

2017

Online informisanje medija na jezicima nacionalnih manjina u Republici Srbiji

- predlozi za nove politike, deceniju posle

Studija praktične politike



Centar za razvoj civilnog društva

Studija praktične politike

**Online informisanje medija na jezicima nacionalnih
manjina u Republici Srbiji
- predlozi za nove politike, deceniju posle**

Miroslav Keveždi

10. februar 2017.

Novi Sad

Sadržaj studije

SADRŽAJ STUDIJE	3
GRAFIKONI I TABELE.....	5
1. <i>Grafikoni</i>	5
2. <i>Tabele</i>	5
STUDIJA PRAKTIČNE POLITIKE: <i>ONLINE</i> INFORMISANJE MEDIJA NA JEZICIMA NACIONALNIH MANJINA U REPUBLICI SRBIJI - PREDLOZI ZA NOVE POLITIKE, DECENIJU POSLE	6
1. UVOD.....	7
1.2. <i>Pojam medija</i>	10
1.3. <i>Pojam online medija</i>	12
1.4. <i>Novi mediji i društvena promena</i>	14
1.5. <i>Teorije medijskih sistema</i>	15
1.5.1. <i>Elementi medijskog sistema</i>	15
1.5.2. <i>"Četiri teorije"</i>	19
2. KARAKTERISTIKE <i>ONLINE</i> MEDIJA NACIONALNIH MANJINA U SRBIJI 2016. GODINE	27
2.1. <i>Definicije i osnovni podaci</i>	29
2.2. <i>Jezik registrovanog medija</i>	32
2.3. <i>Web adresa</i>	41
2.4. <i>Urednik</i>	41
2.5. <i>Izdavač</i>	41
2.6. <i>Funkcionalnost stranica</i>	42
2.7. <i>Novčana pomoć</i>	42
3. DEFINICIJA I OPIS PROBLEMA (ONLINE) INFORMISANJA NA JEZICIMA NACIONALNIH MANJINA U REPUBLICI SRBIJI	44

4. RASPOLOŽIVE PRAKTIČNO-POLITIČKE OPCIJE - OCENA PONUĐENIH ALTERNATIVA S OBZIROM NA ONLINE INFORMISANJE NACIONALNIH MANJINA	58
4.1. <i>Raspoložive praktično-političke opcije</i>	59
A. Balansirano informisanje - odgovorno privatno	59
B. Partizovano informisanje - neodgovorno privatno	62
C. Informisanje javnog servisa - etično javno.....	63
D. Autistično informisanje - neodgovorno javno	66
4.2. <i>Ocena ponuđenih alternativa s obzirom na online informisanje nacionalnih manjina.....</i>	67
5. ZAKLJUČCI I PREPORUKE.....	69
5.1. <i>Zaključci s obzirom na karakteristike online medija nacionalnih manjina u Srbiji 2016. godine.....</i>	69
5.2. <i>Zaključci s obzirom na probleme (online) informisanja na jezicima nacionalnih manjina u Republici Srbiji</i>	72
5.3. <i>Preporuke s obzirom na probleme (online) informisanja na jezicima nacionalnih manjina u Republici Srbiji</i>	73
6. BIBLIOGRAFIJA	77
BIOGRAFIJA AUTORA.....	83

Grafikoni i tabele

1. Grafikoni

GRAFIKON 1 - BROJ REGISTROVANIH INTERNET MEDIJA SA MANJINSKIM SADRŽAJIMA U SRBIJI PO GODINAMA	32
GRAFIKON 2 - BROJ REGISTROVANIH INTERNET MEDIJA SA MANJINSKIM SADRŽAJIMA U SRBIJI PO REGISTROVANIM JEZICIMA	33
GRAFIKON 3 - MEDIJI SA SADRŽAJIMA NA JEZICIMA NACIONALNIH MANJINA I JEZIKOM NACIONALNIH MANJINA KAO OSTALIM	35
GRAFIKON 4 - BROJ REGISTROVANIH INTERNET MEDIJA SA MANJINSKIM SADRŽAJIMA U SRBIJI PO REGISTROVANOM JEZIKU	39
GRAFIKON 5 - SREDSTVA DODELJENA NA IME DRŽAVNE POMOĆI REGISTROVANIM INTERNET MEDIJIMA SA MANJINSKIM SADRŽAJIMA U SRBIJI	43
GRAFIKON 6 - OPCIJE MANJINSKOG INFORMISANJA.....	58

2. Tabele

TABELA 1. INTERNET MEDIJI SA MANJINSKIM SADRŽAJIMA U SRBIJI PO REGISTROVANIM JEZICIMA	38
---	----

Miroslav Keveždi

Studija praktične politike: *online* informisanje medija na jezicima nacionalnih manjina u Republici Srbiji - predlozi za nove politike, deceniju posle

Sažetak:

Cilj studije jeste utvrđivanje osnova za poboljšanje online informisanja medija na jezicima nacionalnih manjina u Srbiji. Namera nam je da utvrdimo osnove za predlog praktične politike (*policy paper*) kad je u pitanju ovaj vid informisanja, u skladu sa metodologijom koja podrazumeva definiciju i opis problema, zatim ocenu ponuđenih alternativa i potom izvedene zaključke i preporuke. Osnovni problem koji prepoznajemo jeste taj da se, i pored nekih dobrih pravnih rešenja, medijski sistem Srbije u procesu tranzicije praktično kreće od onog što se, u skladu sa "četiri teorije" medijskih sistema Siberta, Petersona i Šrama, može označiti kao kretanje od specifičnog oblika "sovjetsko-komunističkog", tj. državnog režima iz vremena SFRJ, u pravcu "autoritarnog" medijskog režima današnje Srbije. Autoritarni medijski režim može imati svoju formu i kad su u pitanju mediji na jezicima nacionalnih manjina. Ponuđene opcije za medijsku budućnost manjinskog informisanja su 1. balansirano informisanje (odgovorno i privatno finansirano), 2. partizovano (društveno neodgovorno i privatno finansirano), 3. javni servis (društveno odgovorno i javno finansirano) i 4. autistično informisanje (društveno neodgovorno i javno finansirano). U skladu sa parametrima s kojima smo izvršili podelu za nacionalne manjine najzahvalnija opcija jeste ona koja daje najviše stabilnosti, finansijsku sigurnost, poštovanje novinskih standarda i kodeksa, pluralizam, nezavisnost i društveno odgovorni pristup. Ta opcija je na prvom mestu opcija javnog servisa. Ona je, međutim, podložna "kvarenju" i potrebno je utvrditi mehanizme koji je neće prevesti u autističnu opciju. Ti mehanizmi odnose se na obezbeđivanje funkcionalnog uredništva, monitoring programa/sadržaja i aktivno učešće programskog saveta. Isto tako, ukoliko se utvrde i mere za uspostavljanje novinarskog i medijskog integriteta, samoregulacija, kao i fleksibilan pristup razvoju medija i njegovih online izdanja koje prati stabilno i od vlasti nezavisno finansiranje tad se ovaj model čini kao idealan. Zatim slede opcija balansiranog privatnog informisanja, partizovano jednostrano privatno informisanje, a neprihvatljive opcije su autistično informisanje u svoja dva negativna vida - jednostranom informisanju finansiranom javnim sredstvima i javno finansirano nezainteresovano neutralno informisanje.

1. Uvod

Cilj ove studije jeste utvrđivanje osnova za poboljšanje *online* informisanja medija na jezicima nacionalnih manjina u Srbiji. Namera nam je da utvrdimo osnove za predlog praktične politike (*policy paper*) kad je u pitanju ovaj vid informisanja, nastojeći da budemo u skladu sa metodologijom koja podrazumeva definiciju i opis problema, zatim ocenu ponuđenih alternativa i potom izvedene zaključke i preporuke.¹ Istovremeno, nameravamo da izvršimo procenu *online* medija na jezicima nacionalnih manjina u Srbiji, njihovih kapaciteta i potencijala, tj. analizu prikupljenih podataka istraživanja u okviru projekta "Informisanje na jezicima nacionalnih manjina - predlozi za nove politike, deceniju posle" koji u toku 2016. godine sprovodi Centar za razvoj civilnog društva,² a finansira Fondacija za otvoreno društvo³.

Trendovi tradicionalnog informisanja u svetu ogledaju se danas u snižavanju novinskih tiraža,⁴ poverenja,⁵ kvaliteta⁶ i uslova rada⁷ i broja zaposlenih medijskih radnika,⁸ gašenju medija,⁹

¹ Young, Eóin; Quinn, Lisa (2002). *Writing Effective Public Policy Papers - A Guide for Policy Advisers in Central and Eastern Europe*. Budapest: Open Society Institute.; Fischer, Frank; Miller, J. Gerald; Sidney, S. Mara [eds.] (2007). *Handbook of public policy analysis: theory, politics, and methods*. CRC Press - Taylor & Francis Group.; Peters, B. Guy; Zittoun, Philippe [eds.] (2016). *Contemporary Approaches to Public Policy - Theories, Controversies and Perspectives*. Palgrave Macmillan UK.

