

## JAVNI SERVISI (NI)SU U SLUŽBI GRAĐANA

DUBRAVKA VALIĆ NEDELJKOVIĆ

*Zakon o javnim servisima* jasno definiše da oba javna servisa, Radio televizija Srbije i Radio televizija Vojvodine imaju podjednaku obavezu da ostvaruju javni interes. Međutim, zakon je propustio da definiše ko će i na koji način, odnosno sa kojim posledicama, kontrolisati ostvarenje javnog interesa u javnim servisima i pri tome ih je dodatno profesionalno-etički opteretio prelaskom na državni budžet. Budžetsko finansiranje javnih servisa možda je doprinelo trenutnoj finansijskoj stabilnosti nakon teškog perioda iz 2013. i 2014. kada je pretplata pala na beznačajan procenat i opstanak, pre svega RTV, bio ozbiljno doveden u pitanje. Međutim, istovremeno je, prema rezultatima ovog istraživanja, budžetskim finansiranjem relativizovana nezavisnost i balansiranost kao i diverzitet i pluralizam u uređivačkoj politici oba javna servisa. Naglašenije nacionalnog RTS, koji ima i znatno veću zonu pokrivanja, gledanost i proizvodno-programске kapacitete.

Ovaj izveštaj bavi se ostvarivanjem osnovne funkcije oba javna servisa u Srbiji (RTS i RTV) prema novousvojenom *Zakonu o javnim medijskim servisima* iz 2014. Načinjen je na osnovu kritičke analize diskursa centralnih informativnih emisija javnog servisa Srbije i javnog servisa Vojvodine, programa na srpskom i mađarskom jeziku. Rezultati su upoređeni sa izveštajima koji su rađeni po sličnoj metodologiji u protekle tri godine.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Od 2006. godine Novosadska novinarska škola redovno monitoruje rad medija u Srbiji, posebno javnih servisa. Rezultati ovih istraživanja dostupni su na: [http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/?page\\_id=164](http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/?page_id=164).

---

## UVOD: DA LI MEDIJSKA ZAKONODAVNA REFORMA OBEZBEĐUJE BOLJU PRAKSU?

Ovo istraživanje je realizovano tokom marta 2015. godine, šest meseci nakon donošenja novog seta medijskih zakona, uključujući i Zakon o javnim medijskim servisima (avgust 2014.) koji je trebalo da otkloni sve nedostatke prethodnog Zakona o radiodifuziji (2002) a kojim je prvi put u medijskom sistemu Srbije ustanovljen javni servis. Novi Zakon o javnim medijskim servisima obavezuje Radio-televiziju Srbije (RTS) i Radio-televiziju Vojvodine (RTV) da kao mediji osnovani od građana, finansirani od građana i kontrolisani od građana kroz svoje informativne, obrazovne i zabavne sadržaje ostvaruju javni interes. U odnosu na prethodni Zakon o radiodifuziji (2002) uočavaju se neka bolja rešenja posebno u definisanju javnog interesa, ali istovremeno ovim novim zakonom narušen je osnovni princip koji bi trebalo da obezbeđuje nezavisnost javnih medijskih servisa od političkih i ekonomskih centara moći – „finansiranje od strane građana“- jer je predviđeno da se do kraja 2016. i RTV i RTS finansiraju iz budžeta Srbije.

Takođe nisu predviđeni jasni mehanizmi eksterne kontrole ostvarivanja javnog interesa RTV i RTS. Profesor dr Rade Veljanovski<sup>2</sup> ističe da:

„Zakon na nejasan način određuje kako će, ovako finansirani javni servisi, ostvarivati javni interes, jer u delu koji govori o Odnosu javnog medijskog servisa prema javnosti i u drugim odredbama nema oblika javne kontrole koji su poznati u evropskoj medijskoj politici i praksi. Organ kome je namenjena uoga zastupnika javnosti je Programski savet, ali njega bira Upravni odbor javnog servisa, što znači da nema nikakvih eksternih oblika kontrole, od strane civilnog društva, ekspertske organizacije ili udruženja građana. Zakonom je predviđeno da republička i pokrajinska skupština treba da dobiju izveštaje o radu republičkog i pokrajinskog javnog servisa, ali nema nijedne reči šta može da bude epilog razmatranja izveštaja. Da li skupštine mogu da ne prihvate izveštaje i kakva je posledica toga? Ništa novo u zakonu ne stoji u vezi sa obavezom javnih servisa da emituju programe i na jezicima nacionalnih manjina iako je poznato da takvu obavezu republički javni servis RTS, za razliku od pokrajinskog RTV, do sada nije poštovao. U pogledu objavljivanja proizvoda nezavisnih produkcija, predviđena su samo dela evropskih nezavisnih produkcija, a o domaćim produkcijama nema ni reči, što je veliki propust ovoga zakona“.

Stoga je bitno objektivno istražiti koliko su, uprkos finansiranju iz budžeta, javni servisi privrženi ostvarivanju javnog interesa definisanog u *Zakonu o javnim medijskim servisima* (2014). Pitanje sa početka ovog izveštaja, *Da li*

2 Intervju sa profesorom Fakulteta političkih nauka, Univerziteta u Beogradu, dr Radetom Veljanovskim, ekspertom u oblasti medijske politike i medijskog zakonodavstva urađen za ovo istraživanje 20. aprila 2015.

medijska zakonodavna reforma obezbeđuje bolju praksu? operacionalizovano je i analizirano na sledeći način:

U ovom istraživanju analizirane su centralne informativne emisije (CIPE) dva javna servisa (RTS i RTV). U centralno informativnim emisijama (CIPE) javnih servisa kao najgledanijih programa najjasnije se može uočiti da li su uopšte i u kojoj meri javni servisi nezavisni i privrženi isključivo ideji ostvarivanja javnog interesa, ili je klijentelistički odnos prema političkim i ekonomskim centrima moći dominantno obeležje ponuđenog sadržaja u CIPE. Informativni program javnog servisa je posebno važan „zato što bi RTS (i RTV - primedba autorke) morao da bude onaj deo građanskog društva koji kritički promišlja stvarnost, mesto za javnu debatu, što ga ne vezuje ni za jednu političku opciju, nego za dobrobit građana i zajednice (...) Televizija u demokratskom društvu ne sme biti plen dobitnika na parlamentarnim izborima“.<sup>3</sup>

