametnuo je zadatak da nacionalni pokrivači moraju da promovišu ljudska i manjinska prava i da tako kroz programe budu afirmisani svi građani zajednice uključujući i manjine i marginalne grupe. Ovu obavezu relativno je jednostavno kontrolisati i ona se uglavnom danas, početkom trećeg milenijuma, u celom regionu, kako tako i ostvaruje.

Evazivni mediji (nacionalnog i internacionalnog pokrivanja) kulturna prava, kao što je već rečeno, uglavnom ne zanimaju, pa u toj sferi ne treba ni tragati za mogućim modelima promovisanja manjinskih kultura i njihovih prava. Što potvrđuju i rezultati ovog monitoringa.

Valja ukazati još i na to da nakon sada već 5 godina od usvajanja Zakona o radiodifuziji Srbije, njegova implementacija je nepotpuna.

RTS je transformisana u dve radiodifuzne ustanove. Proces transformacije državocentrične Radiotelevizije Novi Sad u regionalni javni servis (Radiodifuznu ustanovu Vojvodine, koja je uspostavljena umesto 2002. tek 1.maja 2006.) prema redefinisanim Zakonu o radiodifuziji, ide sporo i još traje.

Radiotelevizija Srbije (RTS) je u mnogo boljem, pre svega kadrovskom i finansijskom, položaju, ali i ovaj nacionalni javni servis još se može smatrati svojevrsnim promotorom državne politike, a ne nezavisnim medijem formiranim od građana, finasiranim od građana i kontrolisanim od građana.

Podsetimo da, pošto nije usvojen predlog Odbora za informisanje Skupštine Vojvodine 2002, da i Vojvodina ima radiodifuznu agenciju u čijem Savetu bi bili i predstavnici nacionalnih manjina s obzirom da je reč o regionu koji je dominantno multinacionalan i multijezički, pa su tako i mediji uglavnom multilingvalni, Zakonom je predviđeno da se odluka koja se "odnosi na teritoriju Autonomne pokrajine Vojvodine smatra donesenom ako je u okviru potrebnog broja glasova za njeno donošenje i glas najmanje jednog člana Saveta koji je izabran na predlog ovlašćenih predlagača iz Autonomne pokrajine Vojvodine" (član 32). Redefinisanjem Zakona 2005. član 32. je **izbrisan** čime je povređeno osnovno pravilo da jednom stečena prava ne mogu da se gube. Prethodnom izmenom Zakona Vojvodini je smanjen broj predstavnika u RRA na **samo jednu osobu**.

Privatizacija lokalnih radiodifuznih organizacija članovi 96. i 126. ovog Zakona je odgođena do 2008. pošto nije nađen odgovarajući model posebno za lokalne emitere čiji je osnivač opština, a višejezični su, tačnije, odgovaraju strukturi stanovništva u lokalnoj zajednici. Zašto? Mnogi se boje da će neadekvatnom privatizacijom nestati upravo delovi programa na

jezicima nacionalnih manjina pošto oni nemaju dovoljno brojani auditorijum, niti nezavisnu ekonomsku podršku.

Jedan od predloga je bio da se član 96. Zakona može protumačiti i tako da opštine mogu da zadrže određeni procenat u vlasništvu nad informativnim centrima, odnosno radio stanicama, koje funkcionišu po principu radiodifuznog servisa. Javnost je podeljena. Dok jedni smatraju da bi to omogućilo opstanak posebno onima na jezicima nacionalnih manjina, drugi smatraju da bi omogućilo nastavak povremeno sprovedene loše prakse da, kako se struktura vlasti u opštini menja, tako se menja i misija medija, odnosno njegova uređivačka politika i shodno tome rukovodeća struktura. Međutim, olako se zaboravlja dobra praksa od vremena pre 1990. kada su lokalni mediji dobijali određen procenat od prikupljene pretplate što im je omogućavalo nezavisniji položaj i stabilnije finansiranje. Ukoliko bi se ponovo primenio ovaj princip rešio bi se problem zadovoljavanja višejezičnog informisanja u multietničkim opštinama koje i inače u svojim statutima prepoznaju jezike manjina u javnoj upotrebi.

Prema dobijenim podacima do sada su se lakše privatizovali jednojezični mediji i to pre svega oni na većinskom jeziku, pa zatim dvojezični, i to onda kada je sa većinskim jezikom u kombinaciji manjinski sa najviše govornih predstavnika.

Sve ovo, uz napomenu da je ekonomska situacija u Srbiji i dalje veoma loša, da medijski auditorijum nije mnogobrojan, te da se na 7,5 miliona stanovnika Srbije bez Kosova BDP po glavi nije mnogo poboljšao od 2000. godine, da je prosečna plata 319 €, a prosečna mesečna potrošnja samo za hranu četvoročlane porodice odnosi više od polovine mesečnih prihoda (166€)³, te da je osim za pretplatu javnom servisu mesečno izdvajanje za novine minimalno, **nameće pitanje** šta uopšte oglašivači i mediji mogu od ovakvog tržišta da očekuju.

Dodatno za bolje razumevanje monitoringa medija Srbije, važno je istaći da je istraživanje rađeno u aprilu 2007. u vreme obeleženo izuzetnom unutrašnjopolitičkom aktivnošću obremenjenom višemesečnim bezuspešnim pokušajima da demokratski orijentisane partije nakon izbora u januaru 2007, formiraju koalicionu vladu; kao i na spoljnopolitičkom planu gde su intenzivirani pregovori o statusu Kosova, koji su ulazili u završnu fazu, nimalo povoljnu za Srbiju.

Korpus

Za monitoring su odabrana:

(a) oba javna servisa, s obzirom na to da nemaju u potpunosti iste misije, auditorijum, niti su kontekstualno u istom položaju i

³ Blic 6.maj 2007, strana 4.

(b) komercijalni nacionalni emiter B92 - televizija sa najgledanijim informativnim programom koji se koncepcijski znatno razlikuje od informativnog programa javnih servisa.

Radiodifuzna ustanova Srbije, nacionalni javni servis, **RTS** naslednik je Radiotelevizije Beograd najstarijeg i najrazvijenijeg emitera u Srbiji.

Prema http://sh.wikipedia.org/wiki/Radio-televizija_Srbije emituje televizijski program u ukupnom dnevnom obimu od 96 časova. Radijski programi RTS emituju 96 časova programa dnevno, a subotom i nedeljom po 108 časova. Učešće programa iz sopstvene produkcije u ukupnom televizijskom emitovanju je, na Prvom programu 95%, na Drugom 90%, na Satelitskom 96%, a u radijskom emitovanju 98,8%.

Radnim danima je, prosečno po građaninu Srbije, gledanost Prvog programa TV Beograd 104 minuta, Drugog programa 71 minut. Gledanost raste u dane vikenda i to: subotom Prvi program TV Beograd se gleda 108, Drugi program 80 minuta; nedeljom se Prvi program TV Beograd gleda 117 minuta i Drugi program 94 minuta.

Radiodifuzna ustanova Srbije (RTS) emituje radijski program na tri mreže u MF opsegu i na tri mreže u VHF opsegu, a televizijski program na dve mreže u VHF/UHF opsegu.

Šer prvog programa televizije prema podacima istraživanja AGB Strategic Research obavljenog od 21-27. januara 2007. je u Vojvodini 20,6%⁴.

Radiodifuzna ustanova Vojvodine **RUV** (PO Zakonu o radiodifuziji član 76) je nosilac javnog radiodifuznog servisa u Pokrajini i nasledila je Radioteleviziju Novi Sad. Zakon ističe da su "Programi koji se proizvode i emituju u okviru javnog radiodifuznog servisa od opšteg interesa".

U članu 77. stav 1. i stavu 3. se precizira da programom RUVa "mora da se obezbedi raznovrsnost i izbalansiranost sadržaja kojima se podržavaju demokratske vrednosti savremenog društva, a naročito poštovanje ljudskih prava i kulturnog, nacionalnog, etničkog, političkog pluralizma ideja i mišljenja. Član 78. dodatno navodi da su "nosioci radiodifuznog servisa dužni da (3) uvažavaju jezičke i govorne standarde, kako većinskog stanovništva, tako, u odgovarajućoj srazmeri i nacionalnih manjina odnosno etničkih grupa, na području na kom se program emituje; (4) obezbede zadovoljavanje potreba građana za programskim sadržajima koji izražavaju kulturni identitet, kako naroda, tako i nacionalnih manjina, odnosno etničkih grupa, kroz mogućnost da određene programe ili programske celine, na područjima na kojima žive i rade, prate na svom maternjem jeziku i pismu; (...)"

⁴ Dati su podaci AGB za Vojvodinu pošto su oni bili raspoloživi, srodna istraživanja upućuju na to da su odnosi veoma slični i u ostatku Srbije.

RUV emituje programe i emisije informativnog, obrazovnog i zabavnog sadržaja na 7 jezika (srpskom, mađarskom, slovačkom, rumunskom, rusinskom, romskom, ukrajinskom, a povremeno i na bunjevačkom, makedonskom i nemačkom jeziku).

RUV, prema podacima ove medijske kuće, proizvede godišnje 479.675 minuta sopstvenog televizijskog programa od čega 63.83% čine informativni sadržaji, 27,95% su kulturnometrički a 8,21% dokumentarni sadržaji.

Prema ovom Zakonu, javnoj radiodifuznoj ustanovi Vojvodine pripadaju za radio 3 UKT mreže i 2 Srednji talasi mreže. Za TV dodeljena su 2 kanala: jedan za program na srpskom, a drugi za programe na jezicima nacionalnih manjina.

Šer prvog programa televizije RUV prema podacima istraživanja AGB Strategic Research obavljenog od 21-27. januara 2007. je u Vojvodini 3,8 odsto.

B92 je, prema www.b92.net/indexs.phtml, osnovan 1989. kao omladinska radio stanica koja je program emitovala u Beogradu. S vremenom je narastao u kompaniju koja obuhvata regionalnu radijsku i nacionalnu televizijsku stanicu, web sajt i servis za internet provajding, književno izdavaštvo, muzičku etiketu i kulturni centar REX.

Zbog posvećenosti odgovornom novinarstvu i pozitivnoj društvenoj promeni, B92 je stekao međunarodni ugled: kuća i članovi njenog tima dobitnici su brojnih prestižnih međunarodnih nagrada za novinarsku hrabrost i promociju ljudskih prava. O B92 je napisan i bestseler This is Serbia Collin, Metjua Kolina.

Ključne aktivnosti B92 su tri medija: televizijska stanica koja beleži najveći rast među nacionalnim kanalima, najpopularnija privatna radio stanica, kao i najpopularniji portal.

TV B92 je počela sa emitovanjem 2000. godine, kao nastavak aktivnosti i projekata kojima se B92 do tada bavio. Nastala sa idejom da se već dobro poznate vrednosti koje B92 zastupa, prošire i putem ovog medija. TV B92 informiše, zabavlja, edukuje i inspiriše gledaoce širem Srbije.

U proteklih šest godina postojanja, TV B92 je stanica sa najbržim razvojem u zemlji. Za poslednje 4 godine uspela je da utrostruči gledanost i danas se kotira kao treća najpopularnija u svojoj ciljnoj grupi (urbani od 15 do 54 godine). Prema podacima AGB Strategic Research danas 42 predajnika na teritoriji Srbije pokrivaju signalom B92 ukupno preko 98% celokupne populacije, dok oko 88% srpske populacije ima kvalitetan prijem B92 signala. TV B92 je i jedna od pet stanica koje su dobile dozvolu za emitovanje programa na nacionalnom nivou.