² Centar za razvoj civilnog društva: <http://www.cdcs.org.rs>

³ Fondacija za otvoreno društvo: <http://www.fosserbia.org>

⁴ Pew Research Center, June 2016, "State of the News Media 2016", p. 4.; Matić, Jovanka; Valić Nedeljković, Dubravka; Hrvatin, B. Sandra; Petković, Brankica (2014). *Značaj medijskog integriteta : vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, str. 10.

⁵ Sarver Coombs, Danielle; Collister, Simon; Marino, Jacqueline (2016). *Debates for the Digital Age - The Good, the Bad, and the Ugly of Our Online World*. Praeger, pp. 206-222;

<<http://www.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx>>

⁶ "Kratki televizijski život ranih visokokvalitetnih ali niskorejtingovanih dokumentaraca završio se, i večernja emitovanja počela su da stavljaju akcenat na više kriminala, skandala i selebritija, koji sve zajedno imaju tendenciju da istisnu vesti o međunarodnoj i unutrašnjoj politici" u: Hachten, William (2005). *The Troubles of Journalism; A Critical Look* (3rd edition). Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 71-101. [svi prevodi su prevodi autora studije].

povećanju koncentracije vlasništva,¹⁰ povećanju ekonomskih i političkih pritiska koji mediji trpe,¹¹ smanjivanju državne potpore i sličnim momentima koji pokazuju da je tradicionalna medijska scena širom sveta u krizi.¹² U svetu se zato očituje intenzivno nastojanje da se pronađe rešenje za novonastalu situaciju i ugrožavajuće trendove.¹³ U tom smislu i u državama bivšeg socijalizma propituju se alternative, modusi medijskog vlasništva, politička i pravna osnova za nove medijske modalitete, finansijski aranžmani koji bi pomogli da se opstane.¹⁴ Pažnja je intenzivno usmerena prema Internetu koji je viđen i kao velika šansa, ali i kao velika opasnost.¹⁵ Neki glasovi su tu izrazito optimistički, dok drugi pokazuju notu pesimizma.¹⁶ Osnovno pitanje na koje još uvek nema

⁷ Yesil, Bilge (2016). *Media in New Turkey: The Origins of an Authoritarian Neoliberal State*. University of Illinois Press; Mihailović, Srećko [ur.] (2015). *Od novinara do nadničara. Prekarni rad i život*. Beograd: Dan graf - Fondacija za otvoreno društvo - Centar za razvoj sindikalizma.

⁸ Štavljanin, Dragan (2013). *Balkanizacija Interneta i "smrt" novinara - ka postinternetu i postnovinarstvu*. Beograd: Čigoja štampa.

⁹ < <http://www.journalism.org/2016/06/15/newspapers-fact-sheet/> >

¹⁰ Baker, C. Edwin (2006). *Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters* [1 ed.]. Cambridge University Press; Doyle, Gillian (2002). *Media Ownership: Concentration, Convergence and Public Policy* [1st ed.]. Sage Publications Ltd.; Doyle, Gillian (2002). *Media ownership: the economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media* [1st ed.]. SAGE.

¹¹ Egglestone, Paul (2012). „The development of effective quality measures relevant to the future practice of BBC news journalism online“. *Journalism* (October) vol. 13 no. 7. pp. 923-941; Akin, Altug (2016). „Conditions of sense making and news making in Turkey after the failed coup attempt: Sisyphus labor on two fronts“. *Journalism* (November), pp. 1-15.

¹² Reljić, Slobodan (2013). *Kriza medija i mediji krize*. Beograd: Službeni glasnik; Reljić, Slobodan (2011). *Odumiranje slobodnih medija*. Beograd: Službeni glasnik; *Medijski dijalozi - časopis za istraživanje medija i društva*, Godina VI, Broj 16, Podgorica, Maj 2013.

¹³ Kaže, Žilija (2016). *Spasavanje medija - kapitalizam, participativno finansiranje i demokratija*. Novi Sad: Akademska knjiga.

¹⁴ Car, Viktorija (2013). „Mediji i javni interes – kako opstati izvan tržišnih okvira“, u: *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene* 3. Novi Sad: Filozofski fakultet, 33-47.

¹⁵ Mekčejnski V. Robert (2015). *Digitalna isključenost - kako kapitalizam okreće internet protiv demokratije*. Beograd: Fakultet za medije i komunikacije - Univerzitet Singidunum, str. 235-248.

¹⁶ Keveždi, Miroslav (2017). "Online media and demands for innovation" [manuscript], in: Mickov, Biljana; Doyle, E. James (2017). *Culture, Innovation and the Economy*. Routledge.

konačnog odgovora jeste da li Internet „ubija“ ili pomaže informisanje? Za potrebe ove studije pitanje na koje ciljamo odgovor je još fokusiranije: pod kojim uslovima je *online* informisanje medija na jezicima nacionalnih manjina u Srbiji šansa i kako je iskoristiti?

Kako bismo postigli cilj definisaćemo osnovne pojmove, a zatim i teoretski okvir koji smatramo podesnim za ulazak u problematiku *online* informisanja. Imaćemo u vidu da, usled pristupa i svrhe, ovaj tekst mora biti značajno različit od uobičajenog akademskog pristupa, pošto se izneti stavovi moraju primeniti na rešavanje problema - tako da će izneti stavovi predstavljati podršku za niz preporuka kako bi se rešio problem.¹⁷ U tom smislu služićemo se izborom dostupnih podataka iz monografija, naučnih radova i medijskih napisa povezanih sa ovakvim, relativno novim vidom informisanja.¹⁸ Posebnu pažnju posvetićemo karakteristikama *online* medijima koji imaju programe na jezicima nacionalnih manjina u Srbiji, tako da damo njihov detaljan pregled.

¹⁷ Young, Eóin; Quinn, Lisa (2002). *Writing Effective Public Policy Papers - A Guide for Policy Advisers in Central and Eastern Europe*. Budapest: Open Society Institute, p. 19.

¹⁸ Literatura posvećena teoriji, istraživanjima i praksi *online* informisanja na engleskom jeziku sve je obimnija: Hall, Jim (2001). *Online Journalism - A Critical Primer*. Pluto Press; Pavlik V. John (2001). *Journalism and New Media*. Columbia University Press; Quinn, Stephen; Ward, Mike (2002). *Journalism Online*. Focal Press; Allan, Stuart (2006). *Online News Journalism and the Internet*. Open University; Lambie, Stephen (2007). *Online Newsgathering - Research and Reporting for Journalism*. Focal Press; Fenton, Natalie [ed.] (2009). *New Media, Old News - Journalism and Democracy in the Digital Age*. SAGE; Singer, B. Jane; Domingo, David; Heinonen, Ari; Hermida, Alfred; Paulussen, Steve; Quandt, Thorsten; Reich, Zvi; Vujnovic Marina (2011). *Participatory Journalism - Guarding Open Gates at Online News*. Wiley-Blackwell; Heinrich, Ansgard (2011). *Network Journalism - Journalistic Practice in Interactive Spheres*. Routledge; Siapera, Eugenia; Veglis, Andreas (2012). *The Handbook of Global Online Journalism*. Wiley-Blackwell; Reimold, Daniel (2013). *Journalism of Ideas - Brainstorming, Developing, and Selling Stories in the Digital Age*. Routledge; Anderson C. William (2013). *Rebuilding the News - Metropolitan Journalism in the Digital Age*. Temple University Press; Brock, George (2013). *Out of Print - Newspapers, Journalism and the Business of News in the Digital Age*. Kogan Page; Bunz, Mercedes (2014). *The Silent Revolution - How Digitalization Transforms Knowledge, Work, Journalism and Politics Without Making Too Much Noise*. Palgrave Macmillan UK; Batsell, Jake (2015). *Engaged Journalism - Connecting with Digitally Empowered News Audiences*. Columbia University Press; Gloviczki, Peter Joseph (2015). *Journalism and Memorialization in the Age of Social Media*. Palgrave Macmillan; Kleis Nielsen, Rasmus (2015). *Local Journalism - The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. I. B. Tauris; Na srpskom jeziku publikacije koje razmatraju ovu materiju takođe su sve prisutnije: Krejg, Ričard (2010). *On-lajn novinarstvo*. Beograd: Clio; Mitić, Aleksandar (2010). *Priručnik veb novinarstva - škola webnovinar*. Beograd: Udruženje novinara Srbije. <<http://www.webnovinar.org/wp-content/uploads/2013/11/%C5%A0kola-WebNovinar-%E2%80%93-Priru%C4%8Dnik-veb-novinarstva.pdf>>; U Hrvatskoj postoji više radova: Car, Viktorija; Matović, Marijana;

U posebnom delu pristupićemo definiciji i opisu problema na osnovu iznesenih pojmova i teorijskih stanovišta, nastojeći da obezbedimo "sveobuhvatnu i ubedljivu argumentaciju kojom se obrazlažu praktičnopolitičke preporuke iznete u predlogu, i na taj način ostvari uticaj na ciljnu publiku kao instrument za donošenje odluka i kao poziv na akciju".¹⁹ Teškoća koju ćemo nastojati da prevaziđemo jeste ta da su medijski sistemi izuzetno kompleksni - poznati kanadski teoretičar Maršal MekLuan (Marshall McLuhan) pisao je 1962. klasik *Gutenbergova galaksija*,²⁰ a četrdeset godina kasnije citirani španski sociolog Manuel Kastels (Manuel Castells) piše *Internet galaksiju*²¹ - uočljivo je da je uvek, iako se od štampe do interneta mediji menjaju, u pitanju neka "galaksija" - složeni i dinamični sistem intenzivne međuzavisnosti unutrašnjih elemenata, kao i velikog uticaja okolnih sistema. Ovo znači da je izuzetno kompleksnu situaciju teško svesti na jedan problem, i pre je potrebno razlučiti nivoe i dimenzije različitih problemskih odnosa, te uputiti na poželjnu konstelaciju unutar medijske "galaksije" i uslove da se do nje dođe. U tom pravcu pretposlednji deo studije biće orijentisan na ocenu ponuđenih alternativa, a nakon njega ponudićemo zaključke i preporuke.