Javni interes smo u ovom istraživanju definisali na način kako je to učinjeno u poglavlju II *Zakona o javnim medijskim servisima*, članu 7.<sup>4</sup> Izdvajamo „Javni interes (...) je: 1. istinito, blagovremeno, potpuno, nepristrasno i profesionalno informisanje građana; 2. poštovanje i predstavljanje osnovnih ljudskih prava i sloboda, demokratskih vrednosti i institucija i unapređivanje kulture javnog dijaloga; 3. poštovanje privatnosti (...); 4. poštovanje i podsticanje pluralizma političkih, verskih i drugih ideja i omogućavanje javnosti da bude upoznata sa tim idejama, ne služeći interesima pojedinih političkih stranaka i verskih zajednica, kao ni bilo kom drugom pojedinačnom političkom, ekonomskom, verskom i sličnom stanovištu ili interesu; 5. zadovoljavanje potreba u informisanju svih delova društva bez diskriminacije, vodeći računa naročito o društveno osetljivim grupama kao što su deca, omladina i stari, manjinske grupe, osobe sa invaliditetom, socijalno i zdravstveno ugroženi i dr.; 6. zadovoljavanje potreba građana za programskim sadržajima koji obezbeđuju očuvanje i izražavanje kulturnog identiteta kako srpskog naroda tako i nacionalnih manjina, vodeći računa da nacionalne manjine prate određene programske celine i na svom maternjem jeziku i pismu; (...) 9. afirmisanje nacionalnih kulturnih vrednosti srpskog naroda i nacionalnih manjina koji žive u Republici Srbiji, kao i zbližavanja i prožimanja njihovih kultura; (...) 15. negovanje humanih, moralnih, umetničkih i kreativnih vrednosti; 16. zadovoljavanje zabavnih, rekreativnih, sportskih i drugih potreba građana; (...)

Za analizu je korišćen metod kritičke analize medijskog diskursa koja po Teunu van Dijk (2009) „nije bilo koje socijalno ili političko istraživanje (...)“. Zasniva se na činjenici da neke forme teksta i razgovora mogu biti 'diskriminatorni'. Jedan od zadataka kritičke analize diskursa jeste da formuliše norme koje definišu takvu 'diskurzivnu nepravdu'. Kritička analiza diskursa ima

3 Brkić, M., 'Javni medijski servis odgovornost prema građanima', U: RTS naše pravo da znamo sve?, M. Aksentijević, Toplički centar za demokratiju i ljudska prava, Prokuplje, 2015, str. 64.

4 Zakon o javnim medijskim servisima, Službeni glasnik Republike Srbije, No. 83/2014.

za cilj da razotkrije i pomogne u borbi protiv diskriminacije. Ona je problemski orijentisana, a ne disciplinarno i teorijski. Takva istraživanja pretpostavljaju etičku procenu, podrazumevajući da diskurs, kao društvena interakcija, može biti nelegitimna prema nekim fundamentalnim normama, na primer onim koje se tiču međunarodnih ljudskih i socijalnih prava<sup>5</sup>.

Na osnovu navedenih, najznačajnijih od 19 ponuđenih tačaka o zadovoljavanju javnog interesa u *Zakonu o javnim medijskim servisima*, sačinjen je kodni protokol za analizu diskursa CIPE RTV i RTS. Kodeks je sadržao 19 kategorija i ukupno 153 varijable sa fokusom na to ko je imao „šansu“ da bude direktno citiran u CIPE i kolika je učestalost njihove zastupljenosti kao subjekta i objekta, tačnije izvora informacija. Naime, koga su novinari na osnovu sopstvenih profesionalnih kapaciteta i u skladu sa uređivačkom politikom prepoznali kao izvor informacija od javnog interesa? Polazno stanovište je da onaj ko kontroliše javni diskurs (medije) taj poseduje i moć u društvu.

Najznačajnija pitanja na koja bi trebalo da odgovore istraživanja integriteta medija su da se istražuju načini *pristupa i upotrebe* diskursa koje regulišu oni koji imaju moć. U istraživanjima se, ističe Teun van Dijk<sup>6</sup>, mora odgovariti na pitanja: čije aktivnosti su definisane u medijima kao vest? Čiji stavovi, saopštenja za javnost su objavljeni u medijima? Ko može da učestvuje u tv šouima? Čije definisanje društvene i političke situacije je prihvaćeno i objavljeno u medijima i što je najvažnije shvaćeno ozbiljno (plasirano u medijima na vrlo istaknut način) jer im je tako ukazano izuzetan značaj. Važno je istaći da van Dijk smatra da se sva ova pitanja odnose pre svega na moćne i uticajne medije, a ne na one marginalizovane, koji nemaju uticaja na formiranje javnog mnjenja. Javni servisi su upravo to i po zoni pokrivanja, obaveznoj prisutnosti u svim kablovskim i satelitskim mrežama (princip “must carry” i “must offer”), ozbiljnim produkcionim kapacitetima koje poseduju, zakonskim obavezama o tipu i sadržini programa, te ciljnim grupama kojima bi po zakonu morali da se obraćaju (celom stanovništvu od dece do starih, uključujući i sve marginalizovane grupe).

Istovremeno, imajući u vidu da *Zakonom o javnim medijskim servisima* nije jasno propisano ko će kontrolisati integritet javnih servisa, ovakva istraživanja su izuzetno važan element javne prakse kao povod otvaranja javne debate o funkcionisanju javnih servisa. Ona bi trebalo da odgovore i na pitanje da li slogani koji promovišu RTS (RTS vlasništvo građana Srbije; Vaše pravo da znate sve; Javni servis evropske Srbije) i RTV (Bliži vama, U pokretu; Vojvodina pre Svega; Sačuvajmo naš javni servis) odražavaju njihove uređivačke politike kao javnih medijskih servisa svih građana čiji fokus je isključivo javni interes.

Istovremeno, imajući u vidu da *Zakonom o javnim medijskim servisima* nije jasno propisano ko će kontrolisati integritet javnih servisa, ovakva istraživanja

5 Van Dijk, T. A., 'Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach', U: *Methods of Critical Discourse Analysis*, (eds.) R. Wodak and M. Meyer, Sage, London, 2009, str. 63.

6 Van Dijk, T. A., *Discourse and Power*, Palgrave Macmillan, New York, 2008, str. 16–20

su izuzetno važan element javne prakse kao povod otvaranja javne debate o funkcionisanju javnih servisa. Ona bi trebalo da odgovore i na pitanje da li slogani koji promovišu RTS (RTS vlasništvo građana Srbije; Vaše pravo da znate sve; Javni servis evropske Srbije) i RTV (Bliži vama, U pokretu; Vojvodina pre Svega; Sačuvajmo naš javni servis) odražavaju njihove uređivačke politike kao javnih medijskih servisa svih građana čiji fokus je isključivo javni interes.