Šer televizije B92 prema podacima istraživanja AGB Strategic Research obavljenog od 21-27. januara 2007. je, u Vojvodini 5,9 odsto.

Za navedene televizije smo se opredelili i stoga što "nijedan od novih vlasnika nacionalnih frekvencija do sada nije uspeo u značajnijoj meri da osvoji TV gledalište. Prema podacima za april, učešće u ukupnoj gledanosti Avale, Foksa i Košave zajedno manje je od učešća u gledanosti TV B92. Za najgledanijim kanalima - RTS I i TV Pink, nove TV stanice zaostaju sedam-osam, pa i čitavih deset puta" (Blic ONline, 8.05.07).

Prema utvrđenom modelu u Srbiji su monitorovani:

- Centralna informativno-politička emisija **Dnevnik RTS** u 19.30 u trajanju od 30 minuta.
- Centralna informativno-politička emisija **Vojvođanska hronika RUV** u 22.00 u trajanju od 20 minuta.
- Centralna informativno-politička emisija **Vesti B92** u 18.30 u trajanju od 30 minuta

Ukupno je monitorovano **640** minuta večernjih centralnih informativno-političkih emisija (CIPE) tri emitera: dva javna servisa (nacionalni i pokrajinski) i jedne komercijalne televizije sa najrazvijenijim informativnim programom.

Analiza sadržaja

Tema

Društveno politički kontekst nametnuo je u potpunosti način odabira i rasporeda informacija u centralnim informativno-političkim emisijama (CIPE) u posmatranim medijima u Srbiji.

Mediji u zemlji koja nema definisane granice, koja još nije potpisala dokument o pridruživanju Evropskoj uniji, koja je obremenjena balkanskim konfliktima jasno da najviše pažnje posvećuju *međunarodnoj politici* (22,31% u RTS, 18,68 u RUV i 17,52% u B92).

U aprilu 2007. godine, kao što je napomenuto, Srbija je imala široku međunarodnu aktivnost kako bi lobiranjem obezbedila da plan Martija Ahtisarija za rešenje statusa "južne srpske pokrajine" (eufemizam, markiran netolerantnim jezikom, koji za Kosovo i Metohiju koriste mnogi mediji u Srbiji pa i RTS kao javni servis) ne bude prihvaćen u Ujedinjenim nacijama. Stoga je sasvim razumljivo da je u okviru kategorije *međunarodna politika*, posvećen najveći broj priloga upravo statusu Kosova i Metohije. Na primer, od 659 sekundi posvećenih međunarodnoj politici čak 617 se odnosi na Kosovo. To znači da su vodeći mediji konsenzusno prepoznali šta jeste na vrhu društvene agende i auditorijumu su posredovali izuzetno mnogo informacija koje se na to odnose. Istovremeno moglo bi se reći da su sve plasirane informacije date vrlo jasno iz perspektive Beograda i Srbije. Osim izjava domaćih zvaničnika i analitičara i međunarodnih subjekata, koji ne dele stav Beograda, u

informativnom programu se nije našla ni jedna informacija i izjava koja dolazi od Albanske strane čime je povređeno osnovno profesionalno pravilo da svi relevantni akteri događaja, ili pojave, imaju balansirani, nediskriminatoran tretman u izveštajima.

Svim ostalim temama posvećeno je znatno manje vremena tokom jedne informativne emisije.

Osim rečenog znatna je razlika u vremenu koje je posvećeno Kosovu na sva tri medija.

RTS je ubedljivo najviše i najsloženije izveštavao o Kosovu i statusu, dok je B92 prenosio sve relevantne informacije, ali ne toliko detaljno. Što se RUVa tiče u pogledu Kosova i Metohije je sličniji republičkom javnom servisu, ali zbog kraće forme i drugačijeg koncepta nema toliko detaljnih izveštaja i ne u istoj medijskoj formi/žanru.

Osim o Kosovu bilo je reči o viznim olakšicama i pregovorima u Briselu u vezi sa tim, predstojećem predsedavanju Srbije Savetom bezbednosti, odnosima sa Crnom Gorom, dakle onima koje su direktno povezane sa nerešenim statusom države, odnosno pozitivnom promocijom Srbije u međunarodnoj sferi.

Sve ove teme obrađivane su samo toga dana kada se desio neki aktuelni događaj, dok je pitanje Kosova i Metohije bila svakodnevno prisutna tema u vreme monitoringa.

U pogledu tematike, važno mesto zauzimaju i suđenja. Kako ono za ubistvo premijera Đinđića (2003), tako i druga, mahom pred specijalnim sudovima. Ove teme su, kao i kriminal uopšte, kodirani kao *ostalo(drugo)* i stoga ta kategorija zauzima u monitorovanim medijima visoko mesto posebno u emisijama B92 (20,62%), medija čija je jasna programska politika razotkrivanje kriminala, korupcije, izveštavanje o ratnim zločinima (B92 10,30 %).

Takođe i u RUV *ostalo* obuhvata gotovo četvrtinu (23,07) CIPE stoga što su u tu kategoriju kodirana, kao i kod B92, suđenja kriminalnim klanovima, ali još više stoga što su sve rubrike posvećene **međunacionalnim odnosima** u Vojvodini, temi od izuzetnog značaja u ovoj izrazito multietničkoj sredini. U odnosu na istraživanja⁵ iz 2006. godine kada je jedan od osnovnih nalaza bio nedostatak rubrika o međunacionalnim odnosima u Vojvodini, ovaj monitoring beleži znatan pozitivan pomak RUV u tom domenu.

Od *dešavanja u svetu*, pažnja se posvećuje uglavnom situaciji na Bliskom istoku i terorističkim napadima kao i u svim medijima u svetu. Nema inovacija niti kreativnijih pristupa u kategoriji *dešavanja u svetu*. Uzrok tome je i verovatno veoma skromna dopisnička mreža RTS-a kao najjačeg medija od posmatranih, ali i agencije (BETA) čije usluge svi monitorovani

⁵ U okviru projekta "Transformacija RTVNS u javni servis Vojvodine" Novosadska novinarska škola u saradnji sa Pokrajinskim izvršnim većem od septembra 2006. do januara 2007. je monitorovala sve programe RUV kako na većinskom tako i na jezicima nacionalnih manjina.

mediji koriste. U RUV u posmatranom periodu nije bilo ni jedne informacije o zbivanjima u svetu.

Ratni zločini se ne obrađuju tematski, već se prilozi koji se tiču ove teme uvek emituju u aktuelnom povodu, suđenja ili sličnog. Najviše pažnje srbijanski mediji posvetili su suđenju «Škorpionima» koje je tih dana završeno u Beogradu.

Kultura i umetnost se tiče aktuelnih događaja te vrste koji su se održavali u Beogradu i favorizuje umetnike iz glavnog grada ili goste iz sveta. RTS i B92 nisu objavili čak ni *in memorijam* predsedniku Matice Srpske, kulturne institucije po značaju ravnog Akademiji nauka, jer je njeno sedište u Novom Sadu. Nije prepoznat ni značaj tradicionalnog Festivala kratkometražnog filma koji se događa u Beogradu, a bio je posvećen Želimiru Žilniku, reditelju iz Novog Sada. Te informacije su prešle informativni prag samo regionalnog javnog servisa – RUV što ukazuje na model „agenda setting“ koji podržava koncentraciju društvenopolitičkog života samo u prestolničkom gradu.

RUV je u posmatranom periodu, u poređenju sa ostalim monitorovanim medijima, imao najviše informacija o *kulturi i umetnosti* (9,89) što se potpuno uklapa u misiju ovog javnog servisa da afirmiše multikulturalnost i kulturu nacionalnih zajednica što se može smatrati dobrim standardom.

CIPE RTS, B92 i RUV razlikuju se, osim po rubrici *ostalo*, još i po odnosu prema *unutrašnjoj politici*. Ovaj segment posebno neguje RUV (17,58) i B92 (15,46%) u čijem CIPE ima gotovo dva puta više izveštaja o domaćim zbivanjima nego na primer u javnom servisu (9,09%).

Međutim RUV i B92 potpuno različito tretiraju teme iz ove kategorije. Dok se B92 ozbiljno bavi i *socijalnom i zdravstvenom zaštitom* (6,18%), *mladima i decom* (2,06%), *ženama*, RUV ih zanemaruje (*socijalna i zdravstvena zaštita* 2,19; *mladi i deca* 0%) iako bi prema definiciji upravo to trebalo da budu od javnog interesa za nacionalnu i regionalnu radiodifuznu ustanovu.

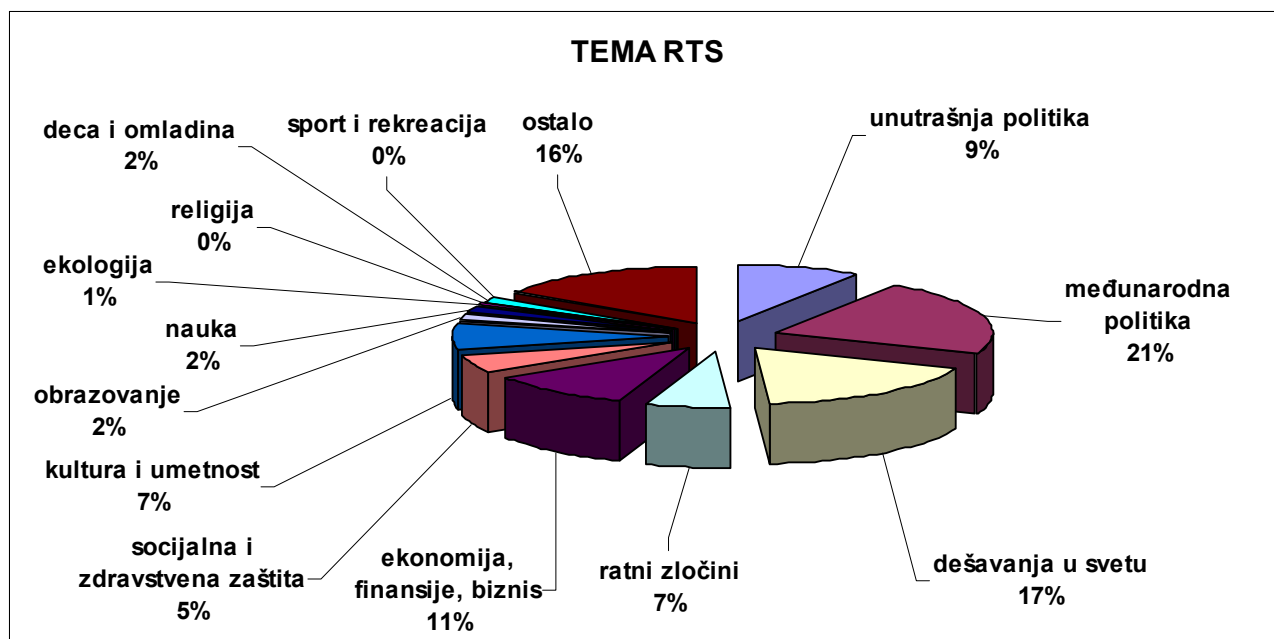
B92 je i televizija koja neguje građanski aktivizam u svojim CIPE, što druga dva javna servisa ne čine. Na primer u sklopu akcije za izgradnju Sigurne ženske kuće prisutno je puno priloga koji pozdravljaju i pohvaljuju i druge društvene akcije i građanski aktivizam (na primer TV paket o građanima koji ne daju da zelena površina u njihovom kvartu bude pretvorena u poslovni prostor), odnosno akcije čiji nosioci nisu isključivo organi vlasti.