1.2. Pojam medija

Promišljajući medije²² imamo na umu sledeće: "Medij (od latinskog *medius*, srednji, koji je između) je u svojem prvom značenju (u jednini) posrednik, onaj putem kojega se prenosi komunikacija".²³ U tom smislu najčešće su u pitanju materijalni ili fizički nosioci komunikacije kao

Turčilo, Lejla [ur.] (2016). *Mediji i javni interes*. Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. Zagreb: Hanns-Seidel-Stiftung; Car, Viktorija (2014). "Digital Activism. Digital Media and Civic Engagement in Croatia", *Southeastern Europe*, 38 (2-3): 213-231.

¹⁹ Young, Eóin; Quinn, Lisa (2002). *Writing Effective Public Policy Papers - A Guide for Policy Advisers in Central and Eastern Europe*. Budapest: Open Society Institute, p. 18.

²⁰ McLuhan, Marshall (1962). *The Gutenberg Galaxy - The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press.

²¹ Castells, Manuel (2001). *The Internet Galaxy - Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford University Press.

²² Više o genezi pojma medija vidi u: Guillory, John (2010). "Genesis of the Media Concept", *Critical Inquiry*, Vol. 36, No. 2 (Winter), pp. 321-362.

²³ Peruško, Zrinjka (2011). "Što su mediji?" u: Peruško, Zrinjka [ur.]. *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i turk - Hrvatsko sociološko društvo. Str. 17.

što su to papir, zvučni talasi, radio-talasi ili nosači zvuka poput vinila ili kompakt-diska. Navedeni mediji odgovaraju medijima u tehničkom smislu, a Rade Veljanovski osim njih prepoznaje i medije u programskom smislu.²⁴ On preuzima određenje medija od Rolenda Lorimera (Rowland Lorimer)²⁵ koje više odgovara programskom shvatanju medija, a po kojem masovni mediji:

1. jesu razlučiv skup aktivnosti (stvaranje medijskog sadržaja);
2. uključuju posebne tehnološke konfiguracije (radio, televizija, videotekst, novine, knjige);
3. vezani su za formalno konstituisane institucije ili medijske kanale (sistemi, stanice, publikacije);
4. operišu u skladu s određenim zakonima, pravilima i shvatanjima (profesionalni kodeksi i praksa, publika, društvena očekivanja i navike);
5. produkt su lica koja zauzimaju izvesne uloge (vlasnici, regulatori, producenti, distributeri, oglašivači, članovi publike);
6. prenose informacije, zabavu, slike, i simbole do masovne publike.²⁶

²⁴ "U tehničkom smislu pod medijem se uglavnom podrazumevaju fizičke stvari kao što su nosači tona ili slike: gramafonske ploče, magnetofonske, filmske i magnetoskopske trake, audio i video kasete, kompakt diskovi, memorijske kartice i fleš memorije za snimanje tona i zapisa. Programski karakter medija je značajniji i u tom smislu je uobičajeno da se govori o klasičnim medijima; štampi, radiju i televiziji i uz njih, novinskim agencijama, a u najnovije vreme i novim medijima: blogovima sajtovima, on-line izdanjima koji distribuiraju sadržaj putem raznih platformi, uglavnom interneta, mobilne telefonije i na druge načine", u: Veljanovski, Rade (2012). *Medijski sistem Srbije*. Beograd: FPN - Čigoja, str. 11.

²⁵ Veljanovski, Rade (2012). *Medijski sistem Srbije*. Beograd: FPN - Čigoja, str. 11.

²⁶ Ovom određenju moglo bi se dodati nekoliko elemenata: osim stvaranja medijskog sadržaja značajan aspekt predstavlja i samo prenošenje sadržaja (primer radijskih stanica koje nemaju svoju produkciju već puštaju muzičke numere; na sličan način tu su internet agregatori koji samo prikupljaju sadržaje sa drugih stranica koje ih produkuju; RSS feed); danas bismo spisku tehnoloških konfiguracija morali dodati internet, kablovsko-distributivnu mrežu, različite generacije mobilne telefonije; moguće je sporiti se oko toga da li kreatori/prenosnici sadržaja koji nisu formalno konstituisani imaju status medija ili ne; klasična podela uloga na novinare, urednike, publiku i druge je danas pod pritiskom redefinicije i polako publika postaje

Zrinjka Peruško navodi da medije možemo razlikovati na sledeći način: "prema vrsti ili sektoru (knjiga, tisak (novine, časopisi), film, televizija, radio, nosači zvuka i slike (video, CD, DVD)), prema geografskoj razini i dosegu (lokalni, nacionalni, međunarodni), prema obliku vlasništva ili upravljačke kontrole (privatni, javni, državni, *community*, tj. asocijativni ili mediji trećeg sektora) i prema bliskosti matici javnog i političkog mišljenja (matični (*mainstream*) i alternativni mediji). U radiodifuziji razlikujemo javne i komercijalne radije i televizije, što je funkcija vlasništva/kontrole, ali i tipa programa, tj. različitog cilja (javna usluga nasuprot profitu). U višekanalnom televizijskom okruženju uz satelitsku televiziju sve važnije mesto ima i kabela ili internetska televizija pa se pitamo jesu li to samo različite platforme za dostavu televizijskog medija ili je riječ o novim medijima?".²⁷

Nenad Prelog ukazuje na to da se pojam 'novi mediji' menjao sa svakom novom "tehnologijom prikaza, pohrane ili prijenosa informacija. Fotografski aparat i gramafon bili su novi mediji u 19. stoljeću, radio i televizija u dvadesetom".²⁸ Današnji novi mediji se, po Prelogu, temelje "na audiovizualnim iskustvima radija i televizije, privlačnosti rješenja potrošačke elektronike, odnosno industrije zabave, povećanju brzine prijenosa koju omogućavaju suvremeni telekomunikacijski sustavi te petostoljetnom iskustvu tiska i nakladništva, a mogući su samo ako koriste neki od najrazličitijih oblika računala".²⁹

1.3. Pojam *online* medija

Iako je kompjuterski posredovana komunikacija fenomen star već više od pola veka, a informisanje putem interneta fenomen star već nekoliko decenija,³⁰ ti fenomeni su, usled

proizvođač sadržaja, pa i njegov distributer preko naloga na društvenim mrežama ili direktnim publikovanjem na stranicama otvorenim za građansko novinarstvo.

²⁷ Peruško, Zrinjka (2011). "Što su mediji?" u: Peruško, Zrinjka [ur.]. *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i turk - Hrvatsko sociološko društvo. Str. 16-17.

²⁸ Prelog, Nenad (2011). "Novi mediji i novinstvo na internetu" u: Peruško, Zrinjka [ur.]. *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i turk - Hrvatsko sociološko društvo. Str. 203.

²⁹ *Ibid.* Str. 204.

³⁰ Više o genezi internet komunikacija vidi: Keveždi, Miroslav (2013). "Specifičnosti sajber prostora s obzirom na ideološko-politički ekstremizam", u: Jelinčić, Jadranka; Ilić, Snežana (ur.). *Politički ekstremizam u sajber prostoru Srbije*. Zrenjanin: Centar za razvoj civilnog društva, str. 33-50.

tehničkog razvoja platformi na kojima se *online* mediji i medijski proizvodi pojavljuju, istovremeno i sasvim nova pojava.³¹ Na osnovu iznesenog vidimo da je pojam novih medija izuzetno širok, a izgleda da je dovoljno da se pojavi inovacija u nekom od elemenata koji ulaze u definiciju medija pa da on dobije prefiks "novi". Očito je da dolazi i do takozvane "proliferacije pojma"³² jer mnoga imena upućuju na iste stvari.³³ Istovremeno, potrebno je biti oprezan jer između navedenih pojmova ipak postoje i razlike. Smatramo da je svakako potrebno razlikovati *online*³⁴ i *offline*³⁵ medije. Iako ova dva pojma svoje značenje vuku prvo iz konteksta priključenosti na strujnu mrežu, a zatim na telefonsku liniju, mi danas pod pojmom *online* smatramo priključenost na Internet. Internet je, već smo na to ukazali, moguće shvatiti dvostruko: kao artefakt, i kao kulturu (društveni prostor).³⁶ Četiri svojstva koja su viđena kao ključna za *online* društveni prostor su: virtuelnost,

³¹ Hulin, Adeline; Stone, Mike (2013). *Vodič za samoregulaciju online medija*. Beč: Ured predstavnice OSCE-a za slobodu medija.