Ukupno je snimljeno oko 2520 minuta, od čega je na mađarskom jeziku 840 minuta<sup>7</sup>. Jedinica analize je radijski/televizijski prilog od najave do odjave uz sve pripadajuće elemente. Ukupno je analizirano 1474 (742 televizijska i 732 radijska) priloga. Od toga RTS radio 248, RTV radio 232; RTS tv 250, RTV tv 294; a na mađarskom jeziku 450 (252 radijskih i 198 televizijskih) priloga. Najviše priloga uzorkovano je u emisijama televizije Vojvodine (294), a najmanje u njenom programu na mađarskom jeziku (198).

## 2 REZULTATI MONITORINGA: JAVNI INTERES U JAVNIM SERVISIMA

Rezultati kritičke analize medijskog diskursa CIPE radija i televizije oba javna servisa na srpskom i mađarskom jeziku ukazuju i na pozitivne i na negativne strane istraživanjem dekonstruisane uređivačke politike RTS i RTV u odnosu na (ne)ostvarivanje zakonom utvrđenog javnog interesa u kontekstu budžetskog finansiranja nakon donošenja novog *Zakona o javnim medijskim servisima*. Ukazuju i na elemente klijentelističkog odnosa javnih servisa prema pojedinim centrima moći od kojih im zavisi budžetsko finansiranje. Istovremeno analizom diskursa se na implicitnom nivou isčitavaju poruke koje nisu u korelaciji sa proklamovanom misijom javnih servisa u najkraćem iskazanom u vidu slogana kojima se obraćaju RTV i RTS svakodnevno u formi samoreklamiranja širokom auditorijumu Srbije.

---

7 CIPE na mađarskom su odabrane stoga što je program RTV na ovom jeziku najrazvijeniji i najkompleksniji (radijski traje 24 sata dnevno, a televizijski 17,5 sati nedeljno, u poslednjoj godini ukupno 91201 minuta) u odnosu na sve ostale koji se pripremaju na nekom od manjinskih jezika u Srbiji. Istovremeno mađarska zajednica je najuticajnija manjinska zajednica u Srbiji. Stranka sa predznakom „mađarski“ (SVM) je parlamentarna i u pokrajinskoj (7 poslanika) i u republičkoj (5 poslanika) skupštini. Lider SVM je i predsednik vojvođanske skupštine.

---

## 2.1

### POZITIVNE KARAKTERISTIKE

CIPE su *žanrovski raznolike*. Prednjače *vesti i izveštaji*.<sup>8</sup> Žanrovska raznovrsnost ukazuje na uređivački koncept u kojem se značaj događajima, pojavama i ljudima daje i kroz formu (medijski žanr) obrade informacija, kao i kroz rang objavljenog sadržaja (mesto unutar CIPE). Žanrovska raznolikost je uočena karakteristika i u ranijim istraživanjima koje je od 2006. do 2014. sprovela Novosadska novinarska škola.<sup>9</sup>

*Autorstvo* kao kategorija indikuje kvalitet kadrovskih i tehnološko/tehničkih kapaciteta medija na medijskoj sceni uopšte, kao nivo novinarskog angažovanja. U analiziranom programu, autorstvo je poznato u visokom procentu u svim posmatranim emisijama (od 64% tv dnevnik na mađarskom jeziku RTV do 91% TV RTV) osim u večernjem „Dnevniku“ RTS (svega 54%) i u radijskoj CIPE na mađarskom RTV (62,03%). Imajući u vidu da su nepotpisane vesti uglavnom kratke agencijske vesti, vesti iz sveta preuzete iz drugih medija, kao i kratke sportske najave i izveštaji sa sportskih dešavanja, može se zaključiti da su novinari javnih servisa značajno angažovani u pokrivanju tema važnih za ostvarivanje javnog interesa.

CIPE su *tematski raznovrsne*. U ovoj analizi registrovano je 14 grupa tema iz zemlje. Događaji iz sveta su posmatrani u okviru jedne teme („svet“) kao 15-ta varijabla. Preovlađuju u svim posmatranim CIPE unutrašnja politika, ekonomija, svet i sport. Međutim ne u istoj srazmeri i ne sve teme u svakoj posmatranoj emisiji i svakom mediju.<sup>10</sup> Procentualno gledano, kultura je najzastupljenija tema u „Vojvođanskom dnevniku“ RTV, ali je realna zastupljenost daleko niža: uglavnom je reč o kratkim, fleš-vestima i izjavama, uz nedostatak analitičkih žanrova medijske inicijative. Televizijski dnevnik na mađarskom RTV je jedini govorio o jeziku kao pitanju od javnog interesa i na taj način obradio temu koja je od suštinskog značaja za očuvanje nacionalnog identiteta i protiv asimilacije.

8 Udeo vesti bio je 55% u „Novostima“ Radio Novog Sada RTV; 63,29% radio na mađarskom RTV, zatim slede *izveštaji* (43,94% u „Híradó“ –tv dnevniku i na mađarskom jeziku RTV) i *izjave* (10% u „Dnevniku“ TV RTS, 12,66% radio na mađarskom RTV), ali su uočene i *reportaže* što ukazuje na profesionalnu kompetentnost i produkciju kapacitiranost javnog servisa, kao i na prepoznavanje značaja teme koja se obrađuje, jer je od javnog interesa (4,04% u „Híradó“ -dnevniku na mađarskom jeziku RTV, Radio Beograd „Novosti dana“); *radijski paketi* (26% „Novosti dana“ Radio Beograd, RTS), *tv paketi* ( 23% „Vojvođanski dnevnik“ RTV); *hibridne forme* (6% „Novosti dana“ Radio Beograd RTS i 6% „Novosti“ Radio Novi Sad RTV), zatim *intervjui*, mada u malom procentu, (1% „Novosti dana“ Radio Beograd; 3% „Dnevnik“ TV RTS).

9 Svi izveštaji i publikacije dostupni na [www.novinarska-skola.ogr.rs](http://www.novinarska-skola.ogr.rs)

10 Rado Beograd je u „Novostima dana“ najviše vremena posvetio ekonomiji (18%) i svetu (18%); Radio Novi Sad ekonomiji (14%) i sportu (13%); večernji tv-dnevnik na mađarskom RTV unutrašnjoj politici (24,75%) i ekonomiji (27,27%); večernji „Dnevnik“ RTS sportu (19%), svetu (15%) i unutrašnjoj politici (14%). Televizijski dnevnik RTV na srpskom je jedini najviše vremena posvetio informacijama iz kulture (17%) i poljoprivrede (13%). U radijskoj CIPE na mađarskom jeziku RTV najviše pažnje je posvećeno ekonomiji 35% i unutrašnjoj politici 20,63%.