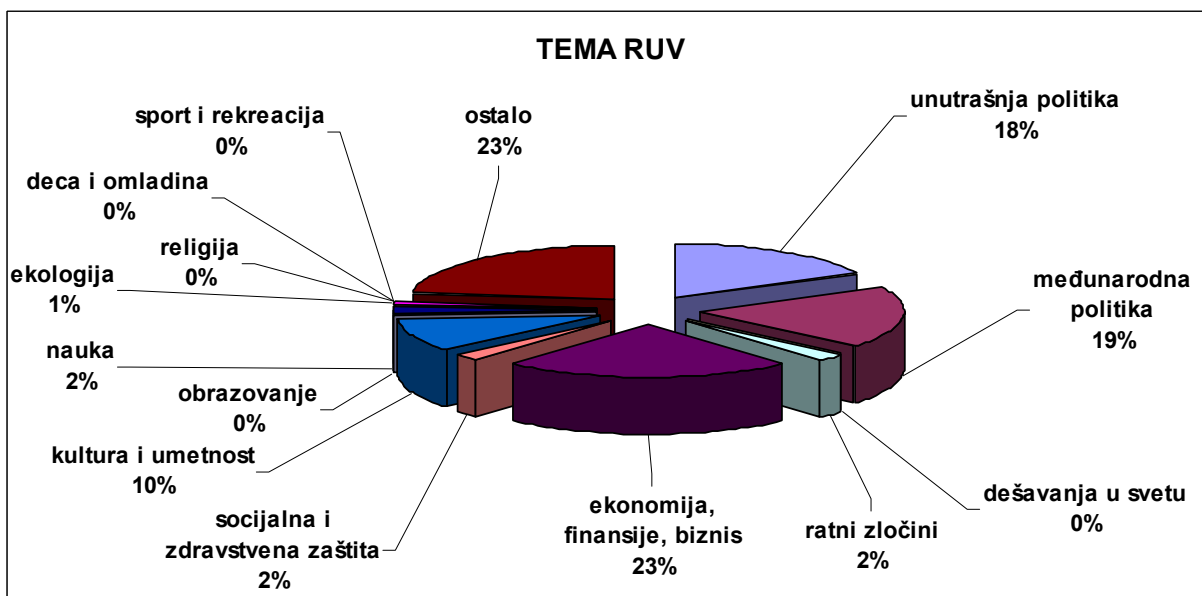
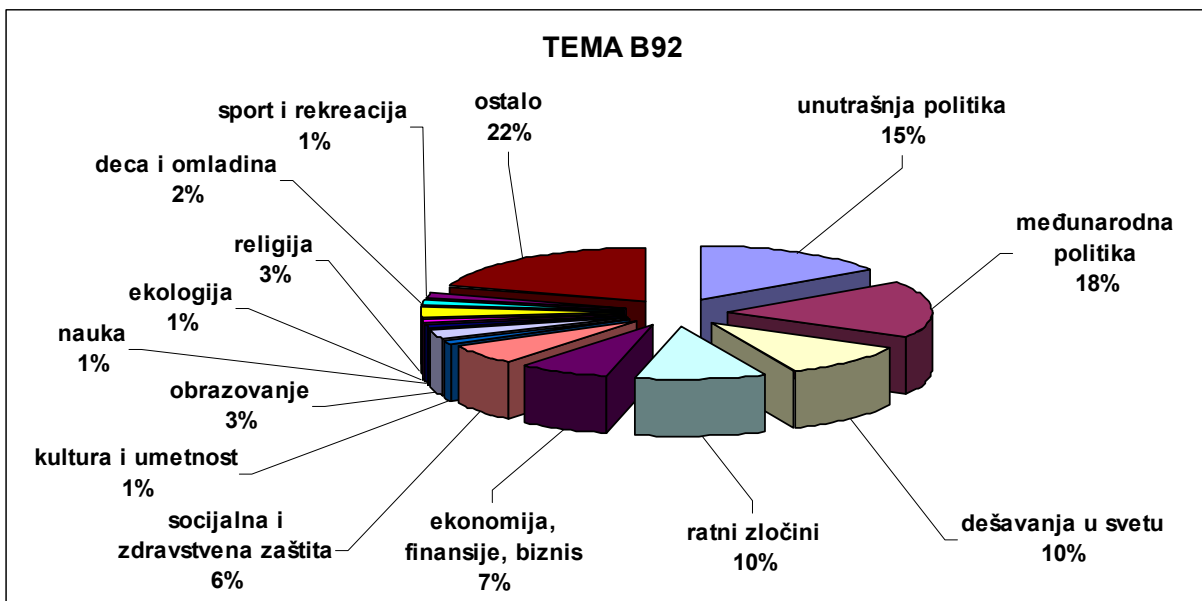
U odabiru tema, posebno onih koje predstavljaju medijsku inicijativu, B92 se profilisao kao televizija u službi građana, a ne samo medij koji neutralno informiše o svakodnevicu. Kada izveštava o obrazovanju (3,09%) B92 se fokusira na studentske proteste čiji je cilj smanjenje školarina za studiranje, a ne na reformu, na primer univerziteta, koja je u zenitu jer do kraja juna svi fakulteti u Srbiji moraju proći kroz proces akreditacije u saglasnosti sa Bolonjskim procesom. Valja naglasiti da o tome ne izveštava ni jedan od monitorovanih medija. RUV se u

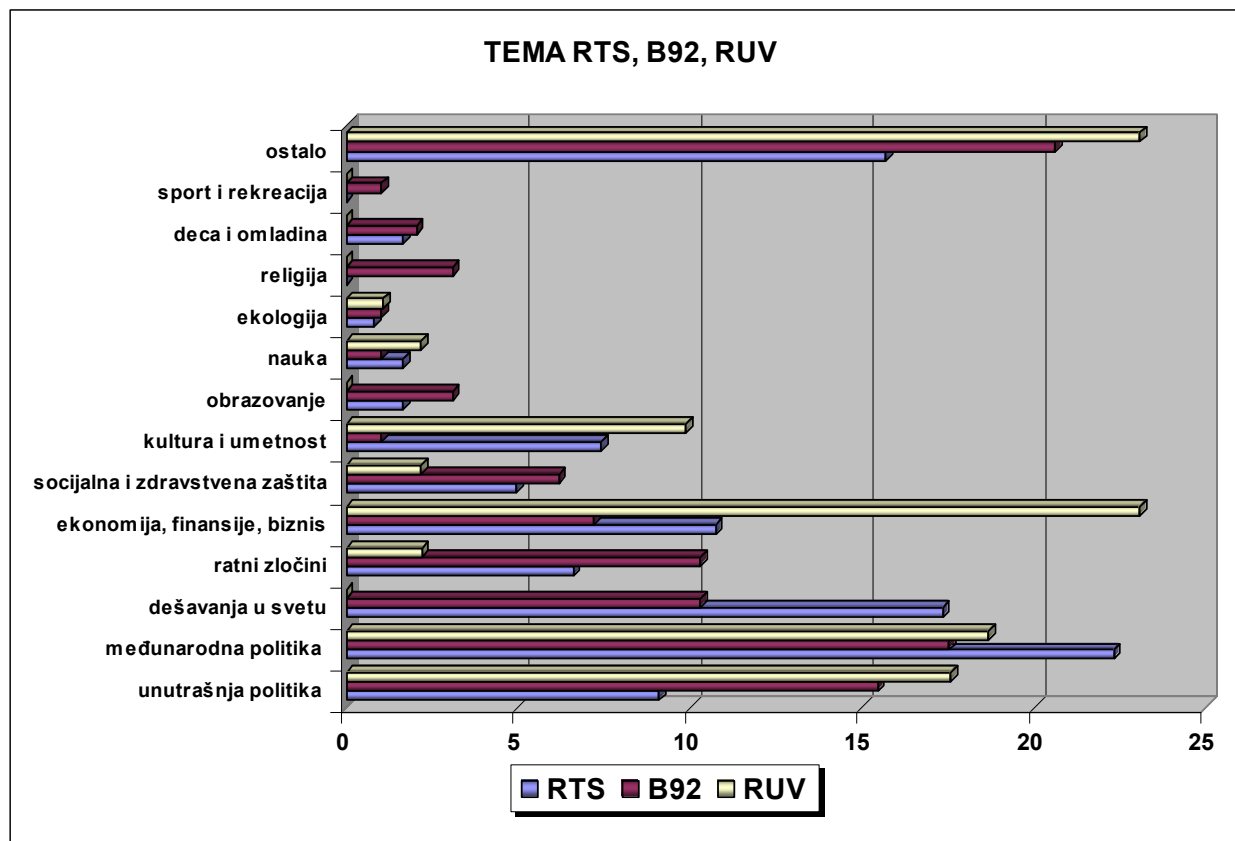
monitorovanom periodu nije bavila pitanjima obrazovanja, ali ni pitanjima dece i omladine uopšte, kao ni religijom.

RTS je, više nego druge dve posmatrane televizije, pratio događaje iz ekonomije, finansija, poslovanja (10,74%), kao i kulture i umetnosti (7,43%). Dok u posmatranom periodu religija (0%) i ekologija (0,83%) nisu prešle informativni prag u Dnevniku RTSa.

CIPE RUV-a opravdale su razlog zbog kojeg je u Srbiji sa svega 7 i po miliona stanovnika formiran i drugi, regionalni, javni servis, a to je multietničnost i multijezičnost Vojvodine. Jedino je ova televizija u CIPE negovala i sadržaje koji su direktno afirmisali multikulturalizam. Osim toga CIPE RUV-a su prepoznale i komunikativne potrebe stanovništva Pokrajine koje se pretežno bavi poljoprivredom ili radi u prehrambenoj industriji, tako da je obavezni sadržaj gotovo svake posmatrane emisije bio blok o agraru. Tako je na primer, kao medijska inicijativa, plasiran TV paket o mladom poljoprivredniku koji je odlučio da ostane na porodičnom imanju i pored svih teškoća koje prate poljoprivrednu proizvodnju u Vojvodini. Ove teme su uvek pozitivnog sadržaja i stava. Ova tema ujedno sadrži i procentualno najviše informacija (23,07%) što ukazuje da se javni servis Vojvodine opredeljuje za teme značajne za egzistenciju građana.







Teritorijalna distribucija

Posmatrani mediji, prema monitorinigu iz aprila 2007, kao da su jasno podelili teritoriju Srbije sa koje i za koju izveštavaju u CIPE. Javni servis Srbije ni u jednom prilogu u posmatranom periodu nije spomenuo Vojvodinu. Beograd kao glavni grad i društveno-politički centar je mesto odvijanja događaja u skoro polovini priloga. Svet je mesto odvijanja događaja koji se ne odnose samo na međunarodnu politiku i događaje nego veoma često na pregovore o statusu Kosova.