³² Podsakoff, M. Philip; MacKenzie, B. Scott; Podsakoff P. Nathan (2016). "Recommendations for Creating Better Concept Definitions in the Organizational, Behavioral, and Social Sciences", *Organizational Research Methods*, (April); vol. 19, 2: p. 8.

³³ Prateća terminologija nije sasvim usklađena, pa je mnogima još uvek i nepoznata. Pojmovi koji su u upotrebi su sledeći: *online* mediji, *web* mediji, digitalni mediji, novi mediji, interaktivni mediji, nelinearni mediji, socijalni mediji, itd. Isto tako, još češće se ogovori o novim vrstama novinarstva: internet novinarstvo, *web* novinarstvo, građansko novinarstvo, alternativno novinarstvo, aktivističko novinarstvo, lokalni žurnalizam, *community journalism*, *grassroots journalism*, *online journalism*...

³⁴ Pojam 'online computer system' odnosi se po Federalnom standardu US (Federal Standard 1037C) na "kompjuterski sistem koji je deo, ili je postavljen unutar većeg entiteta, kao što je komunikacioni sistem, i koji je u interakciji u realnom ili blizu realnog vremena sa entitetom i njegovim korisnicima". <https://www.its.bldrdoc.gov/fs-1037/dir-025/_3674.htm>

³⁵ Federalni standard US (Federal Standard 1037C) definisao je pojam 'off-line' kao onaj koji se odnosi "na rad funkcionalne jedinice kada nisu pod direktnom kontrolom sistema sa kojim su povezani" uz napomene da off-line jedinice jesu one koje: 1. nisu dostupne za neposredno korišćenje na zahtev sistema; 2. mogu nezavisno da operišu; 3. isključene iz sistema, nisu u funkciji, i uobičajeno im je isključen glavni izvor energije. Isti standard pojam 'off line' prepoznaje bliže kompjuterskoj tehnologiji tako da mu pored već iznesenog značenja dodaje: "u kompjuterskoj tehnologiji, status uređaja koji je isključen iz usluge". <https://www.its.bldrdoc.gov/fs-1037/dir-025/_3651.htm>

³⁶ Hine, M. Christine (2000). *Virtual Ethnography* [1 ed.]. Sage Publications Ltd. pp. 14-38.

prostornost, razgrađivanje i rastelovljenje.³⁷ Ove osobine prepoznamo kao opoziciju karakteristikama *offline* društvenog prostora: realnom, fizičkom, čvrsto strukturiranom i geografski lociranom, tj. utelovljenom (mediju). Medij koji je *online* prezentovan je putem softverskih rešenja, ima ograničenja fizičkog sveta samo u smislu artefakta svoje tehničke infrastrukture, ali zato kao društveni prostor u ovom trenutku ima potencijal bezgraničnosti. Takav medij ne mora geografski da koincidira sa svojim sadržajem, što mu daje globalni potencijal. Njegova struktura nije strogo određena kao kod tradicionalnih medija, već rubrike i tekstovi bivaju "razgrađeni", pokretljivi i ponuđeni kao izmenljivi multimedijalni skup elemenata.

1.4. Novi mediji i društvena promena

Pojava novih tehnologija i medija imala je često značajnog uticaja na menjanje načina komunikacije i to tako da se ta promena može prepoznati kao revolucionarna.³⁸ U tom smislu obično se smatra da možemo razlikovati tri tipa tehnoloških promena - tranzicione, transformativne i razarajuće: "Tranzicijske tehnologije mijenjaju način na koji se sadržaji obrađuju, prenose ili koriste, a to se u pravilu zbiva uz znanje i punu pomoć medijske industrije. O tome govore primjeri razvoja televizije visoke definicije (HDTV) ili "tisak na zahtjev" (*print on demand*) gdje je interes pronađen u mogućnosti prodaje novih uređaja ili nositelja informacija. Transformativne tehnologije mijenjaju istovremeno i način distribucije, a utječu i na strukturu sadržaja. U ovom slučaju medijska industrija prati razvoj, nastoji "ostati u toku" te priprema reakcije na nove modele za koje nisu uvijek posve sigurni hoće li i kako opravdati očekivanja. Tu se može ubrojiti povećanje kapaciteta prijenosa informacija (ASDL, i sl.), ali i razvoj multimedija i niza mobilnih uređaja. Konačno razarajuće tehnologije mijenjaju temeljni poslovni model medija i nailaze na snažan otpor medijske industrije jer su protivne njihovim temeljnim interesima. Jedan od prvih primjera bila je pojava Napstera, servisa za razmjenu glazbe direktno između sudionika

³⁷ Više o razlici između *on-line* i *off-line* pogledati u: Slater, Don (2002). "Social Relationships and Identity On-line and Off-line". In: Leah, A. Lievrouw; Livingstone, Sonia. *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. Sage Publications Inc. pp. 533–543.

³⁸ Prelog navodi Kerija (Carey) koji je studirao uticaj pojave telegrafa na komunikaciju. Pre pojave telegrafa komunikacija je bila okrenuta osobama koje poznajemo i vršila se putem razgovora ili pisama. Nakon pojave telegrafa uočljiva je depersonalizacija, jer više ne znamo ko je na drugom kraju žice. To je imalo posledice i na stil pisanja i novinarstvo uopšte. Uporedi: Prelog, Nenad (2011). "Novi mediji i novinstvo na internetu" u: Peruško, Zrinjka [ur.]. *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i turk - Hrvatsko sociološko društvo. Str. 204.

mreže (P2P), koji je nakon nekoliko desetaka milijuna besplatnih kopiranja pjesama prestao funkcionirati zbog velikog broja sudskih procesa koje je protiv njega pokrenula glazbena industrija. Slična je bila sudbina i drugih relativno poznatih pokušaja, no to nije sasvim spriječilo kršenje autorskog prava jer su se gotovo svakodnevno javljale nove stranice koje su nudile istu uslugu".³⁹ Ovome možemo dodati da je istorija novijih medija po rečima Karolin Marvin (Carolyn Marvin) "manje evolucija tehničke efikasnosti u komunikaciji nego što je serija arena za pregovaranje tema krucijelnih za vođenje društvenog života; između ostalog, ko je unutra a ko napolje, ko može da govori, ko ne, i ko ima autoritet i kome se može verovati".⁴⁰

1.5. Teorije medijskih sistema

Zajedno sa unošenjem društvene i političke dimenzije u sagledavanje medija potrebno je imati na umu da su masovni mediji institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu da učestvuju svi pripadnici društva.⁴¹ U skladu s tim "Medijske institucije čine medijski sustav koji se razvija pod utjecajem specifičnih političkih okolnosti u svakoj zemlji (političke strukture i kulture) i temeljem normativnih očekivanja ugrađenih u zakonodavni okvir kojim je reguliran medijski sustav (na primjer, različita očekivanja od sadržaja emitiranog programa za javne i komercijalne televizije te za tisak). Medijski sustav je skup svih masovnih medija u određenoj državi ili na nekom teritoriju. Medijski sustav prvenstveno je nacionalan, tj. definiran i ograničen političkim granicama države u kojoj se razvija".⁴²

1.5.1. Elementi medijskog sistema

Autori poput Miroljuba Radojkovića i Branimira Stojkovića ne prihvataju bavljenje medijskim sistemom i sistemom masovnih komunikacija jer "oni se, naime, ograničavaju samo na onaj deo informaciono-komunikacionog sistema koji čine institucije za masovno komuniciranje

³⁹ Prelog, Nenad (2011). "Novi mediji i novinstvo na internetu" u: Peruško, Zrinjka [ur.]. *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i turk - Hrvatsko sociološko društvo. Str. 204-205.

⁴⁰ Chadwick, Andrew (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power* [1 ed.]. Oxford University Press, p. 23.

⁴¹ Peruško, Zrinjka (2011). "Što su mediji?" u: Peruško, Zrinjka [ur.]. *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i turk - Hrvatsko sociološko društvo, str. 17.