Tematska raznovrsnost CIPE javnih servisa ukazuje na to da se njihov fokus u 2015. u odnosu na prethodne godine<sup>11</sup> u potpunosti preusmerio ka ekonomskim temama, što je razumljivo kada se ima na umu duboka kriza i nezaposlenost u zemlji. Tokom predizborne kampanje u 2014. godini takođe su u fokusu svih učesnika bila ekonomska pitanja (Pralica 2014.) Pomeranje od politike ka ekonomiji ukazuje da su centri političke moći razumeli da za sve građane „pitanje svih pitanja“ nije više Kosovo<sup>12</sup>, već „kako naći posao“.

Politika kao takva takođe više nije glavna tema, RTV i RTS se više bave ekonomijom s tim da je u televizijskom dnevniku na srpskom i mađarskom jeziku RTV stalna tema poljoprivreda što je za Vojvodinu kao pretežno agrarno područje od izuzetnog značaja. Prvi put od 2006. da su teme iz poljoprivrede tako sistematično obrađivane u CIPE RTV čime je ovaj javni servis odgovorio na osnovni javni interes građana Vojvodine, a to je razvoj agrara kao šansa za ekonomski oporavak.

Evropa kao tema svedena je isključivo na pregovore koji zvaničnici vode i o uslovima koji se postavljaju. U CIPE programu i radija i televizije negovanje evropskog duha i toliko promovisanih evropskih vrednosti je svedeno na minimum. Izveštaji iz Brisela se emituju samo kada naši političari idu na sastanke ili kada se izveštava o nekim negativnim pojavama (štrajkovi, demonstracije, pronevere, plagijati...). Taj model 'EU na kašičicu' (a obično povodom nekog ekscesa) ne može da zameni strateško usađivanje/ugrađivanje evropskog načina razmišljanja u svakodnevni tv program i zanatski (novinarsko/urednički) DNK modernog medijskog javnog servisa<sup>13</sup>.

Teme koje se tiču obrazovanja, jezika, umetnosti, nauke, religije, civilizacijskih dostignuća neznatno su zastupljene u CIPE RTS i nešto više su prisutne u CIPE RTV. U monitorovanom periodu je dakle RTV negovao veći tematski diverzitet od RTS.<sup>14</sup> Prema *Zakonu o javnim medijskim servisima*, članu 7, određeno je da programski sadržaji moraju da ostvare „nepistrasno obrađivanje političkih, istorijskih, privrednih, socijalnih, zdravstvenih, kulturnih, obrazovnih, naučnih, ekoloških i drugih pitanja, omogućavajući ravnopravno sučeljavanje različitih stanovišta“. Prema odnosu tema možemo zaključiti da ova obaveza javnih servisa nije u potpunosti ispunjena.

---

11 Rezultati monitoring koje je Novosadska novinarska škola realizovala od 2006. do 2015. godine dostupni su na: [http://http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/?page\\_id=164](http://http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/?page_id=164). Pristupljeno 1. jula 2015.

12 Kosovo, u ranijim istraživanjima visoko pozicionirano, u ovom nije zabeleženo kao sadržaj u CIPE Radio Novog Sada i u televizijskom dnevniku na mađarskom RTV, a u ostalim programima prisutnost ove teme je oko 4% u rangu sa obrazovanjem, ljudskim pravima, pravosuđem, crnom hronikom itd.

13 Brkić, M., 'Javni medijski servis odgovornost prema građanima', 2015, str. 56.

14 Rezultati o tematskoj raznovrsnosti RTS-a su u visokom stepenu saglasni sa rezultatima istraživanja *Uticao građana na medije* Edukacionog centra iz Leskovca. Opširnije u: Edukacioni centar Leskovac, *Uticao građana na medije*, 2014.

---



## NEGATIVNE KARAKTERISTIKE

Kategorija *subjekt* obuhvata osobe kojima su mediji dali šansu da, kao neposredno citirani izvor, zastupaju svoje stavove, direktno ih predstave publici i tako obezbede besplatan publicitet.

U ovom istraživanju uzorkovano je 17 varijabli domaćih i jedna varijabla „strani“ subjekti. Među domaćim subjektima oni koji imaju šansu da javno govore i zastupaju svoje stavove su u visokom procentu donosioci odluka – predstavnici vlasti i državnog aparata.

Veliki značaj dat je premijeru Aleksandru Vučiću posebno u TV dnevniku RTS. U 28 priloga zabeleženih u 14 posmatranih CIPE TV, RTS je direktno citirao premijera Aleksandra Vučića. On je i po broju minuta najzastupljeniji pojedinac. Osim o temama koje se tiču unutrašnje politike koja je u domenu njegove nadležnosti, premijer se pojavljivao kao relevantan subjekat po nekoliko puta u istoj emisiji i u ekonomskim temama, godišnjicama (ubistvo premijera Zorana Đinđića), crnoj hronici (otmica deteta), kriznim situacijama (pad helikoptera, pad aviona), spoljnoj politici (samit u Beču), donacijama (japanska vlada povodom otvaranja nove zgrade ambasade donirala 150 ekoloških automobila Vladi Srbije), Danu žena (posetio žene koje rade na carini i čestitao im praznik), čak i sportu. Prema Herbertu Gansu (1979) postoji osam vrednosnih orijentacija u medijskom izeštavanju<sup>15</sup> oko kojih mediji grade priču i na koje se fokusiraju.

Prema dobijenim rezultatima istraživanja subjekta u izveštavanju republičkog javnog servisa, možemo zaključiti da se *leaderski sistem vrednosti* javlja kao osnovna vrednost koju u uređivačkoj politici zastupa javni servis Srbije. Od kada se RTS budžetski finansira po novom *Zakonu o javnim medijskim servisima* pojačano je, i tako već uočeno u ranijim istraživanjima, direktno citiranje premijera i predstavnika vladajuće koalicije u CIPE. Na primer 2014. u predizbornoj kampanji Aleksandar Vučić je bio apsolutno najčešće pominjan akter u CIPE RTV na srpskom, javljao se u 8,62% analiziranog korpusa<sup>16</sup>. Razumljivo je da je bio više zastupljen jer je u pitanju bila predizborna kampanja, ali je indikativan podatak da je bio najprisutniji. U monitoringu izbora 2012. kada je SNS bila u opoziciji i borila se za vlast bila je u odnosu na podatke iz ovog istraživanja, izrazito manje zastupljena u CIPE RTV: tada je bila najzastupljenija vladajuća stranka i njeni koalicioni partneri DS - 29%, SPS - 10%, a opozicioni

15 Gans, H., *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, Random House, New York, 1979.

16 Koprivica, K., 'Rezultati monitoringa informativnog programa Radio-televizije Vojvodine redakcije programa na srpskom i hrvatskom jeziku tokom predizborne kampanje za parlamentarne izbore 2014. godine', U: *Koga su mediji izabrali, a šta su partije nudile: medijski monitoring predizborne kampanje*, (Ur.) J. Matić, Novosadska novinarska škola, Novi Sad, 2014, str. 265. Dostupno na: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2014/07/Koga-su-mediji-izabrali-a-sta-su-partije-nudile-2014.pdf>. Pristupljeno 1. jula 2015.