Što se susednih zemalja tiče to su isključivo bivše jugoslovenske republike, među kojima najčešće Hrvatska, u tri priloga Crna Gora, u jednom Bosna i Hercegovina i u jednom Makedonija. U Hrvatskoj i Makedoniji su se održali samiti šefova zemalja regiona, tako da se ovi prilozima nisu ticali unutrašnjih događaja u ovim zemljama. Unutrašnjom politikom Crne Gore bavilo se nešto više priloga, ali i to u vezi sa položajem Srba, srpkog jezika i Srpske

pravoslavne crkve u ovoj Republici. Što se Hrvatske tiče, pored *in memorijama* Ivici Račanu, teme se odnose na ratne zločine i u pitanju su agencijske vesti, razmena ili TV paketi koji se sastoje od analize vesti i arhivskog materijala.

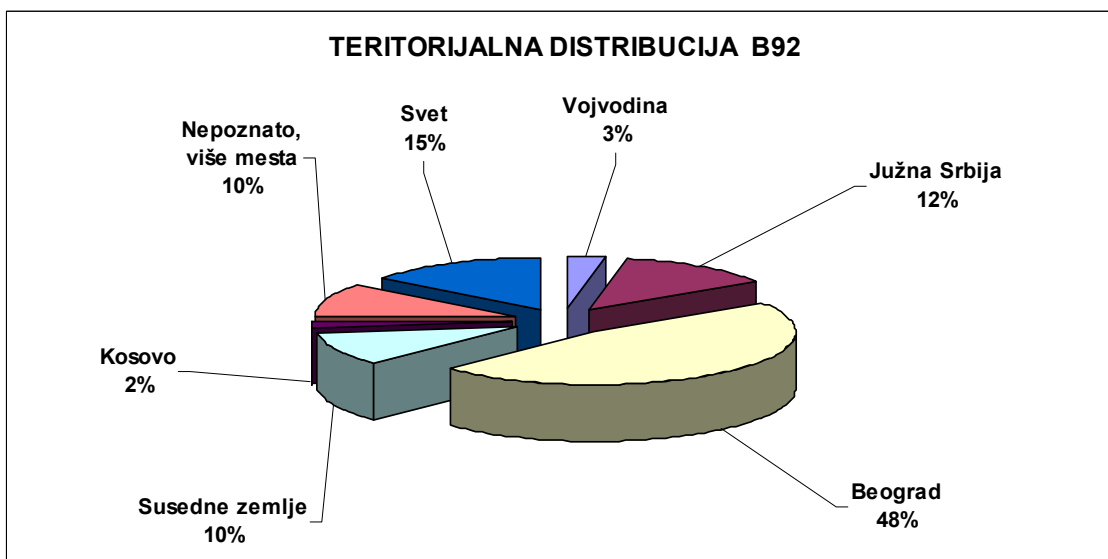
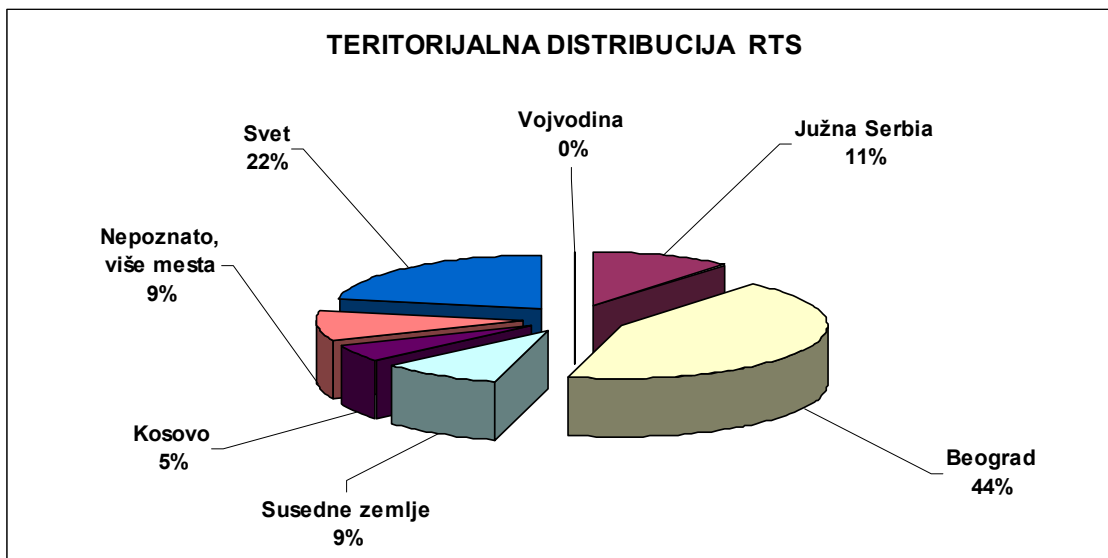
U skoro 10% slučajeva lokacija nije precizno određena. Često se tematika odnosi na teritoriju čitave Srbije, ili su u pitanju TV paketi koji uključuju informacije sa više lokacija.

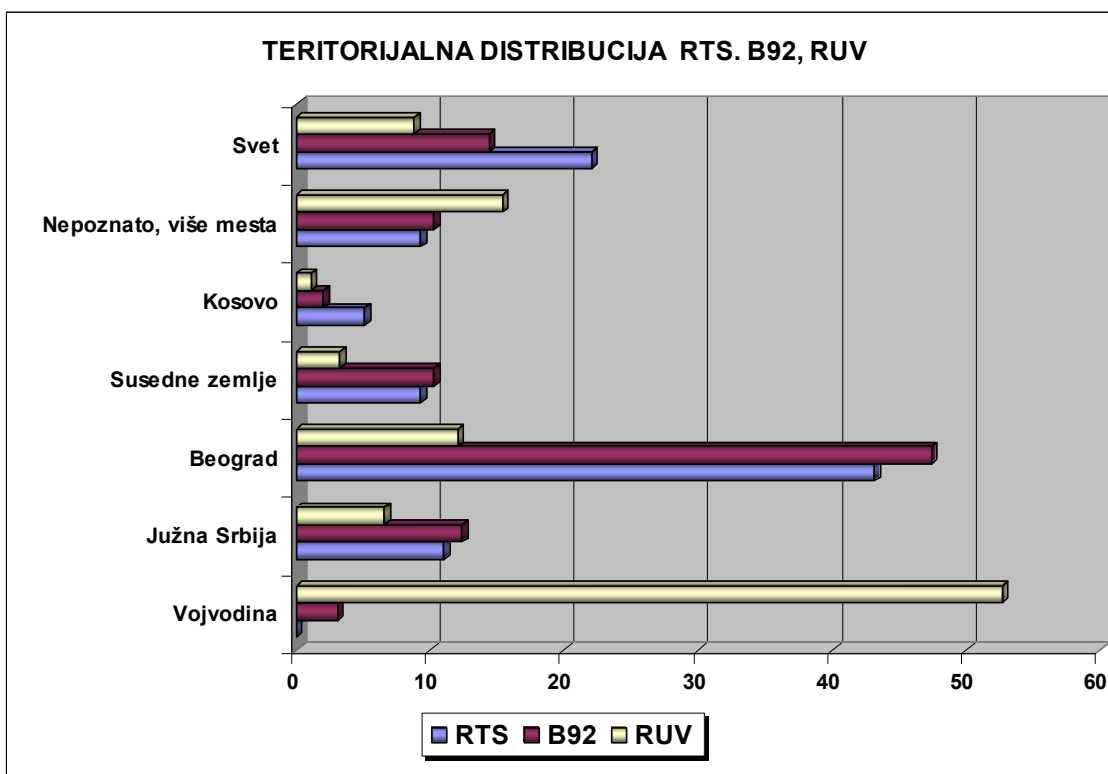
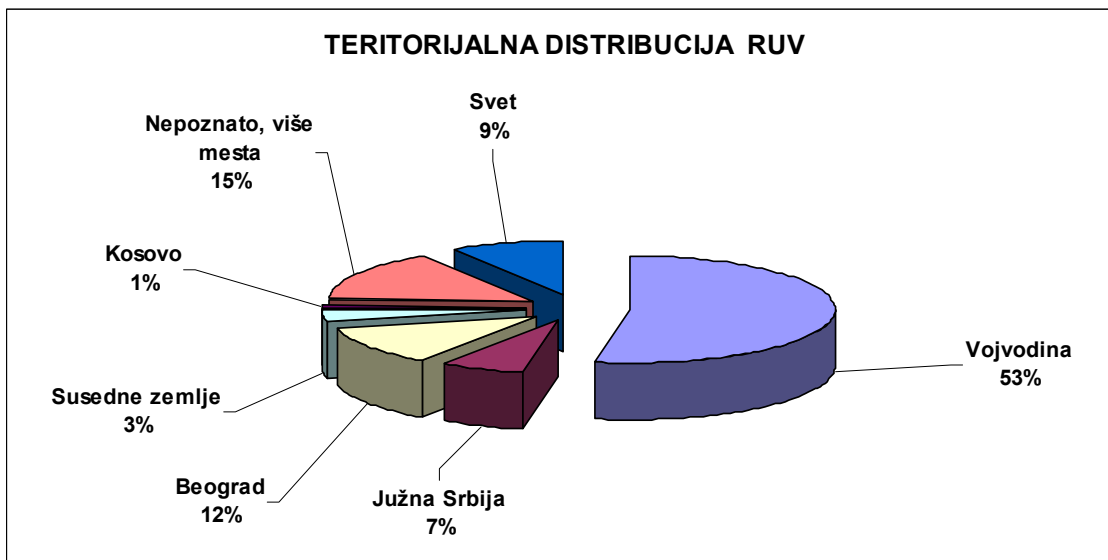
U pogledu lokacija u CIPE B92 situacija je vrlo slična, izuzev toga što je na B92 prisutna i Vojvodina iako u ne baš visokom procentu (3,09%) u poređenju sa jugom Srbije koji imenuje čak četiri puta više lokacija (12,34%). Ovo se ne može smatrati dobrom praksom jer je Vojvodina po ekonomskom, kulturnom, obrazovnom značaju odmah iza regiona grada Beograda. Glavnom gradu Srbije je inače posvećena gotovo polovina sadržaja (47,42%), čime se na implicitan način ukazuje na činjenicu da je B92, iako nosilac nacionalne frekvencije, još veoma beogradocentričan medij.

Zapaženo je manje lokacija iz sveta u posmatranim emisijama B92. Razlika se može objasniti time što je izveštavano o manje događaja koji se tiču statusa Kosova, a koji se uglavnom odvijaju u svetu, odnosno Njujorku ili Briselu.

RUV, kao pokrajinski javni servis, najviše pažnje je posvetio događajima i temama iz Vojvodine (52,75). To je ujedno i najveći pomak u odnosu na prethodne monitoringe koji su zabeležili izrazito nisku prisutnost lokacija iz Vojvodine u praćenim emisijama RUV, što je u potpunosti odudaralo od misije ovog emitera. Tačnije najviše je izveštavano o događajima sa Kosova i iz Beograda, kao glavnog grada i političkog centra zemlje. U aprilskom monitoringu Kosovo je prisutno sa realnih 1,09%, a Beograd sa 12,09%. Valja podsetiti da je ipak zadatak nacionalnog javnog servisa da informiše balansirano sa cele teritorije zemlje, a da se od pokrajinskog emitera očekuje disbalans u odnosu na prevalenciju Vojvodine što je ovaj monitoring i uočio.