⁴² *Ibid.*

(sistem masovnih komunikacija), odnosno komunikacioni kanali (masovni mediji), a zanemaruju na jednoj strani, agense (tvorce) informacija i faktore koji utiču na ishod u njihovoj difuziji kao što su velike društvene grupe, institucije i organizacije (političke partije, crkve, profesionalne grupe itd). S druge strane ova dva koncepta podjednako zapostavljaju korisnike informacija, bilo da su oni označeni kao masa, publika ili javnost, a bez njih bi sistem društvenog komuniciranja ostao bez jedne od svoje dve bitne dimenzije".⁴³

Smatramo važnim uočavanje svih elemenata koji mogu da utiču na *online* informisanje, i iz tog razloga nam je blisko upućivanje na elemente na koje ukazuju Radojković i Stojković. Ipak, smatramo da se njihovo poimanje informaciono-komunikacionog sistema⁴⁴ zapravo približava pojmu medijskog sistema kad ga shvatimo u širem smislu (kako je prezentovan unutar teorija medijskih sistema), tj. kad u njega uključimo donosioce odluka, agense i publiku. Pojmu medijskog sistema u širem smislu odgovara definicija Mirka Miletića: "Medijski sistem je normativno određeni, dinamički i međuzavisni splet različitih društvenih subjekata (institucija, organizacija, asocijacija), medijskih organizacija sa delovima (mas)medija u sebi - tzv. medijski kompleks, i recipijenata medijskih sadržaja, čije je interakcijsko ishodište javno komuniciranje, u savremenosti najvećim delom artikulirano u formi masovnog komuniciranja".⁴⁵

Na šire shvatanje medijskih sistema upućuje i Rade Veljanovski koji uviđa da mediji postoje kao specifična vrsta radnih kolektiva, preduzeća, ustanova, sa svojom unutrašnjom organizacijom, načinom rada, kadrovima, finansijama i tehničkim sredstvima - oni, kao komunikacioni akteri i kanali, pripremaju i distribuiraju različite sadržaje iz oblasti politike, privrede, obrazovanja, kulture, sporta, zabave i po svojoj nameni i načinu distribucije imaju karakteristike masovnih medija. Mediji, dakle, posreduju između događaja i pojava (s jedne strane), i publike, auditorijuma,

⁴³ Radojković, Miroljub; Stojković, Branimir (2009). *Informaciono komunikacioni sistemi*. Beograd: Clio, str. 22.

⁴⁴ Eksplicitna definicija informaciono-komunikacionog sistema je sledeća: "To je skup posebnih institucija, kanala i aktivnosti pomoću kojih grupe specijalista, na društvenim normama utemeljen način, informišu javnost o delovanju pojedinaca, grupa, institucija i organizacija. Njegova svrha je omogućavanje masovnog pristupa informacijama i transparentnost vlasti i drugih organizacija u društvu", u: Radojković, Miroljub; Stojković, Branimir (2009). *Informaciono komunikacioni sistemi*. Beograd: Clio, str. 23.

⁴⁵ Miletić, Mirko (2014). *Struktura i dinamika medijskog sistema Srbije*. Beograd: Jasen, str. 8.

građana, koji nisu mogli da budu svedoci tih događaja i pojava (s druge strane). Njihove uloge su da informišu, obrazuju i zabave⁴⁶ "uz četvrtu najnoviju funkciju: oglašavanje, odnosno reklamiranje".⁴⁷ Mediji su neminovno u stalnoj dinamici i u permanentnoj korelaciji, kako među sobom, tako i sa celokupnim društvenim okruženjem, što ih približava pojmu sistema. Otuda pod medijskim sistemom Veljanovski vidi "skup organizovanih oblika masovnog komuniciranja, institucija i delatnosti, kojima se obezbeđuje slobodan protok informacija i zadovoljavaju komunikacione potrebe građana".⁴⁸

Imajući u vidu činjenicu da u konstituisanju medijskog sistema, njegovom uobličavanju i razvoju učestvuju i drugi faktori, širi okvir definicije neminovno, samim medijima i medijskoj delatnosti, dodaje i mnoge druge elemente. Tako se pod elementima medijskog sistema, u širem smislu mogu podrazumevati:

1. mediji i njihova delatnost;
2. nezavisne medijske produkcije (koje ne distribuiraju sadržaje samostalno)
3. privredni subjekti i organizacije koji su tehnička podrška promociji medijskih sadržaja:
 - a. štamparije
 - b. distributivni servisi
 - c. radio i TV studiji/ produkcijski kapaciteti
 - d. sistemi prenosa (predajnici/repetitori)
 - e. kablovski i satelitski distributivni sistemi
 - f. proizvođači nosača zvuka, odnosno tonskih i video proizvoda;

⁴⁶ Ova tri principa su klasični "rejtijanski" principi, izneti od strane Džona Rejta (John Reith), generalnog menadžera BBC-ja još 1922. godine, na početku rada ove svetski poznate kuće. Vidi: Sterling, H. Christopher (2009). *Encyclopedia of Journalism*. Sage Publications, Inc. p. 181.

⁴⁷ Veljanovski, Rade (2012). *Medijski sistem Srbije*. Beograd: FPN - Čigoja, str. 12.

⁴⁸ *Ibid.*, str. 12-13.

4. izvori informacija
5. državni organi i institucije koji imaju ingerencije u odnosu na medije i medijski sistem;
6. regulatorna i samoregulatorna tela;
7. organizacije i udruženja:
 - a. novinara
 - b. medija
 - c. medijskih vlasnika
8. oglašivači
9. publika;
10. organizacije koje se bave medijskim istraživanjima
11. medijska pravila:
 - a. regulacija (zakoni, uredbe, propisi)
 - b. samoregulacija (etički kodeksi, profesionalna pravila).⁴⁹

Veljanovski ukazuje da su nabrojani elementi oni koji se odnose na datu državu. Slično kao i Peruško, Veljanovski iskazuje sledeće: "To znači da je reč o medijskom sistemu koji je uokviren određenom državnim teritorijom i funkcioniše u određenom društveno-istorijskom kontekstu. Taj kontekst definisan je ustavnopravnim, odnosno političkim sistemom, stanovništvom, dostignutim nivoom ukupnog razvoja, kulturnim nasleđem, tradicijom, etničkim, jezičkim i ostalim karakteristikama".⁵⁰ Uviđamo da navedeni definiensi medijskog sistema proširuju područje analize do "galaktičkih" razmera. Mi za potrebe ove studije možemo prepoznati da je u pitanju

⁴⁹ *Ibid.*, str. 14.

⁵⁰ *Ibid.*, str. 14-15.

"kompleksni lavirint aktera, regulatornih instrumenata i interesa".⁵¹ Definisanje problema u medijskom svetu otuda neminovno uključuje, mada u ograničenom obimu, razmatranje njihovih odnosa. Ovi odnosi se mogu donekle pojednostavljeno opisati i klasifikovati putem teorija medijskih sistema.

1.5.2. "Četiri teorije"

Kad su u pitanju medijski sistem i "normativna očekivanja", tj. očekivanja kakvi mediji treba da budu, smatramo važnim upućivanje na klasično delo Siberta, Petersona i Šrama (Siebert, S. Fred; Peterson, Theodore; Schramm, Wilbur) *Four Theories of the Press*⁵² iz 1956. godine, koje ukazuje na sovjetsku, autoritarnu, libertarijansku i teoriju socijalne odgovornosti kao opise političkih sistema⁵³ u kojim mediji operišu u različitim državama.⁵⁴

1.5.2.1. „Sovjetska teorija“

Po "sovjetskoj teoriji", tj. u "sovjetskom režimu", država je vlasnik i rukovodilac medija; svi zaposleni u medijima su državni službenici od kojih se očekuje da služe interesima vlasti. Vrhovni medijski egzekutivci su istovremeno vođe (komunističke) partije. Kontrola vlasti dolazi pre nego što medij objavljuje ili emituje. Mnoge države Istočnog bloka, koje su nekad funkcionisale pod sovjetskim uticajem bazirale su svoje medijske sisteme na komunističkom modelu. Drži se da su krajem XX veka ovi medijski sistemi ušli u tranziciju prema drugim modelima.

1.5.2.2. „Autoritarna teorija“

Po autoritarnoj teoriji drži se da mediji mogu biti u javnom ili privatnom vlasništvu. Ovaj koncept razvijan je u Evropi posle Gutenberga. Tadašnja aristokratija koja je vladala državama želela je kontrolu nad medijima i zato je vršila praksu licenciranja, tj. patentiranja, po kojoj je svako

⁵¹ Donders, Karen; Pauwels, Caroline; Loisen, Jan [eds.] (2014). *The Palgrave Handbook of European Media Policy*. Palgrave Macmillan UK, p. 1.

⁵² Siebert, S. Fred; Peterson, Theodore; Schramm, Wilbur (1984). *Four Theories of the Press*. Urbana and Chicago: University of Illinois.

⁵³ Žan Klod Bertran ove sisteme naziva "režimima". Vidi: Bertrand, Claude-Jean (2000). *Media ethics & accountability systems*. Transaction Publishers, pp. 12-14.