SNS - 9% što je manje za oko pet puta<sup>17</sup>. Na Radio-televiziji Srbije vladajuća stranka i koalicioni partneri su zastupljeniji, ali disbalans nije tako izražen kao na RTV: DS - 16%, SPS - 12%, a opozicioni SNS, 11%<sup>18</sup>.

Međutim u monitoringu iz 2015, čije rezultate ovde predstavljamo, ovi brojevi su izrazito porasli. Samo u CIPE Radio Beograda subjekti SNS su zastupljeni 56% a u CIPE televizije RTS čak 66% što je dakle za više od pet odnosno šest puta od kada su došli na vlast. Kljantelizam javnog servisa je očigledan od kada od vladajuće partije zavisi obim budžetskog finansiranja.

Za razliku od RTS, pokrajinski javni servis RTV nije u toj meri (osim tv dnevnika na mađarskom) premijera držao u fokusu. Mnogo više su bili zastupljeni subjekti iz obrazovanja, nauke, kulture, medija, sindikata. Čak je i predsednik Vlade Vojvodine bio izrazito malo zastupljen, na primer u "Novostima" Radio Novog Sada nijednom, a u tv dnevniku na srpskom RTV 1%, a na mađarskom 0,99%.

Kada pogledamo *stranačku orijentisanost subjekta*, velika većina medijskog prostora u svim monitorovanim medijima (osim tv dnevnika na mađarskom u kojem dominira Savez Vojvođanskih mađara) data je vladajućoj koaliciji, a u okviru nje dominira SNS.<sup>19</sup> Očigledno favorizovanje aktuelne republičke vlasti kosi se sa zakonskom obavezom negovanja pluralizma političkih ideja kao osnovnog načela u zadovoljavanju javnog interesa. Na primer DS je osnovala "Vladu u senci" (kao pandan republičkoj vladi) o čijim aktivnostima izveštava samo RTV. RTS potpuno ignoriše ovaj vid političkog zagovaranja. Podsetimo da je aktuelni predsednik DS i inicijator formiranja "Vlade u senci" premijer Vojvodine kojeg republička vlada uglavnom marginalizuje u svakom pogledu. Izuzetak su radijske CIPE na mađarskom jeziku RTV kod kojih je subjekat retko stranački identifikovan, a politička pripadnost objekta je načešće DS i LSV po 33,33%, a SVM 16,67%.

Uočeno je da u CIPE javnog servisa Srbije nema tema i subjekta iz Vojvodine. Izveštavanje je pod uticajem činjenice da je na vlasti u Vojvodini i dalje Demokratska stranka, dok na nivou Republike Srbije vladajuću koaliciju predvodi Srpska napredna stranka. Na primer 16. marta 2015. RTS nije objavio da su u toku pregovori o rekonstrukciji vojvođanske vlade. Niti da je vojvođanska opozicija uključujući i aktivno učešće poslanika SNS preglasana 18. marta 2015. u pokrajinskoj skupštini kada je inicirala promenu simbola Vojvodine (grb i

17 Pralica, D., 'Koga je izabrala vojvođanska televizija?' U: *Koga su mediji izabrali... a šta su partije nudile? Monitoring medijskog izveštavanja, promotivnih političkih TV spotova i partijskih sajtova u predizbornoj kampanji za lokalne, pokrajinske, republičke i izbore za predsednika Srbije 2012 sa uputstvima za bolju praksu*, (Ur.) D. Valić Nedeljković i D. Pralica, Novosadska novinarska škola, Novi Sad, 2012, str. 26. Dostupno na: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2010/07/Medijska-sfera-konacno.pdf>. Pristupljeno 1. jula 2015.

18 Ibid str. 47.

19 Radio Beograd 56%, Radio Novi Sad 34%, tv dnevnik RTV na srpskom 48%, TV dnevnik RTS 64%.

zastava). Beogradocentričnost je izrazita karakteristika javnih servisa.<sup>20</sup> Sve ovo ukazuje da je dominantna osobenost RTS pre svega, pa donekle i RTV, sveprisutna centralizacija izvora informacija. Poruke građanima putem javnih servisa, čiji je osnovni zadatak ostvarivanje javnog interesa u informisanju svih žitelja Srbije, šalju centri političke moći koji su koncentrisani, kao i sve institucije političke i ekonomske moći, u glavnom gradu države.<sup>21</sup> Pluralizam i diverzitet su izostali.

Pod potkategorijom *stranci* na javnim servisima, u domaćim vestima iz ekonomije i spoljne politike najčešće su se pojavljivali predstavnici Evropske unije, MMF-a, Svetske banke, ambasadori i strani investitori, a kao subjekti u vestima iz sveta pojavljivali su se strani zvaničnici i relevantni lokalni izvori inostranih dešavanja. Ostale subjekte iz stranih zemalja predstavljaju sportisti, umetnici, naučnici i dr.

Javni servisi ne uključuju stavove i argumente *građana* kao subjekata u javnu debatu o temama koje su od izrazitog interesa za svakog pojedinca. Građani su se najčešće našli kao nepersonalizovani objekti. Građani i kao subjekti i kao objekti većinom su se pojavljivali kao očevici događaja, žrtve ili porodice žrtava, ili kao problematičan akter u socijalnim kriznim situacijama (štrajk, protest).

*Osetljive grupe* kao subjekti – žene, osobe sa invaliditetom, socijalno ugroženi i ostale društveno marginalizovane grupe nisu prepoznate kao relevantan subjekt u javnim servisima.<sup>22</sup> Deca su u ovom korpusu bila prisutnija jer su dnevni događaji (otmica deteta na javnom mestu, beba koja je stradala u nesreći pri padu helikoptera) uticali da ova osetljiva grupa bude toliko zastupljena.

---

20 Rezultati analize kategorije "lokacija" CIPE javnih servisa u posmatranom periodu su: "Novosti dana" Radio Beograda RTS 50% objavljenog sadržaja je vezano za Beograd, 0% za Novi Sad, 24% druga mesta u Srbiji i 20% svet. U tv "Dnevniku" RTS 26% sadržaja je iz Beograda, Srbija kao takva 30%, 1% iz Novog Sada i 2% Vojvodina, druga mesta u Srbiji 13%. Beograd je najzastupljeniji i u CIPE javnog servisa Vojvodine (radio na srpskom 29%, tv na srpskom 25%, tv na mađarskom 40,91%, radio na mađarskom 30,38%).