Ono što se ne može smatrati dobrom praksom je visok procenat neidentifikovanih lokacija u informativnim emisijama RUV (15,39%) daleko veći nego što pokazuje nalaz za RTS (9,32%) i B92 (10,31%) što se takođe može smatrati iznad tolerišućeg.





Žanr

Sve monitorovane emisije su negovale moderne novinarske žanrove koji uvažavaju medijske osobenosti televizije. Vesti i izveštaji preovlađuju u svim posmatranim emisijama što je i opravdano s obzirom na tip monitorovanih programa.

RTS je, kao nacionalni javni servis, pokazao visoke domete u odnosu na pokrivanje međunarodnih događaja kada je obezbedio linkovsku vezu (5,78%) sa reporterima u Njujorku (uključujući i relevantnog gosta – ključnog aktera pregovora o Kosovu u studiju u Njujorku), zatim sa izbora u Francuskoj, kao i sa svih lokacija na kojima su se odvijali značajni događaji. Druge dve posmatrane televizije to nisu obezbedile. Na primer RUV nije imao ni jedno živo uključenje u CIPE u toku posmatranog perioda.

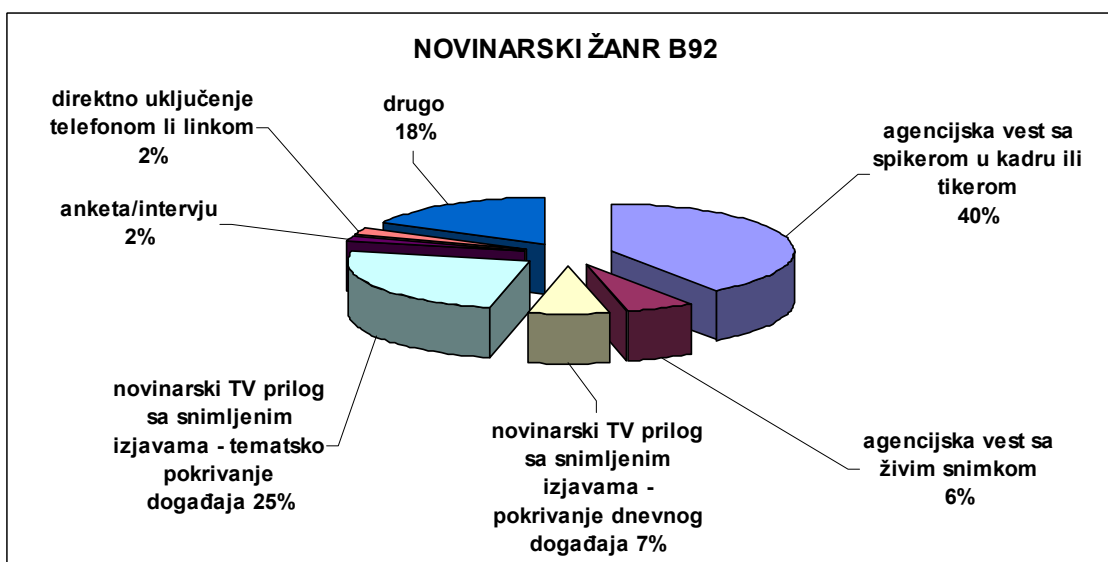
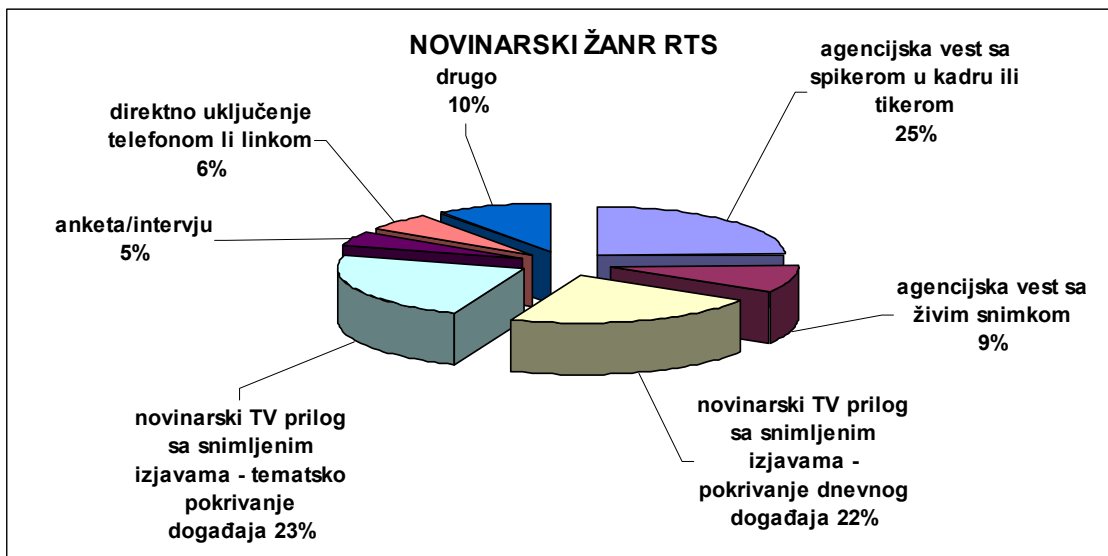
Atorski prilozi u RTS koji se odnose isključivo na aktuelni dnevni događaj (22,31%) se javljaju u skoro jednakom broju (23,14%) kao i tematska pokrivanja dnevnih događaja. Ipak, aktuelni događaju uglavnom imaju širi kontekst i nisu pojedinačni slučajevi, već su deo određenog društveno-političkog procesa; suđenja, formiranje vlade Srbije, status Kosova isl.

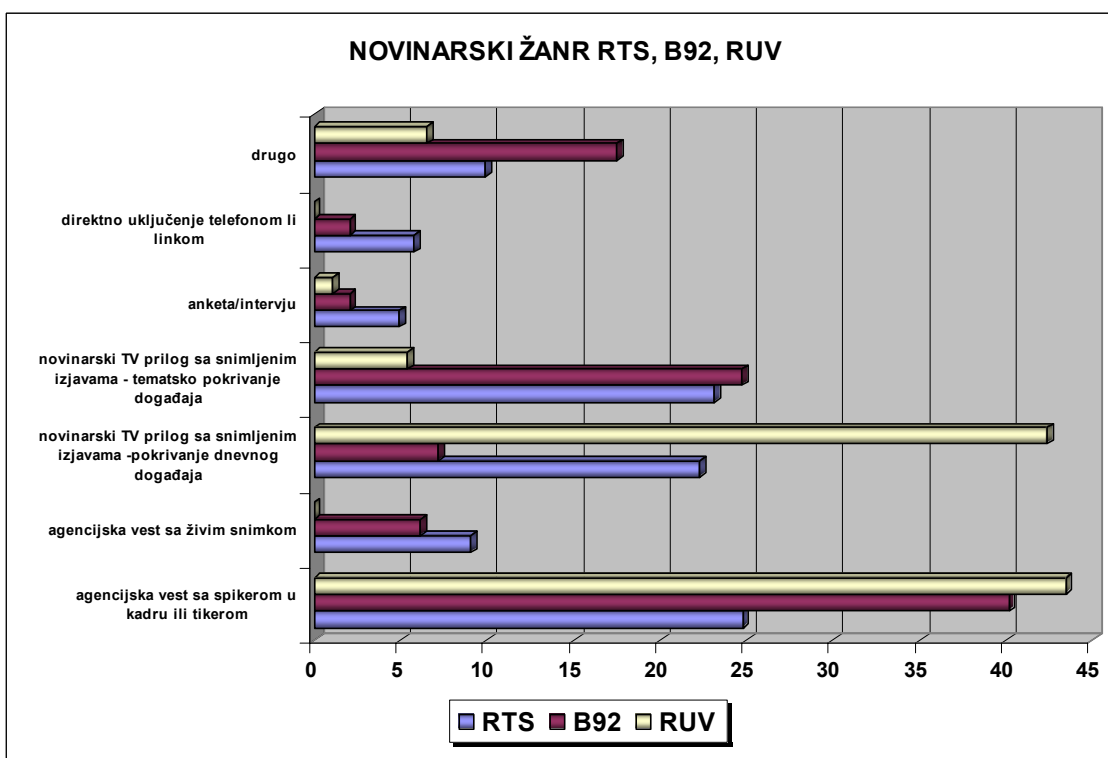
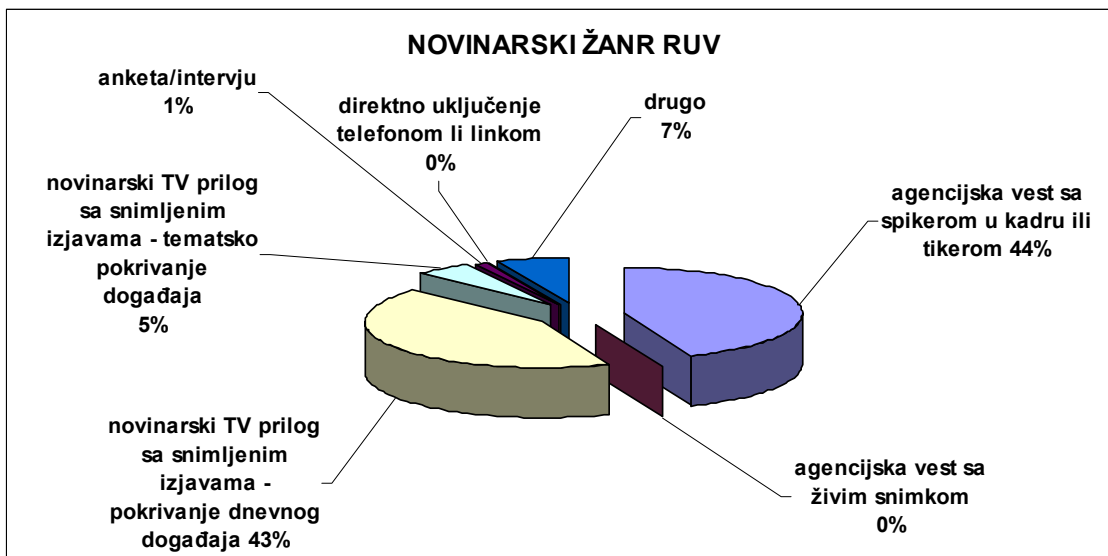
Nacionalni javni servis je, međutim, medijsku inicijativu najčešće ograničio na zanimljivosti, kuriozitet, društvenu hroniku. Ni jedan prilog iniciran od strane samog medija se ne može smatrati istraživačkim novinarstvom u pogledu rasvetljavanja činjenica nepoznatih ili nedovoljno poznatih javnosti.

B92 najviše neguje vesti u osnovnom obliku (oko 40%) a potom tematsko praćenje događaja (24,74%). Složeni TV paket je veoma prisutan žanr. Uočljivo je da znatno više priloga televizije B92 spada u kategoriju *ostalo*, što najčešće predstavlja medijsku inicijativu, odnosno nije ni pokrivanje aktuelnog događaja, a ni agencijska vest i da se ovi prilozi odnose na društveni i politički život u Srbiji, a manje na zanimljivosti i razonodu. Televizija B92 insistira na istraživačkom novinarstvu i to od veoma jednostavnih, do vrlo složenih, pojava. Time se ova televizija izdvaja od ostalih na medijskom tržištu Srbije.