⁵⁴ Biagi, Shirley (1999). *Media/Impact: An Introduction to Mass Media*, 4th ed. Belmont, CA: Wadsworth, pp. 365-367.

ko je publikovao nešto protiv vlasti mogao da izgubi licencu (ovu praksu pokušala je da uspostavi britanska kruna u Sjedinjenim Državama, ali bezuspešno - zato što mnoštvo ljudi koji su bili vlasnici štamparija nisu ni tražili licence). Drugi način za kontrolu štampe bio je naknadna cenzura materijala koji je objavljen tako što je štampar koji je suprotstavljen vlastima mogao biti teško oglobljen ili čak poslat na gubilište. Drži se da mnogi sistemi i danas održavaju ove rigidne metode kontrole medija, prvenstveno u monarhijama, ali se isto tako ukazuje i da "Medijski sistemi koji služe na zadovoljstvo vlasti i uz vladino dopuštenje jesu slični".⁵⁵

Sibert, Peterson i Šram su ukazivali da je ovaj model najrašireniji i da je "to teorija koja je bila skoro automatski usvajana od većine država kad društvo i tehnologija postanu dovoljno razvijeni da proizvode ono što danas zovemo "masovni mediji" ili komunikacija".⁵⁶ Oni navode četiri kategorije autoritarnih režima: 1. režimi u kojima je kontrola medija potpuna;⁵⁷ 2. režimi u kojima je politička kritika formalno moguća, ali gde funkcioniše cenzura, 3. režimi gde medijski zakoni ili druga diskriminatorna legislativa izlažu urednike hapšenjima i progonima; 4. režimi u kojima neslužbenim metodama biva obeshrabrena medijska opozicija.⁵⁸

1.5.2.3. „Libertarijanska teorija“

Po libertarijanskoj teoriji ukoliko se ljudima daju sve informacije o nekoj temi oni će po svojoj racionalnoj prirodi biti sposobni da odrede šta je istina a šta pogrešno i činiće dobre izbore (ideja pisaca ustava SAD i drugih demokratskih vlada). Glavni cilj medija je da postignu istinu i da mediji ne podlegnu vanjskim pritiscima koji dolaze od aktera kao što su oglašivači ili korporativni vlasnici. Podrazumeva se da će ljudi različitih pogleda na stvari biti saslušani i da će medij prezentovati sve tačke gledišta, što se uobičajeno naziva slobodnim tržištem ideja.

Kao i u drugim režimima - za određivanje karaktera sistema presudan je odnos prema prirodi čoveka, prirodi društva i čovekovo vezi s društvom. U libertarijanskom režimu čovek

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ Siebert, S. Fred; Peterson, Theodore; Schramm, Wilbur (1984). *Four Theories of the Press*. Urbana and Chicago: University of Illinois. p. 9.

⁵⁷ Polovinom XX veka Jugoslavija je od strane Siberta i drugih uvrštavana u ovu grupu.

⁵⁸ Siebert, S. Fred; Peterson, Theodore; Schramm, Wilbur. *Ibid.* p. 31.

predstavlja krajnju svrhu. Sreća i dobrostanje pojedinca su cilj društva, a čovek je misleći organizam sposoban da organizuje svet oko sebe i donosi odluke koje će unaprediti njegove interese. Ispunjenje pojedinca je ultimativni cilj - čoveka, društva i države.⁵⁹ Pozicija države je posmatrana na sledeći način: "Filozofi liberalizma nedvosmisleno odbijaju da je država najviši izraz ljudskog postignuća, iako sa oklevanjem priznaju da je država koristan i ponekad neophodan instrument. Država postoji kao način pružanja pojedincu miljea u kojem on može realizovati svoje sopstvene potencijale".⁶⁰

Liberalna doktrina slobode govora počiva na određenim pretpostavkama: "Jedna od njih je da čovek želi da sazna istinu i da će imati sklonost da bude vođen njome. Sledeća je da sam način postizanja istine na kraju krajeva jeste slobodno takmičenje mišljenja na otvorenom tržištu. Sledeća je ta da, s obzirom na to da će se ljudi neizostavno razlikovati u svojim mišljenjima, svakom čoveku mora biti dozvoljeno da teži, čak gorljivo, svojem mišljenju, pružajući priznanje drugima istog prava. I konačna pretpostavka jeste da će se iz obostrane tolerancije i poređenja različitih mišljenja ono koje izgleda racionalnije istaći i biti opšte prihvaćeno".⁶¹

Kad je u pitanju vlasništvo "Libertarijanci se suprotstavljaju monopolu vlasti nad kanalima komunikacije. Oni drže da svako, bio građanin ili stranac, koji ima sklonost treba da ima neograničenu mogućnost da poseduje i operiše sredstvom masovne komunikacije. Polje je otvoreno za sve. Isto tako je pretpostavljano da će masovni mediji operisati u kapitalističkom društvu u kojem je privatno preduzetništvo vodeći princip. Ovo znači da će instrumenti komunikacije biti privatno posedovani i da će se takmičiti na tržištu".⁶² Smatramo važnim da, kad je u pitanju razmatranje drugih strana ovog režima, treba ukazati da Sibert, Peterson i Šram navode Viljema Pitera Hamiltona (William Peter Hamilton), urednika *Wall Street Journal*-a s početka XX veka, kojem pripisuju sledeću izjavu: „Novina je privatno preduzeće koje apsolutno ništa nije dužno publici, i publika ne daje nikakva posebna ovlašćenja novinama. Novine, odatle, nisu

⁵⁹ *Ibid.* p. 40.

⁶⁰ *Ibid.* p. 40.

⁶¹ *Ibid.* p. 44.

⁶² *Ibid.* p. 52.

obavezane nikakvim javnim interesom. One se pojavljuju kao vlasništvo vlasnika, koji prodaje proizvedenu robu na svoj sopstveni rizik...“.⁶³ S tim u vezi, zanimljiv momenat jeste ukazivanje na shvatanje slobode štampe razvijeno u SAD, gde pisci Ustava „nisu imali nameru da obavežu izdavače određenim obavezama u zamenu za njihovu slobodu“. U tom smislu je Čarls Bird (Charles Beard) rekao da sloboda štampe znači „Pravo da se bude pravedan ili nepravedan, partijski ili nepartijski, istinit ili lažan, u kolumnama vesti ili kolumni urednika“, a govorenje istine ima malo ili nimalo veze s tim.⁶⁴

1.5.2.4. „Teorija socijalne odgovornosti“

Kao određena vrsta korekcije libertarijanskog modela pojavljuje se teorija socijalne odgovornosti. Ona prihvata koncept libertarijanskih medija, ali ipak propisuje šta mediji treba da rade - na koncept slobode dodaje koncept odgovornosti.⁶⁵ Oni koji veruju u društvenu odgovornost veruju da će medijski poslenici dobro raditi svoj posao jedino ako povremeno budu podsećani na svoje dužnosti: „U obimu u kojem štampa prepoznaje svoje odgovornosti i čini ih osnovom svoje radne politike, libertarijanski sistem zadovoljavaće potrebe društva. U obimu u kojem štampa ne preuzima svoje odgovornosti, neki drugi akteri moraju se starati da suštinske funkcije masovnih komunikacija budu izvedene“.⁶⁶

Kritike su štampi/medijima upućivane odavno, a Sibert, Peterson i Šram iznose sledeće:⁶⁷

1. Štampa koristi svoju ogromnu moć za sopstveni interes. Ljudi koji poseduju štampu, obdržavaju svoje sopstvene poglede, posebno u stvarima politike i ekonomije, na štetu oponenta.

⁶³ Сиберт, Фред; Шрамм, Уилбур; Питерсон, Теодор (1998). *Четыре теории прессы*. Москва: Национальный институт прессы - Издательство 'Вагриус', с. 112.

⁶⁴ Сиберт, Фред; Шрамм, Уилбур; Питерсон, Теодор. *Ibid.* с. 112.

⁶⁵ *Ibid.* с. 117.

⁶⁶ *Ibid.* с. 113.

⁶⁷ *Ibid.* с. 119-120.

2. Štampa puzi pred krupnim biznisom i ponekad dozvoljava oglašivačima da kontrolišu uređivaču politiku i sadržaj redakcijskih komentara.
3. Štampa se odupire društvenim promenama.
4. U svetlu tekućih događaja štampa čest daje veću pažnju ne suštinskim, već površnim, senzacionalističkim i zabavnim materijalima.
5. Štampa je pretnja javnom moralu.
6. Štampa narušava ljudsku privatnost bez dovoljnih osnova.
7. Štampu kontrolišu ista društveno-ekonomska grupa, ograničena na „biznis klasu“, i teško je novim ljudima da se probiju u tu sferu, a to posledično preči slobodnoj i otvorenoj razmeni ideja.