21 Isti rezultat je dobijen i u istraživanju Edukacionog centra iz Leskovca koje je pratilo informativni program RTS u proleće 2014. godine. Takođe u: Blagojević, P., 'RTS "Vaše pravo da znate sve..."; u *RTS naše pravo da znamo sve?*, (Ur.) M. Aksentijević, Toplički centar za demokratiju i ljudska prava, Prokuplje, 2015, str. 89.

22 Najčešće su u "Novostima dana" Radio Beograda RTS deca (21%) i socijalno/zdravstveno ugroženi (33%); u "Novostima" Radio Novog Sada RTV deca (22%), žene (13%) i nacionalne manjine (12%); u tv "Dnevniku" RTS deca (14%) sve ostalo zanemarljivo; u "Vojvođanskom tv dnevniku" RTV na srpskom deca (29%) i nacionalne manjine (24%), u tv dnevniku na mađarskom deca (3,54%) i nacionalne manjine (4,55%) a u radijskoj informativnoj emisiji mladi (42,86%) što je izuzetak u odnosu na ceo korpus i nacionalne manjine (38,10%).

---

Žene su potpuno podzastupljene kao izvori informacija<sup>23</sup> što ih čini nevidljivima u društvu iako su većina u ukupnom stanovništvu. Javni servisi, sa malim izuzecima, nemaju rodno osetljivu uređivačku politiku<sup>24</sup> čime se direktno krši član 7 Zakona o javnim medijskim servisima ali i Zakonu o zabrani diskriminacije iz 2009. godine.

Ni u jednoj CIPE u posmatranom periodu nijedan direktno citirani subjekt nije govorio na nekom od *manjinskih jezika* koji su u javnoj upotrebi. To ukazuje na suštinsku marginalizaciju manjina jer transparentno govori o ignorisanju ravnopravnosti jezika koji su u javnoj upotrebi, ali i o neuključivanju građanja pripadnika nacionalnih manjina u javni život i javnu debatu o pitanjima od javnog interesa.

Javni servisi, valja istaći, *nisu* u posmatranom periodu (mart 2015) *dovoljno kritički promišljali i analizirali stvarnost*. Stav subjekta prema objektu je u svim posmatranim programima bio dominantno pozitivan. Na primer u "Novostima dana" Radio Beograda gotovo dvostruko češće nego negativan, a u tv RTS čak dva i po puta češće pozitivan od negativnog; u tv RTV na srpskom 2,8 puta češće pozitivan. Jedino u CIPE radija na mađarskom jeziku je ujednačeno raspoređen odnos subjekta prema objektu.<sup>25</sup>

Osim stava subjekta prema objektu, ovaj zaključak podupire i nalaz da je *medijska inicijativa* u ovom korpusu skromna. S obzirom na to da je medijska inicijativa upravo odraz redakcijskog samostalnog odabira tema koje treba analitički obraditi i staviti na društvenu agendu kao pitanje od javnog interesa o kojem zajednica valja da raspravlja, odustajanja od te dobre prakse ukazuje na smanjenje integriteta medija. U poređenju sa lane analiziranim "Dnevnikom" RTS-a kada je "trećina ukupnog broja priloga bila rezultat inicijative novinara"<sup>26</sup> u ovom korpusu, na primer za istu emisiju, to iznosi svega 8%, a aktuelni događaji 81%. Znači uloga medija se svela samo na transmisiju informacija o funkcionisanju vlasti u okviru kojih veliki procenat čine protokolarne vesti, tačnije ko se kada sa kim susreo, bez analize rezultata tih događaja.

Država je po različitim osnovama *najveći oglašivač*<sup>27</sup> u medijima u Srbiji što joj pruža mogućnost da na suptilan način direktno utiče i na uređivačke

23 One su u CIPE Radio Beograda prisutne samo u 18% slučajeva kao subjekti i u 14% kao objekti; u informativnim emisijama Radio Novog Sada subjekti su u 21% slučajeva, a objekti u isto toliko; u tv RTS 19% subjekti, 22% objekti; u "Vojvođanskom dnevniku" RTV 21% u ulozi subjekta i 27% u ulozi objekta; na mađarskom jeziku u tv dnevniku RTV 39,41% u ulozi subjekta i 19,44% u ulozi objekta; a na radiju u ulozi subjekta je 16,58, a objekta čak 41,67%.

24 Do istog zaključka je došao i Edukacioni centar iz Leskovca u istraživanju „Uticaj građana na medije“.

25 Pozitivan 29,67%, negativan 22%, i pozitivan i negativan 20%, neutralan 27%.

26 Edukacioni centar Leskovac (2014). *Uticaj građana na medije*, 2014.

27 Savet za borbu protiv korupcije (2015). *Izveštaj o vlasničkoj strukturi i kontroli medija u Srbiji*; poglavlje 4.1 Oglašavanje državnih institucija javnih i drugih preduzeća u državnom vlasništvu; str. 103-120. Dostupno na: <http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/izvestaj%20mediji%2026%2002.pdf> Posećeno 23.aprila 2015.

politike. Analizom *reklamnog bloka* u okviru CIPE RTV i RTS uočeno je da su reklamne spotove u televizijskim informativnim emisijama između ostalih objavljivali i moćni ekonomski subjekti iz oblasti osiguranja, igara na sreću, telekomunikacija čiji vlasnik je još uvek država Srbija (DDOR, Državna lutrija Srbije i Telekom Srbije). Ovaj tip oglašavanja predstavlja dodatan oblik državne kontrole javnih servisa.

### 3 ZAKLJUČCI

Nova tri medijska zakona jesu donesena u avgustu 2014. što je vidan napredak u odnosu na prethodni period u kojem su se oni čekali više od šest godina. Među novima je i *Zakon o javnim medijskim servisima* koji je jasno definisao šta je javni interes koji moraju da ostvare RTV i RTS podjednako. Međutim, zakon je propustio da definiše ko će i na koji način odnosno sa kojim posledicama kontrolisati ostvarenje javnog interesa u javnim servisima i pri tome ih je dodatno profesionalno-etički opteretio prelaskom na državni budžet. Svi nedostaci zakona, uključujući i društveno-politički kontekst u kojem se sprovode (vidno centralistički model upravljanja državom), doprineli su da javni medijski servisi i dalje nisu otvoren prostor za dijalog i sučeljavanje mišljenja o temama od javnog interesa. Javni servisi, pre svega nacionalni RTS, pokazao se kao klijentelistički medij, pristrastan u odnosu na vlast i izrazito beogradocentričan. Vladajuća koalicija sa vodećom partijom SNS dominira kao izvor informacija, (i subjekti i objekti). Za više od pet (Radio Beograd RTS), odnosno šest puta (TV RTS) od kada su došli na vlast porasla je zastupljenost u CIPE subjekata SNS. Najzastupljeniji pojedinac u informativnim emisijama je premijer Srbije Aleksandar Vučić, predsednik SNS, kojeg javni servisi nekritički citiraju u svakoj prilici, sa ili bez valjanog povoda, i o svakoj temi od unutrašnje politike do sporta. Nebalansiranost u odnosu na političku pripadnost, lokaciju, rodnost, zanemarivanje marginalizovanih grupa, nedovoljna prisutnost medijske inicijative kao povoda za objavljivanje određenog sadržaja, prevalentnost pozitivnog odnosa subjekta prema objektu - osnovne su karakteristike javnih servisa, s tim da je pokrajinski ipak bliži ostvarivanju komunikativnih potreba građana od RTS.