RUV – gotovo 90% vesti pokrajinskog javnog servisa odnosi se na agencijske vesti sa spikerom u kadru ili tikerom i novinarski TV prilog sa snimljenom izjavom – pokrivenim dnevnim događajem, pri čemu se uočava nedostatak priloga od dopisnika iz sveta ili zemalja okruženja, kao i aktuelnih video snimaka. Uočeno je da su mnogi izveštaji, ili agencijske vesti opremljeni arhivskim ili snimcima koji su iz međuredakcijske i/ili međunarodne razmene. Ova televizija još nema kapaciteta da i na značajne događaje pošalje sopstvenu ekipu i to je vidljivo. Visok procenat u kategoriji *ostalo* (6,52%) odnosi se na medijske inicijative.

RUV je znatno skromniji u ponudi posebno kada je reč o praćenju događaja na terenu. Lošija je audiovizuelna prezentacija. Puno arhive i to neobeležene kao i izveštaja iz sveta koji su agencijski i preuzeti od RTS-a, što je nasleđe iz vremena kada je to bila ista kuća.





Evaluacija sadržaja – stav o subjektu⁶

Ova kategorija u kodeksu za monitoring se može smatrati najmanje zahvalnim aspektom analize usled metodoloških ograničenja. Tačnije, procena vrednosnog konteksta je ostavljena isključivo iskustvu istraživača.

Teškoća prvenstveno leži u tome što je neretko u jednom prilogu više subjekata prema kojima je odnos različit kao i sadržaj koji je sa njima u vezi.

Pod negativnim sadržajima u ovom korpusu smatrale su se sve nesreće, tragedije, sukobi, neslaganja, svi ratni zločini. Kada su u pitanju negativni sadržaji, odnos novinara je uglavnom neutralan. Ono po čemu se RTS izdvaja u ovom pogledu je pokrivanje događaja koji se bave stradanjem Srba tokom NATO bombardovanja, zatim raseljenih sa Kosova i tokom Bljeska, gde novinari zauzimaju izrazito negativan stav, saosećaju sa žrtvama i patnja žrtava i njihovih bližnjih se jasno ističe u njihovim izjavama.

Istovremeno, kada je u pitanju suđenje Škorpionima snimljene su izjave majki žrtava, takođe veoma potresne. Ono što je razlika je što je prilog o Škorpionima bio više usmeren na samo suđenje, dokazni postupak, stavove tužilaštva i odbrane, dok se drugi navedeni prilozima bave isključivo žrtvama, bez društvenog ili političkog epiloga.

Sve agencijske vesti su smatrane neutralnim, usled toga što sem odabira vesti novinari nemaju stav koji iznose.

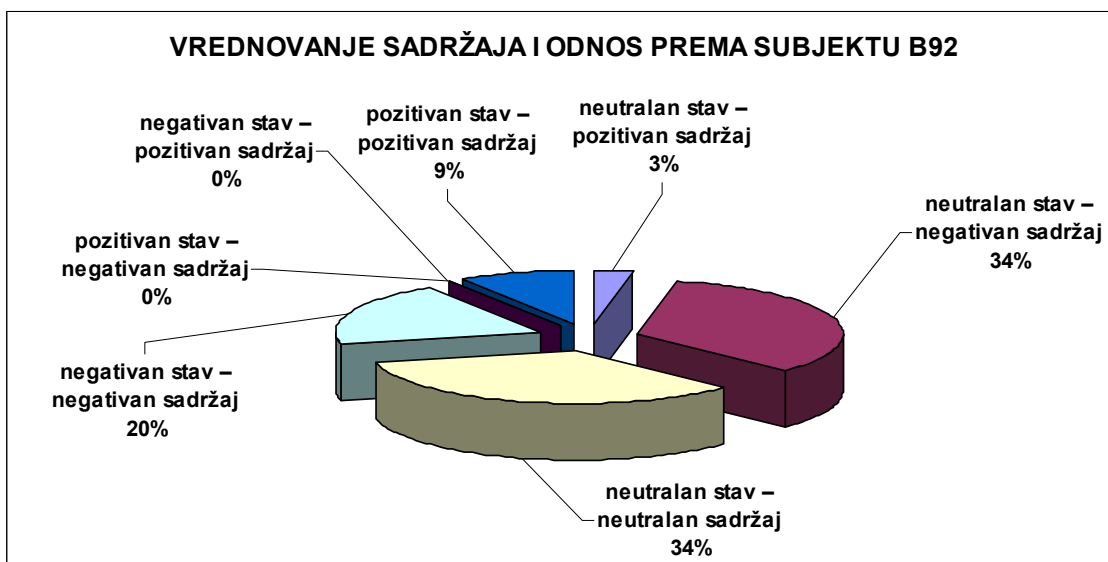
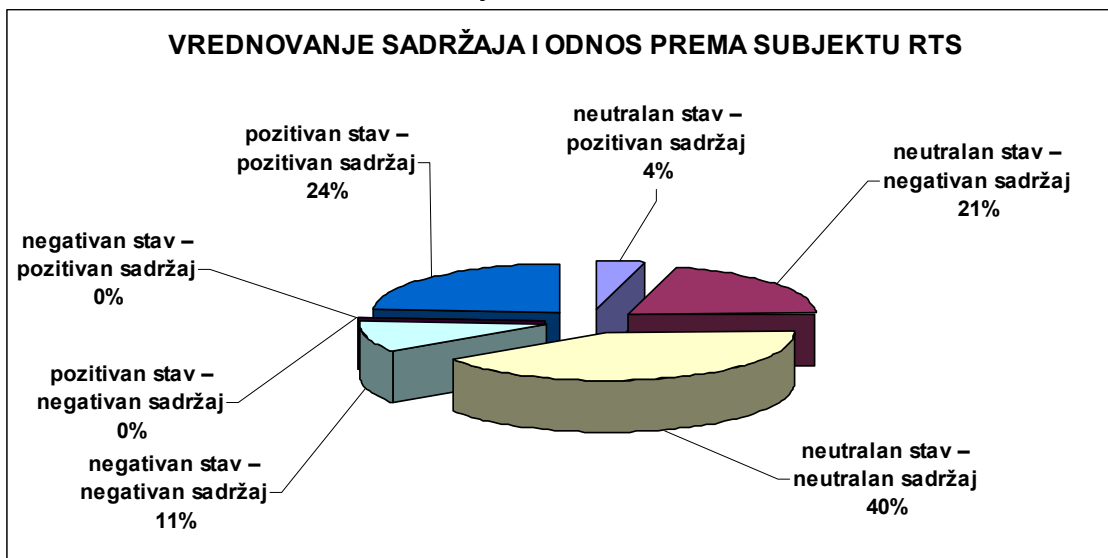
U pogledu unutrašnje politike stav je gotovo uvek neutralan. Sve zainteresovane strane imaju svoj prostor u informativnim emisijama, dok je sam sadržaj bio neretko negativan usled nepovoljne političke situacije.

Kada je o statusu Kosova reč moglo bi se reći da su sve informacije date vrlo jasno iz perspektive Beograda i Srbije. Osim izjava domaćih zvaničnika i analitičara i međunarodnih subjekata koji ne dele stav Beograda u informativnom programu se nije našla ni jedna informacija i izjava koja dolazi od Albanske strane. A sve informacije sa Kosova potiču od predstavnika međunarodnih snaga i jesu agencijske vesti o aktuelnim događajima. Uvek bez izjava relevantnih subjekata.

Pozitivan sadržaj i stav je prisutan najčešće u oblasti kulture i umetnosti i nema izveštaja sa društveno kontroverznih umetničkih ili kulturnih događaja, već se kultura i umetnost svrstavaju više u informacije iz domena razonode nego kulturne politike.

⁶ Statistička obrada u ovoj kategoriji je rađena samo za RTS i B92

Negativan stav koji je veoma jasno prepoznatljiv je prisutan u prilogu B92 koji se odnosi na ministra u Vladi Srbije Velimira Ilića. Ovaj se prilog, kao što je rečeno, može smatrati jedinom otvorenom kritikom aktuelnih vlasti u Srbiji.