Osim navedenih, kritike su upućivane i velikim medijskim mrežama koje zbog svoje veličine nisu služile lokalnim zajednicama, niti su davale prostor lokalnim talentima, izbegavale su lokalne probleme i na druge načine nisu zadovoljavale potrebe lokala. Drugi kritičari su ukazivali da radio i televizija vrše javne izbore u skladu sa konzervativnim gledaocima/slušaočima, „izbegavajući stvarnu i punokrvnu diskusiju“.⁶⁸

Funkcija štampe pod teorijom društvene odgovornosti je u osnovi ista kao ona pod libertarijanskom, tj. prepoznaje se šest zadataka štampe: „1. servisiranje političkog sistema pružanjem informacija, diskusija, i debata o javnim poslovima; 2. prosvećivanje publike tako da postane sposobna za samo-upravljanje; 3. očuvanje prava individue služeći kao pas čuvar (*watchdog*) naspram vlasti; 4. servisiranje ekonomskog sistema, primarno spajanjem kupaca i prodavaca dobara i servisi putem oglašavanja; 5. pružanje zabave; 6. održavanje sopstvene finansijske samoodrživosti tako da se bude slobodan od pritisaka posebnih interesa“.⁶⁹

⁶⁸ *Ibid.* c. 123.

⁶⁹ *Ibid.* c. 113-114.

Principi štampe⁷⁰, tj. medija u modernom društvu, kako ih navode Sibert, Peterson i Šram su sledeći:

1. istinit, sveobuhvatan i promišljen izveštaj o događajima tokom dana, s obzirom na kontekst koji ih čini smislenim
2. servis u vidu foruma za razmenu mišljenja i komentara
3. predstavljanje slike grupa koje čine društvo
4. predstavljanje i objašnjavanje ciljeva društva i njegovih vrednosti
5. pun pristup informacijama primljenim za dan

Odgovornost štampe/medija narasta zajedno sa povećanjem monopolističkog položaja na tržištu.⁷¹ To znači da se (iz ekonomskih razloga) preporučuje "časno predstavljanje mišljenja protivstavljenih strana o stvarima koje materijalno utiču na život ili blagostanje značajnog dela javnosti".⁷² Teorija društvene odgovornosti takođe je iz političkih razloga bila prepoznata kao brana protiv totalitarizma, jer je potencijalna opasnost po slobodu ležala u shvatanju da vlast može rešiti sve probleme koji narastaju iz kompleksnosti modernog društva i iz koncentracije moći. U tom smislu, teorija socijalne odgovornosti ukazuje i pokušava da odgovori na skepsu spram uloge medija u promociji demokratskog procesa ili prosvetljavanja publike (ova manje ili više blaga skepsa nastaje iz pesimističkog shvaćanja čoveka, za razliku od liberalnog antropološkog

⁷⁰ *Ibid.* c. 139.

⁷¹ Sibert, Peterson i Šram tu navode stav Edvarda Lindsija: „Monopolistička tendencija, vidljiva u novinama kako u redakcijskom komentaru, tako i u oglasima, nalaže izdavaču dodatnu odgovornost. "Oni imaju odgovornost prema manjini za objavljivanje punih i objektivnih izveštaja o novostima" - pisao je on u jednom od svojih glasila. "Kod njih postoji odgovornost prema poslovnim krugovima. Izdavači glasila ne mogu sebi dozvoliti luksuz da odbiju da se bave temom koja im se ne sviđa, ili koristiti kontrolu nad sredstvima komunikacije kako bi kaznili one koji uživaju usluge konkurenata“, Vidi: Сиберт, Фред; Шрамм, Уилбур; Питерсон, Теодор. *Ibid.* c. 137.

⁷² *Ibid.* c. 137.

optimizma). Otuda, na primer, ta teorija „Priznaje ulogu štampe da pruža zabavu, ali s uslovom, da to bude "dobra zabava"“.

Teoriji socijalne odgovornosti odgovaraju mediji javnog servisa, kao i oni u kojima postoje sistemi samoregulacije (SAD i Velika Britanija su razvile različite komisije za samoregulaciju još početkom XX veka – pogotovo kad je u pitanju film, radio i televizija). Teorija priznaje neophodnost da institucija štampe bude finansijski nezavisna, ali zahteva da, ako je potrebno, određeni mediji budu slobodni od obaveze da stvaraju profit na osnovu sadržaja.⁷³

1.5.2.5. Kritike „Četiri teorije“

Kritičari⁷⁴ su držali da su ova četiri modela suviše ograničavajuća⁷⁵ i da kategorije ne mogu da opišu sve svetske medije.⁷⁶ Ovim modelima su stoga dodavani i novi, pa je tako pridružena i peta teorija - developmentalistička. Po toj teoriji, nazvanoj po nacijama u razvoju, mediji mogu biti u privatnom vlasništvu, ali su uobičajeno u vlasništvu vlasti - ti mediji se koriste da promovišu

⁷³ *Ibid.* c. 116.

⁷⁴ Merrill, C. John; Nerone, C. John (2002). "The Four Theories of the Press Four and a Half Decades Later: a retrospective", *Journalism Studies*, Vol. 3, No. 1, pp.133-136; Nerone, C. John [ed.] (1995). *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*. University of Illinois Press.

⁷⁵ "Eksplanatorne mogućnosti četiri teorije su ograničene. Prvo, kao što ima mnogo koje nisu zasnovane niti na potpuno demokratskom, potpuno komunističkom ili sasvim autoritarnom sistemu upravljanja, isto tako postoje mnogi medijski sistemi koji ne mogu valjano stati u jedan od ova četiri modela. Drugo, ovi modeli su sasvim normativni modeli koji opisuju šta nacionalni medijski sistem treba da bude, a ne ono što oni zaista jesu. Sledeća značajna i savremena kritika četiri teorije je da u poslehladnoratovskom svetu ove teorije više nisu relevantne. Ubrzani razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija (ICT), pre svega Interneta i satelitske televizije, vodi prema trećoj kritici", u: Sariyati Firdaus, Amira (2012). "Past and Present of Siebert & Colleagues's Four Theories of the Press", *Jurnal Pengajian Media Malaysia / Malaysian Journal of Media studies*, Vol. 14, No. 1, pp. 1-16; Po Radetu Veljanovskom "ova podela ne odražava postojeće stanje jer je pojam komunistički režim nekada označavao znatno veći broj država nego danas. Evropa, u kojoj je bilo najviše komunističkih država, danas nema ni jednu zemlju sa takvim uređenjem", u: Veljanovski, Rade (2012). *Medijski sistem Srbije*. Beograd: FPN - Čigoja, str. 29.

⁷⁶ Apologeti su branili postavku četiri teorije tvrdeći da su "kritičari odbacili bebu zajedno s vodom". U vremenu oživljavanja autoritarizma i svetskog kretanja protiv demokratije ponovno promišljanje ovih modela pogotovo je važno za dublje razumevanje praksi građana, novinara i političkih elita spram medija širom sveta. Vidi: Toepfl, Florian (2016). "Beyond the Four Theories: Toward a Discourse Approach to the Comparative Study of Media and Politics", *International Journal of Communication*, No. 10, pp. 1530–1547.

državne socijalne i ekonomske ciljeve, i da usmeravaju smisao nacionalne svrhe: "Mediji tada postaju ispust za određene tipove propagande vlasti, ali u ime ekonomskog i društvenog napretka za državu".⁷⁷ Iako bi developmentalistički model mogao donekle odgovarati modelu medija nacionalnih manjina, ipak nije sasvim jasno u čemu bi bila razlika ovako opisanog modela u odnosu na "autoritarni", pa čak i "sovjetski" režim.⁷⁸ Činjenica je da mnoge države danas kombinuju različite elemente ovih medijskih sistema,⁷⁹ a po našem mišljenju to predstavlja najveću praktičnu poteškoću u kreiranju medijske slike i politike - kombinacija autoritarnog, državnog, slobodnog i regulisanog jeste realna, ali i haotična.

⁷⁷ Biagi, Shirley (1999). *Media/Impact: An Introduction to Mass Media*, 4th ed. Belmont, CA: Wadsworth, pp. 365-367.

⁷⁸ Razlika između sovjetskog i autoritarnog režima je u tome što autoritarni "nisu zahtevali potpunu saobraznost setu teoretskih principa. Oni su uobičajeno bili zadovoljni ako je medij izbegavao direktnu kritiku aktuelnih političkih lidera i njihovih projekata, i sa benevolencijom neuobičajenom u savremenim komunističkim i fašističkim krugovima, oni su tolerisali široko odstupanje od političkih principa na kojima je njihov sistem počivao. Ono što nije tolerisano jeste otvoreni pokušaj da se svrgnu autoriteti sami", u: Siebert, S. Fred; Peterson, Theodore; Schramm, Wilbur (1984). *Four Theories of the Press*. Urbana and Chicago: University of Illinois. p. 26.

⁷⁹ O značaju nacionalnih medijskih sistema vidi: Flew, Terry; Waisbord, Silvio (2015). "The ongoing significance of national media systems in the context of media globalization", *Media, Culture & Society*, 37(4), pp. 1-17; Flew, Terry; Iosifidis, Petros; Steemers, Jeanette [eds.] (2016). *Global Media and National Policies: The Return of the State*. Palgrave Macmillan UK.