Budžetsko finansiranje javnih servisa možda je doprinelo trenutnoj finansijskoj stabilnosti nakon teškog perioda iz 2013. i 2014. kada je pretplata pala na beznačajan procenat i opstanak, pre svega RTV, bio ozbiljno doveden u pitanje<sup>28</sup>. Međutim, istovremeno je, prema rezultatima ovog istraživanja,

28 Opširnije u: Matić, J. and Valić Nedeljković, D., 'Srbija', U Značaj medijskog integriteta: vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti, Novosadska novinarska škola, Novi Sad, str. 109-113. Dostupno na: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2014/08/Znacaj-medijskog-integriteta.pdf>. Pristupljeno: 1 jula 2015.

budžetskim finansiranjem relativizovana nezavisnost i balansiranost kao i diverzitet i pluralizam u uređivačkoj politici oba javna servisa. Naglašenije nacionalnog RTS, koji ima i znatno veću zonu pokrivanja, gledanost i proizvodno-programске kapacitete.

U analiziranom korpusu programa na mađarskom jeziku, polazeći od položaja mađarske zajednice, naglašeno se promovise očuvanje jezika i običaja Mađara kao i obrazovanje. *Multikulturalnost* još uvek nije na agendi, odnosno nema strateški bitan položaj u kreiranju programa. Negovanje dijaloga sa drugim zajednicama je prisutno samo kada se sagovornici biraju po kompetenciji, odnosno funkciji, a ne po tome da li govore mađarski ili ne.

Ova 2015. je za medijsku sferu Srbije po mnogo čemu veoma značajna. Ovo je prva godina primene medijskih zakona, u okviru čega je i prelazak na projektno finansiranje svih medija, ali i budžetsko finansiranje javnih servisa.<sup>29</sup> To je godina u kojoj bi trebalo da se donese nova medijska strategija. Srbija je digitalizovana u prvoj polovini 2015. Ujedno ova godina je i izborna godina za generalnog direktora nacionalnog javnog servisa RTS, koji je već duže u vd. stanju, što ovom mediju ne obezbeđuje jaku nezavisnu poziciju. Upravni odbor RTS-a 05.05.2015. izabrao je uglednog novinara Dragana Bujoševića za novog generalnog direktora RTS.

U ovoj godini biraju se još i članovi upravnih odbora i programskih saveta i RS i RTV, sledstveno tome i svih uredničkih pozicija. RTV je u vreme završavanja ovog teksta već više od mesec dana bio u interegnumu jer generalni direktor nije imenovao nove urednike što utiče, takođe, na stabilnost uređivačke politike i medij čini lakše podložnim pritiscima političkih i ekonomskih elita. Osim toga, ovo je izborna godina i za članove Regulatornog tela za elektronske medije. Dakle ovo je godina u kojoj će sigurno biti (re)definisane uređivačke politike javnih servisa u društveno-političkom kontekstu, koji sudeći prema dosadašnjim pokazateljima, nije naklonjen ozbiljnijem odvajanju medija od države, ni na eksplicitnom, niti na implicitnom nivou.

---

29 Upravni odbori Radio televizije Srbije i Radio televizije Vojvodine odlučili su da taksa za javne servise od 1. januara 2016. godine treba da bude 500 dinara (oko 4 evra). Informacija dostupna na: <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/125/Dru%C5%A1tvo/1959455/Taksa+za+javne+servise+500+dinara.html>. Pristupljeno 25.maja 2015.

---

## 4 PREPORUKE ZA BOLJU PRAKSU

1. Modalitet nezavisnog finansiranja javnih servisa (taksa koja će se naplaćivati građanima), a koju ustanovljava *Zakon o javnim servisima*, zahteva strogo poštovanje. Neophodno je da Vlada, uz konsultacije sa javnim servisima, civilnim društvom i nezavisnim stručnjacima ustanovi mehanizme efikasne kontrole naplate takse. Pre roka određenog za početak naplate takse, neophodno je da Vlada i javni servisi realizuju široku kampanju kako bi se podigla svest građana o značaju modela nezavisnog finansiranja javnih servisa.
2. Uredničke i upravljačke strukture oba javna servisa u Srbiji treba da definišu vrednosti uređivačke politike i uvedu mehanizme kontrole njihove primene kako bi obezbedili strogu primenu članova koji se odnose na ostvarivanje javnog interesa iz *Zakona o javnim servisima* iz 2014. godine. U procesu definisanja vrednosti uređivačke politike neophodno je organizovati javnu raspravu u kojoj će svoj doprinos dati različiti predstavnici društva. Javni servisi treba da ulože poseban napor da u ovu raspravu uključe građane – slušaocce i gledaoce – (na primer putem kampanje na programima javnih servisa) kako bi i oni imali priliku da iskažu mišljenje i daju svoje predloge.
3. U vrednosti uređivačke politike javnih servisa u značajnoj meri treba da bude integrisano poštovanje prema političkom, kulturnom i geografskom pluralizmu i njihova promocija. Vodeće uredničke i programske strukture javnih servisa treba redovno da prate primenu ovih principa. Takođe u ovoj oblasti neophodno je pratiti mišljenje građana uz pomoć anketa ili fokus-grupnih istraživanja. Uredničke i upravljačke strukture treba da koriste rezultate dobijene ovim istraživanjima prilikom evaluacije i strateškog planiranja.
4. Prilikom pripreme programskih i finansijskih planova za 2016. godinu, uredničke i upravljačke strukture oba javna servisa treba strateški da opredele značajan deo finansija i vremena u programskim šemema za analitičke i složene novinarske žanrove, ili preciznije, za istraživačko novinarstvo. Redakcije javnih servisa treba da zaposle najbolje istraživačke novinare i daju podršku njihovom radu kako bi ispunili ulogu koju javni servisi imaju kao čuvari javnog interesa.
5. Tehničko-tehnološke mogućnosti koje nudi digitalizacija potrebno je iskoristiti za povćanje programskog diverziteta javnih servisa i veću saradnju sa medijima u regionu i EU. Na ovaj način će se programi javnih servisa iz Srbije lakše integrisati u EBU i postati relevantni partneri koji za razmenu nude kvalitetne sadržaje koji imaju regionalni i evropski značaj.