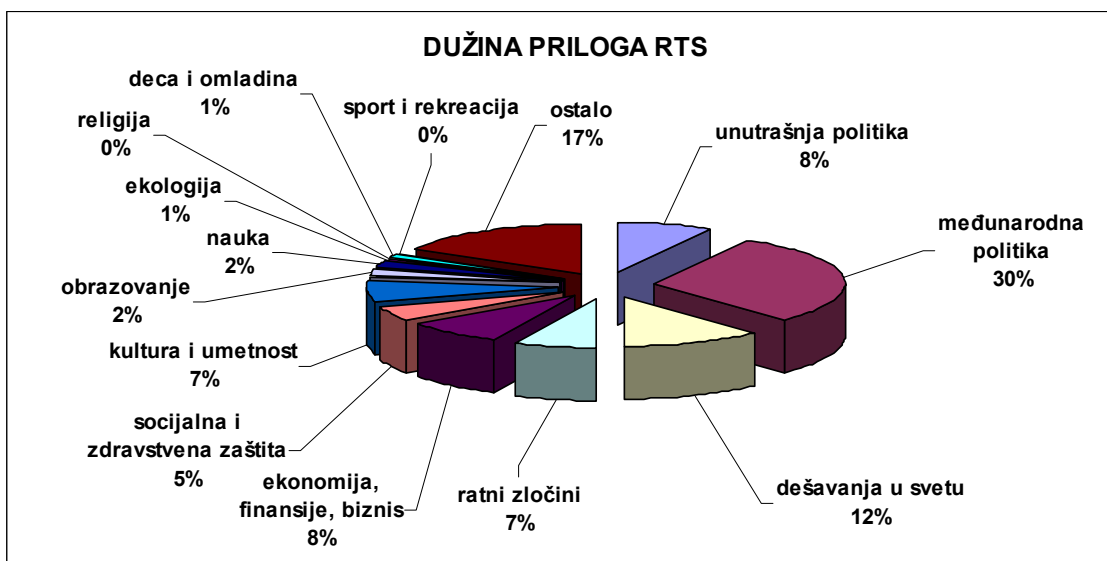


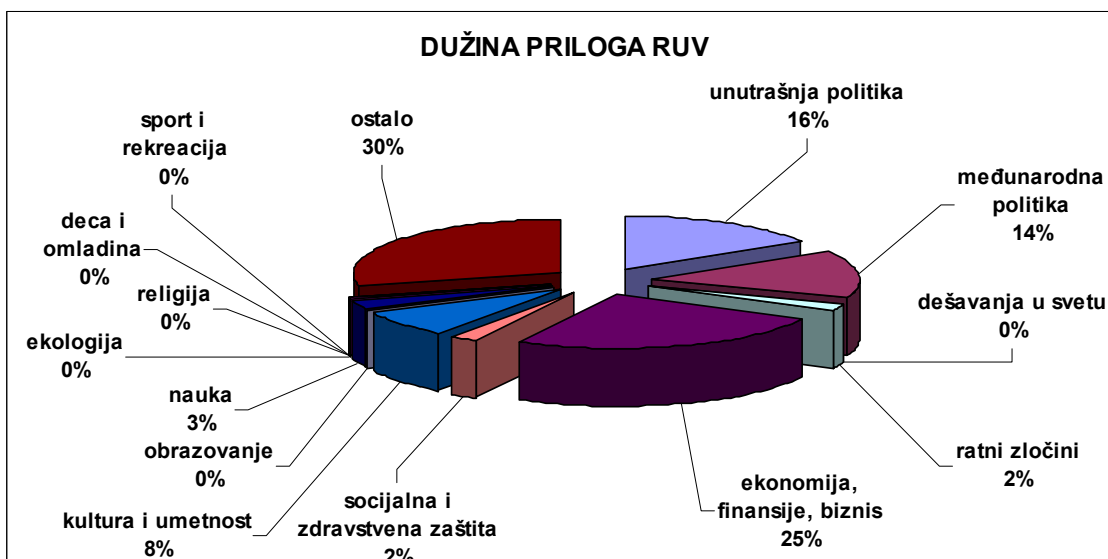
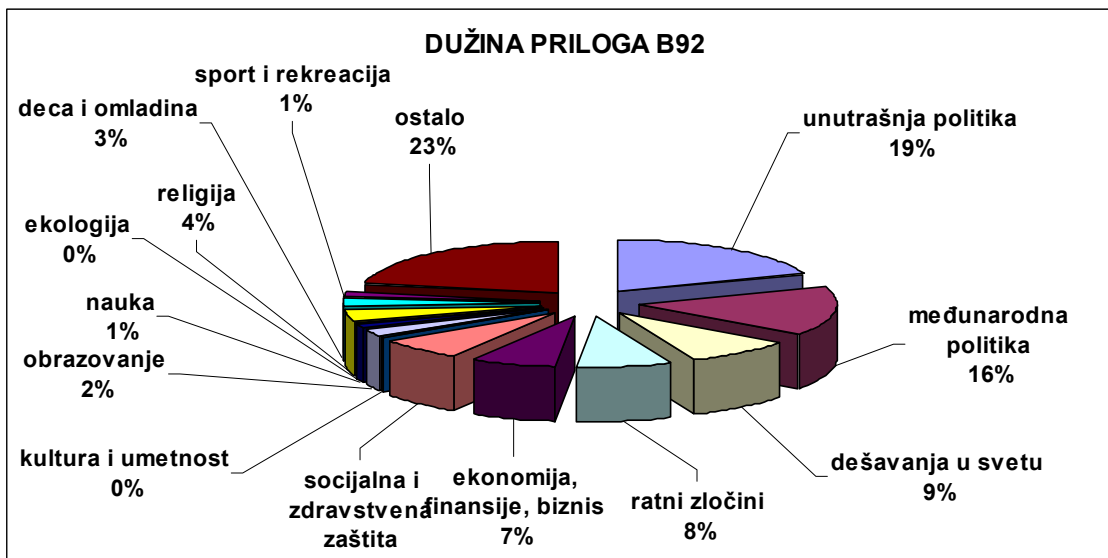
Dužina

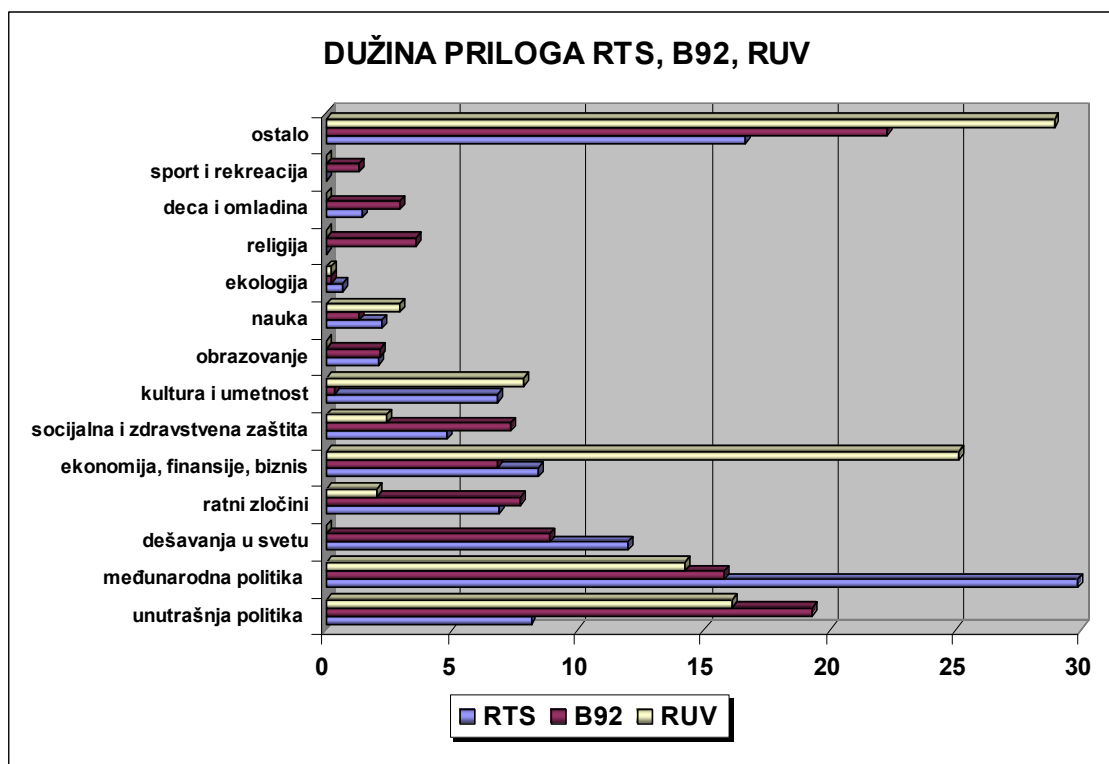
Najveće razlike postoje upravo u pogledu Kosova i Metohije odnosno internacionalne politike zemlje, koja se u 90% slučajeva odnosi na status Kosova. RTS je ovoj temi posvetio 4226 sekundi, odnosno oko 30% ukupnog vremena, dok je unutrašnjoj politici i ekonomiji posvećeno, približno ujednačeno, po oko 1200 sekundi. Socijalnoj i zdravstvenoj zaštiti 685 sekundi, a kulturi i umetnosti čak 962. Ratnim zločinima posvećeno je takođe dosta vremena, 971 sekunda.

Televizija B92 je o Kosovu i Metohiji, odnosno statusu, izveštavala dvostuko manje nego republički javni servis, odnosno posvećeno je oko 15% vremena ovoj temi. Znatno više 2075 sekundi je posvećeno domaćem političkom životu. Kulturi i umetnosti je posvećeno veoma malo vremena. Uočeno je da ova televizija ne neguje izveštavanja sa kulturnih događaja, koji tradicionalno čine kraj dnevnika RTSa.

Ratnim zločinima je posvećeno nešto manje vremena nego na RTS-u - na B92, 886 sekundi.







Rodna senzibilnost i polna struktura spikera/prezentera

U srpskom jeziku rod je gramatička kategorija s tim da imenice u muškom rodu, kada su profesionalije u pitanju, objedinjuju subjekte oba pola. Upotreba politički korektnog jezika ogleda se, između ostalog, i u vidljivosti žene u profesionalijama, tačnije upotrebom profesionalija u ženskom rodu, protiv čega su mnogi tradicionalni gramatičari, ali i zagovornici tradicionalističke kulture.

Kako ne postoji propisana norma mediji nisu usvojili stav prema ovom pitanju i ostavljeno je uglavnom novinarima da samostalno donesu odluku. Pitanje vidljivosti žene u profesionalijama je, u suštini, ne samo jezičko, već pre svega, pitanje rodne senzibilizacije i tolerantne jezičke upotrebe.

Posmatrani mediji nisu imali doslednu politiku u odnosu na upotrebu profesionalija u ženskom rodu tako da je sve ostavljeno novinarima da po sopstvenom nahođenju postupaju. Ne postoji standard u rodnom pristupu jeziku medija.

Ravnopravnost polova se kao posebna tema ne obrađuje i ne promovira ni na jednoj televiziji. Ipak u sklopu kampanje za izgradnju Sigurne ženske kuće, B92 je uspeo da skrene pažnju javnosti na ovaj problem, koji je do te medijske kampanje bio marginalizovan.

Prezenteri u B92 su muškog i ženskog roda istovremeno, odnosno obezbeđen je paritet, dok je u RTS i RUV samo jedan presenter u emisiji, ali se tokom sedmice menjaju prezenteri oba pola.

Uočava se, takođe, i u medijskom sektoru Srbije, da su žene prisutnije od muškaraca u novinarskoj profesiji, pre svega na televiziji.

Izbor udarnih/najvažnijih vesti

Hedlajn kao uvod/ "meni" na početku CIPE neguje B92 i RTS. RUV nema običaj da izdvaja najvažnije vesti u flešu.

Monitoring je ukazao da su uglavnom prve tri vesti u hedlajnu iste za oba medija i nacionalni javni servis i komercijalnu televiziju, što znači da je postignut određeni društveni konsenzus oko presudnih događaja od javnog interesa i to se ogleda u uvodu u emisije CIPE.

Ostale informacije se razlikuju u saglasnosti sa urđivačkom politikom svakog od posmatranih medija, što se može smatrati dobrom praksom, jer daje mogućnost auditorijumu da bira sadržaje na informativnom tržištu.

Selekcija i hijerarhija vesti

Vesti su uglavnom selektirane i pozicionirane u prvom delu emisije jednako, to se odnosi na unutrašnju politiku i *country's international politics*. Naravno u vrhu emisije su i vesti o događajima u kojima su ugroženi neposredno ljudski životi (grupa spaleologa stradala u pećini kod Čuprije je u svim emisijama bila prva vest).

Drugi deo emisije, koji se odnosi na medijsku inicijativu, kao i vesti iz ekonomije, socijalne politike, obrazovanja i kulture i umetnosti su selektirane različito prema logici koju nameće emisija, uređivačka politika medija i njegova pozicioniranost na medijskom tržištu.

To znači da je deo CIPE bio potpuno različit u posmatranim medijima. Na primer samo RUV je govorio o odnosu Hrvata i Srba u Slankamenu, o Bunjevcima i podunavskim Švabama, što su događaji koji se jesu dogodili u Vojvodini, ali budući da su afirmisali multietničku toleranciju, jesu od izuzetnog društvenog značaja za ovaj region.

B92 je jedini izveštavao o upadu studenata na sednicu Senata Beogradskog univerziteta tražeći da se smanji cena studija. Takođe ovaj medij je jedini objavio rezultat novinarskog istraživanja o tome kakao ministar za kapitalne investicije Velimir Ilić bez dozvole gradi kliniku na poljoprivrednom zemljištu. Ovaj prilog je ujedno interesantan jer predstavlja, u posmatranom periodu, jedinu otvorenu kritiku vlasti u Srbiji.

Zabeleženi su i različiti pristupi o izveštavanju o istom događaju na primer o protestu prognanih Srba sa Kosova pod vedrim nebom na granici Srbije i Kosova: RTS je izveštavao sa stanovišta državne politike koja sa tim "nema veze", a prilog je nabijen negativnim stavom prema međunarodnim faktorima, i značaj tim ljudima je dat sa stanovišta onoga što njihovo stradanje znači na međunarodnom planu. B92 se bavi sudbinom ljudi koji negde „moraju da žive“ (24.04.) iz perspektive njihove egzistencijalne situacije.

Reklame kao deo otvaranja programa ili strukture programa vesti

Kada je o ekonomskoj propagandi reč, trebalo bi razlikovati reklamiranje drugih subjekata/proizvoda od reklamiranja sopstvenog medija. Za srpsku medijsku scenu je prototipično da u okviru CIPE nema klasičnih komercijalnih programa. Jedino RTS uvek na samom kraju emisije objavljuje reklamne spotove između rubrika o sportu i vremenske prognoze.

Samoreklamiranje je relativno nova pojava na srbijanskom medijskom tržištu. Cilj je kao i u reklamiranju drugih komitenata, ili brendiranje ili promovisanje proizvoda (pojedinih emisija) kako bi stekle naklonost što većeg auditorijuma (kupaca).

Medijsko samoreklamiranje poznaje dva modela:

- (a) u CIPE se objavljuje insert iz emisije na koju medij želi auditorijumu da skrene pažnju, ili naglašava da je informacija koju objavljuje ekskluzivno data/poznata samo tom mediju; i
- (b) javne akcije kojima je medij sponzor ili promotor.

B92 posebno insistira upravo na (a) modelu čime sebe želi na medijskoj sceni da predstavi kao ekskluzivnog *reatora društveno relevantne agende*, posebno kada je reč o otvaranju i razotkrivanju korupcije, kriminala i drugih društveno neprihvatljivih ponašanja. Na taj način ovaj komercijalni emiter želi da se izdvoji od svih ostalih koji imaju informativni program pa čak i od javnog servisa. U posmatranom periodu zabeleženo je više ovakvih uredničkih rešenja od kojih izdvajamo objavljivanje informacije o tajnom sastanku tri lidera demokratskih partija da razgovaraju o formiranju koalicione vlade. Vest je objavljena u veoma napetoj atmosferi u kojoj je javnost sa zebnjom i nestrpljenjem očekivala da se prekinuti pregovori o Vladi ipak nastave. Vest je bila veoma "vruća" i veoma pažljivo je odabran termin njenog

plasiranja (16.00 časova). Tačnije ostavljeno je dovoljno vremena za reakcije koje su zatim objavljene već u narednoj CIPE (18.30). Neke stranke su odmah demantovale vest, druge su davale izjave u kojima su optuživale političke suparnike da su se poneli neetički, drugi politički subjekti su tražili od B92 da navede ime izvora. O svim reakcijama na objavljenu vest B92 je i u sutrašnjim emisijama CIPE veoma pedantno izveštavao naglašavajući stalno ekskluzivnost vesti i kredibilnost anonimnog izvora, kao i to da su i drugi mediji preuzeli vest od B92 i potvrdili je iz svojih izvora. Ovim modelom samopromocije B92 ukazuje auditorijumu da je veoma dobro informisan medij i da mu je prvom dostupno ono što drugima nije, kao i da drugim vestima služi kao citirani izvor, dakle kolege ga uvažavaju kao odgovornog medija. U suštini ovo je samo dobro, plansko brendiranje B92. Pri tome valja istaći da ova televizija nije objavila da je predsednik republike Boris Tadić tog 20. aprila bio u poseti Makedoniji i da je tamo demantovao informaciju B92 o tajnom trojnom sastanku.

Osim rečenog, na primer 21. aprila, B92 objavljuje informaciju o špricu nađenom u čačanskom vrtiću i audiovizuelnim insertom o tom incidentu najavljuje emisiju *Timofejev* koja čak ne ide odmah posle vesti, već u nekom sasvim drugom terminu. Ili na primer, u istoj emisiji, TV paket o učenicima jedne beogradske gimnazije koji sami proizvode kozmetičke preparate voditelj CIPE završava rečima "o ovim i drugim zanimljivim stvarima saznaćete više ako budete gledali našu emisiju *Buđelar* sutra od 10.30." tipičnim za promotivni diskurs, a ne informativni program.

RTS se samoreklamira po modelu (b). Kao veliki medij i servis svih građana pripada mu sponzorstvo za pesmu Evrovizije pa je to iskoristio tako što se direktno u CIPE uključuje reporterka sa svečanog ispraćaja kandidatkinje Srbije naglašavajući da ga je organizovao RTS i u direktnom prenosu urednik pušta audiovizuelni insert generalnog direktora RTS koji na ispraćaju govori o ulozi svoje kuće u Pesmi Evrovizije. Poruka je jasna "sa nama Evropa saraduje, mi smo predstavnici države..."

Ovaj model koristi i B92 vodeći medijsku kampanju u okviru CIPE za izgradnju Sigurne ženske kuće u Beogradu gradeći i na ovaj način brend televizije kojoj je stalo do građanja i koja je tu uvek da pomogne ne samo informacijom već i aktivnim delovanjem u lokalnoj zajednici.

RUV jedina nije iskoristila mogućnost da se samopromoviše na sopstvenom kanalu.

Kvalitet prezentovanja

Uočljive su razlike u vizuelnom identitetu sve tri televizije, pri čemu se može zaključiti da TVB92 deluje modernije, da ima vrlo prepoznatljiv vizuelni identitet, koji je potpuno koherentan u svim elementima programa ove televizije.

RTS kao tradicionalna kuća ima nešto strožiji, manje koloritan dizajn i on šalje određenu poruku ozbiljnosti. U pitanju je moderna verzija onoga na šta su gledaoci navikli tokom godina postojanja ove televizije.

RUV je u tom pogledu sličan RTSu, pri čemu su boje življe.

Najizraženije saopštavaju informacije prezenteri na B92 i najviše se uživljavaju u temu o kojoj izveštavaju.

Čini se da je redizajnirajući, upravo u posmatranom periodu, imidž svojih CIPE, RUV prihvatio način prezentacije koji neguje B92.

Ekstremna odstupanja od etičkih ili profesionalnih normi

U posmatranom periodu može se smatrati da nije bilo ekstremnih odstupanja od etičkih ili profesionalnih normi.

Istovremeno valja naglasiti da se ne može smatrati dobrom praksom što javnost u Srbiji u vreme izrazito bogate aktivnosti svih subjekata i domaćih i stranih u pregovorima o statusu Kosova i Metohije nije imala priliku da čuje i stavove predstavnika Albanaca sa Kosova i Metohije kao i predstavnika države Albanije. Sve u vezi sa Kosovom i Metohijom je u svim medijima dato isključivo u jednom istom tonu koji odražava potpuno nesaglasje Srbije i međunarodne zajednice prema modelu "mi i oni" pri čemu smo "mi" isključivo u pravu, a o "njihovi" stavovi su protiv zakona i međunarodnih standarda, presedan u istoriji.

Prepoznatljiv je ponovo i borbeni jezik u vestima o aktivnostima oko Kosova na primer u monitorovanim, ali i većini ostalih medija u Srbiji odomaćila se sintagma "diplomatska ofanziva Beograda" termin uveden za kampanju lobiranja Beograda protiv plana Martija Ahtisarija o nadgledanoj nezavisnosti Kosova. Insistira se takođe na eufemizmu "*južna pokrajina*" za Kosovo i Metohiju posebno u RTS.

Takođe na geografskoj karti za prognozu vremena na RTS nema granice između Srbije i Kosova i Metohije, a ovo geografsko područje za metereologe je "jug Srbije" a Vojvodina "sever Srbije".

Primećeno je da B92 uvek u negativnom kontekstu izveštava o događajima, a medijskim inicijativama se trudi da istražuje sve negativne postupke ministra za kapitalne investicije Velimira Ilića. Valja podsetiti da je ministar dugo godina prepoznatljiv u javnosti kao osoba koja se ne odnosi prema novinarima na očekivani način u javnoj komunikaciji, posebno ima loš odnos prema RTV B92 sa čijim novinarima je nekoliko puta došao u otvoren sukob. Može se pretpostaviti da stoga Velimir Ilić nema adekvatan/balansiran medijski tretman u emisijama B92.

Zaključci

Monitoring je u Srbiji pratio dva javna servisa (pokrajinski i republički) i komercijalnu televiziju sa najdominantnijim informativnim programom (B92).

Svi monitorovani mediji su se u koncipiranju CIPE rukovodili programskom politikom i misijom kao i društveno-političkim kontekstom.

Uglavnom u selekciji i hijerarhiji vesti uočeno je da postoji društveni konsenzus o javnom interesu (pregovori o Kosovu, formiranje vlade Srbije) koji su dominantno nametnuli prvi deo svih emisija. U ostatku svaki medij je sledio svoju programsku orijentaciju što se može smatrati dobrim standardom jer je neophodno barem delimično formatiranje i programiranje medija da bi se izbegla unifikacija celog tržišta informacijama. Shodno tome RTS zastupa kao republički javni servis državnu politiku i bavi se velikim temama, uglavnom neutralno. RUV kao pokrajinski javni servis insistira na multikulturnim i temama iz poljoprivrede dominantnim za Vojvodinu, a B92 sledi svoju uređivačku politiku nezavisnog medija koji je savest građana i na usluzi javnosti pa su i teme dominantno one o kojima drugi ne govore sa istraživačkog i produbljenog stanovišta kao što su korupcija, kriminal, afere, socijalna pitanja, građanske inicijative.

Žanrovi su odgovarajući performansama medija. Preovlađuju vesti i izveštaji a nedostaju novinarska istraživanja i medijske inicijative.

Ogrešenja o kodeks nije bilo, ali valja ukazati na činjenicu da u posmatranom periodu mediji nisu dali šansu predstavnicima Albanaca sa Kosova da iznesu svoje stavove koje zagovaraju u pregovorima o statusu Kosova.

Na kraju se može reći da su posmatrani mediji u Srbiji pokazali određeni napredak u odnosu na protekli konfliktni period, ali da se još uvek uglavnom zadržavaju na površnom izveštavanju, bez odgovarajućeg dodatnog napora da razjasne suštinu, pozadinu, uzroke i posledice pojava i događaja.

Okvirna literatura

- Barnerjee, I. and Seneviratne, K, AMIC, ed. (2005). Public Service Broadcasting: A best practices sourcebook. UNESCO.
- Bell Allan and Peter Garrett ed. (1999). Approaches to Media Discourse. Oxford: Blackwell Publishers.
- Galtung i Ruž (1993). Obrasci novinarske selekcije vesti, Gledišta: Javnost i manipulacija – sociologija vesti. Beograd. 31-39.
- Kin, Džon (1995). Mediji i demokratija. Beograd: Filip Višnjić.
- Matić, Jovanka (1993). Sociološko istraživanje vesti. Gledišta: Javnost i manipulacija – sociologija vesti. Beograd, 5-15.
- Šadson, M. (1993). Sociologija proizvodnje vesti. Gledišta 1-6. Beograd, str. 15-29.
- Valić Nedeljković, Dubravka (1996). 5 W's in Daily News on TV in former Yugoslavia. Sociologija 4, Beograd. 585-606
- Valić Nedeljković, D. (2006), Izmene u zakonu o radiodifuziji i mediji na jezicima nacionalnih manjina, okrugli sto «VLAST I(ti) MEDIJI» - politički klub Fondacije Konrad Adenauer, Beograd, 20/09/2006.
- Veljanovski, R. (2005). Javni RTV servis u službi građana. Beograd: Clio.
- Zakon o radiodifuziji (03.09.2005.) <http://www.min-cul.sr.gov.yu/>
- Zakon o javnom informisanju (30.10.2003) <http://www.min-cul.sr.gov.yu/>