## LITERATURA

- Blagojević, P., 'RTS "Vaše pravo da znate sve..."; U: *RTS naše pravo da znamo sve?*, (Ur.) M. Aksentijević, Toplički centar za demokratiju i ljudska prava, Prokuplje, 2015, str. 88–99.
- Brkić, M., 'Javni medijski servis odgovornost prema građanima', U: *RTS naše pravo da znamo sve?*, M. Aksentijević, Toplički centar za demokratiju i ljudska prava, Prokuplje, 2015, str. 51–65.
- Gans, H., *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, Random House, New York, 1979
- Koprivica, K., 'Rezultati monitoringa informativnog programa Radio-televizije Vojvodine redakcije programa na srpskom i hrvatskom jeziku tokom predizborne kampanje za parlamentarne izbore 2014. godine', U: *Koga su mediji izabrali, a šta su partije nudile: medijski monitoring predizborne kampanje*, (Ur.) J. Matić, Novosadska novinarska škola, Novi Sad, 2014, str. 257–276. Dostupno na: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2014/07/Koga-su-mediji-izabrali-a-sta-su-partijenudile-2014.pdf>. Pristupljeno 1. jula 2015.
- Edukacioni centar Leskovac, *Uticaj građana na medije*, 2014. Dostupno na: [http://www.nvo.org.rs/index.php?id=11&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=37&cHash=94283846055fb78282579fee58be3e64](http://www.nvo.org.rs/index.php?id=11&tx_ttnews[tt_news]=37&cHash=94283846055fb78282579fee58be3e64). Pristupljeno 20. aprila 2015.
- Matić, J. i Valić Nedeljković, D., 'Srbija', U: *Značaj medijskog integriteta: vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti*, Novosadska novinarska škola, Novi Sad, str. 57–137. Dostupno na: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2014/08/Znacaj-medijskogintegriteta.pdf>. Pristupljeno 1. jula 2015.
- Pralica, D., 'Koga je izabrala vojvođanska televizija?' U: *Koga su mediji izabrali... a šta su partije nudile? Monitoring medijskog izveštavanja, promotivnih političkih TV spotova i partijskih sajtova u predizornoj kampanji za lokalne, pokrajinske, republičke i izbore za predsednika Srbije 2012 sa uputstvima za bolju praksu*, (Ur.) D. Valić Nedeljković i D. Pralica, Novosadska novinarska škola, Novi Sad, 2012, pp. 16–37. Dostupno na: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2010/07/Medijskasfera-konacno.pdf>. Pristupljeno 1. jula 2015.
- Pralica, D., 'Koga je izabrala televizija u Srbiji?', U: *Koga su mediji izabrali... a šta su partije nudile? Monitoring medijskog izveštavanja, promotivnih političkih TV spotova i partijskih sajtova u predizornoj kampanji za lokalne, pokrajinske, republičke i izbore za predsednika Srbije 2012 sa uputstvima za bolju praksu*, (Ur.) D. Valić Nedeljković i D. Pralica, Novosadska novinarska škola, Novi Sad, 2012, pp. 38–52. Dostupno na: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2010/07/Medijskasfera-konacno.pdf>. Pristupljeno 1. jula 2015.
- Pralica, D., 'Komparativna analiza štampanih i elektronskih medija u okviru projekta Koga su mediji izabrali, a šta su partije nudile 2014', U: *Koga su mediji izabrali, a šta su partije nudile: medijski monitoring predizborne kampanje*, (Ur.) J. Matić, Novosadska novinarska škola, Novi Sad, 2014, pp. 8–14. Dostupno na: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2014/07/Koga-su-medijiizabrali-a-sta-su-partije-nudile-2014.pdf>. Pristupljeno: 1. juli 2015.
- Savet za borbu protiv korupcije, *Izveštaj o vlasničkoj strukturi i kontroli medija u Srbiji*, Beograd, 2015. Dostupno na: <http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/>



izvestaj%20mediji%2026%2002.pdf.  
Pristupljeno 23. aprila 2015.

Van Dijk, T. A., *Discourse and Power*, Palgrave  
Macmilan, New York, 2008.

Van Dijk, T. A., 'Critical Discourse Studies: A  
Sociocognitive Approach', U: *Methods of  
Critical Discourse Analysis*, (Ur.) R. Wodak  
and M. Meyer, Sage, London, 2009, str.  
62–85.

'Zakon o javnim medijskim servisima',  
*Službeni glasnik Republike Srbije*, No.  
83/2014.

'Zakon o radiodifuziji', *Službeni glasnik  
Republike Srbije*, No. 42/2002, 97/2004,  
76/2005, 79/2005 - dr. zakon, 62/2006,  
85/2006, 86/2006 - ispr. i 41/2009.

'Zakon o zabrani diskriminacije', *Službeni  
glasnik Republike Srbije*, No. 22/2009.

## AUTORKA IZVEŠTAJA

DUBRAVKA VALIĆ NEDELJKOVIĆ stekla je zvanje doktora nauka u oblasti lingvistike na  
Filozofskom fakultetu u Novom Sadu. Redovna je profesorka na odseku za medijske studije  
na Filozofskom fakultetu, Univerziteta u Novom Sadu i predsednica Upravnog odbora  
Novosadske novinarske škole.



Ovaj izveštaj nastao je uz finansijsku podršku Fondacije  
za otvoreno društvo u okviru Programa za nezavisno  
novinarstvo, kao i Evropske unije. Za sadržaj ovog izveštaja  
isključivu odgovornost snose Novosadska novinarska škola  
i autori i on ni na koji način ne odražava stavove Evropske  
unije.

AUTORKA IZVEŠTAJA Dubravka Valić Nedeljković  
UREDNICIA Brankica Petković ASISTENTKINJA Jovana  
Mihajlović Trbovc IZDAVAČ Novosadska Novinarska  
škola, Daničićeva 3. Novi Sad DIZAJN DAK, Ljubljana,  
2015

MONITORING PRIMENE NOVIH MEDIJSKIH  
ZAKONA U SRBIJI

JAVNI SERVISI (NI)SU U SLUŽBI GRAĐANA

Izveštaj je sačinjen u  
okviru projekta Medijska  
opervatorija Jugoistočne  
Evrope. [http://www.  
mediaobservatory.net](http://www.mediaobservatory.net).