2. Karakteristike *online* medija nacionalnih manjina u Srbiji 2016. godine

Kako bismo kontekstualizovali *online* medije nacionalnih manjina u Srbiji prvo valja odrediti najširu sliku. Internet je u svetu postao deo prakse još 1969. godine.⁸⁰ Prvi primer *online* medija u strogom značenju te reči pronalazimo tokom 1993. kada je, nekoliko meseci nakon pokretanja prvog web-pretraživača *Mosaic*, Odsek za žurnalisticu Univerziteta Floride pokrenuo ono što se smatra prvom web stranicom *online* novinarstva.⁸¹ Samo pet godina nakon prvog medija *online* pojavljuje se prvi štampani medij koji "zbog dugova i oštre konkurencije" u potpunosti prelazi sa *offline* na *online* izdanje - u pitanju je kompjuterski magazin *Datamation*⁸² koji je nakon 41 godine izlaženja ugasio štampano izdanje i 1998. počeo da izlazi samo na internetu.⁸³

Pojava Interneta u Srbiji kasni u odnosu na svet, tako da je u širu upotrebu stupila 27. februara 1996. godine kad je Univerzitet u Beogradu - RCUB povezo Akademska mrežu na Internet u saradnji sa provajderom Telefonija (sada BeotelNet).⁸⁴ U to doba "Domaćeg sadržaja na Internetu bilo je beskrajno malo, ali je sticaj društvenih okolnosti odmah definisao Internet kao nov i slobodan medij u Srbiji. U zimu 1996-97. su se dešavali građanski i studentski protesti, a uz dve radio stanice i par novina, Internet je bio jedino mesto sa vestima koje režimski cenzori nisu

⁸⁰ Nastanak Interneta pronalazi se u računarskoj mreži ARPANET, koju je 1969. godine postavila američka Agencija za napredne istraživačke projekte (ARPA). Uporedi: Keveždi, Miroslav (2013). "Specifičnosti sajber prostora s obzirom na ideološko-politički ekstremizam", u: Jelinčić, Jadranka; Ilić, Snežana (ur.). *Politički ekstremizam u sajber prostoru Srbije*. Zrenjanin: Centar za razvoj civilnog društva, str. 37.

⁸¹ "Bila je to vrlo osnovna, statična internet stranica, sa slikom zida od crvene cigle Odseka za žurnalisticu. Bila je *update*-ovana samo povremeno, noću i vikendima, kad mašine nisu bile korištene od strane drugih, pokretana na 486-25 procesoru sa 4 megabajta radne memorije (RAM). Oko godinu danas kasnije, u novembru 1994, u Ujedinjenom Kraljevstvu je *Daily Telegraph* pokrenuo *Electronic Telegraph*, koji je slično bio statična stranica, sa člancima jedan iznad drugog. *Online* publikacija pratila je ritam štampane publikacije, postavljajući *online* sadržaj jednom dnevno", u: Siapera, Eugenia; Veglis, Andreas [eds.]. *The Handbook of Global Online Journalism*. Wiley-Blackwell, p. 1.

⁸² <http://www.datamation.com>

⁸³ Machlis, Sharon. "Venerable IS Journal Shuts Down", *ComputerWorld*, page 15, 19 January 1998.

⁸⁴ <http://www.bg.ac.rs/files/sr/vesti/20god-interneta.pdf>

kontrolisali".⁸⁵ Jedan od značajnih opozicionih medija čiji je sadržaj bio dostupan na Internetu tokom 98' bio je nezavisni politički dnevnik *Naša borba*.⁸⁶ Prvi sajt državne Radio-televizije Srbije postavljen je 1999. godine od strane službe Tehnike RTS-a.⁸⁷ Od manjinskih medija imamo iskustvo postavljanja internet stranice nedeljnika na rusinskom jeziku *Руске слово*⁸⁸ sa tekstovima iz *offline* izdanja i forumom, uz ažuriranje na nedeljnom nivou, započeto 2002. godine. U studiji *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina – Predlozi za nove politike*, publikovanoj 2007. godine, stoji: „Registrovan je samo jedan informativni web-portal, i to na mađarskom jeziku“ (Vajdaság Ma).⁸⁹ Isto tako, tada je primećeno relativno slabo korišćenje interneta od strane medijskih kuća.⁹⁰

⁸⁵ <http://www.domen.rs/istorija-srpskog-interneta-od-yu-do-srb/>

⁸⁶ <http://www.yurope.com/nasa-borba/arhiva/index.html>

⁸⁷ Sajt je ažuriran jednom dnevno (posle Dnevnika 2) i sadržao je samo najvažnije vesti dana. <<http://www.rts.rs/page/rts/sr/internet+portal.html>>

⁸⁸ <http://www.ruskeslovo.com/>

⁸⁹ Jelinčić, Jadranka [ur.] (2007). *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina - predlozi za nove politike*. Beograd: Fond za otvoreno društvo, str. 12.

⁹⁰ „Sam internet se koristi najviše za prikupljanje informacija, a vrlo malo za njihovu diseminaciju. Recimo, samo nešto više od 5% elektronskih medija ima potrebnu tehnologiju za emitovanje programa putem interneta (tzv. streaming). Povoljnija je situacija kada su u pitanju vlastite web-stranice i taj način objavljivanja informacija – 50% onih medijskih ustanova koje poseduju nove tehnologije imaju i vlastitu internet-prezentaciju, no najčešće tek jednog dela, svojih informacija. Od toga je samo 18%, dakle nešto manje od petine, medijskih ustanova sa novim tehnologijama, onih koji imaju interaktivne web-stranice, od čega je ponovo najviše onih jednostavnijih (npr. mogućnost da se sprovede ankete), a daleko manje onih složenijih (npr. postojanje foruma ili chat-a). Pri tom, u istraživanju se beleže razlike kada su u pitanju određene manjine – najrazvijenije služenje internetom postoji u mađarskoj zajednici, vrlo slabo je kod medijskih proizvoda na romskom, a sasvim izostaje u slučaju medijskih ustanova značajnih za informisanje albanske zajednice na jugu Srbije. Isto tako, kada je u pitanju korišćenje interneta, beleže se i sledeće razlike – internet-stranice medijskih ustanova sa sadržajima na nekom manjinskom jeziku daleko su rasprostranjenije kod onih koje imaju samo jedan medijski proizvod na manjinskom jeziku nego u slučajevima kada imaju status nesamostalnog dela: tada, naime, češće izostaje, naročito ako je sedište medijske ustanove u lokalnoj samoupravi sa manjim brojem stanovnika. Razlika postoji i kada je u pitanju sledeći moment – informativne internet-stranice češće imaju štampani mediji nego elektronski. Primećena je još jedna pravilnost: internet-prezentacija je u direktnoj zavisnosti i od statusa medija i prostora pokrivanja – svi medijski proizvodi na manjinskim jezicima čiji su osnivači nacionalni saveti nacionalnih manjina, to jest koji su od pokrajinskog

2.1. Definicije i osnovni podaci

Setom novih medijskih zakona iz 2014. godine u Srbiji su utvrđene definicije medija, kao i razlika između onog što se ima smatrati medijem i onog što nije medij, što je važno i za *online* medije. Zakonom o javnom informisanju i medijima definisano je: „Medij je sredstvo javnog obaveštavanja koje rečima, slikom, odnosno zvukom prenosi urednički oblikovane informacije, ideje i mišljenja i druge sadržaje namenjene javnoj distribuciji i neodređenom broju korisnika. Pod medijem se u smislu ovog zakona naročito podrazumevaju dnevne i periodične novine, servis novinske agencije, radio-program i televizijski program i elektronska izdanja tih medija, kao i *samostalna elektronska izdanja (uređivački oblikovane internet stranice ili internet portali), a koji su registrovani u Registru medija, u skladu sa ovim zakonom.* Medij nema svojstvo pravnog lica“ [kurziv naš].⁹¹

Isti zakon definiše: „Medij, u smislu ovog zakona nije: knjiga, film, nosač audio i audio-vizuelnog sadržaja, naučni i stručni časopis namenjen prvenstveno informisanju ili obrazovanju određene profesionalne grupe, ostale štampane publikacije, katalog koji sadrži isključivo obaveštenja, oglase, reklame i informacije namenjene tržištu ili bilten i slične publikacije namenjene internom informisanju, elektronska publikacija državnih organa i organizacija, ustanova, javnih preduzeća i privrednih društava, preduzetnika i njihovih udruženja, službeno glasilo, štampana stvar poput letaka, plakata i sličnih sredstava javnog obaveštavanja, druga publikacija u smislu propisa kojim se uređuje izdavaštvo, kao ni *internet-pretraživači i agregatori. Mediji, u smislu ovog zakona nisu: platforme, poput internet foruma, društvenih mreža i drugih platformi koje omogućavaju slobodnu razmenu informacija, ideja i mišljenja njenih članova, niti bilo koja druga samostalna elektronska publikacija, poput blogova, veb-prezentacija i sličnih elektronskih prezentacija, osim ako nisu registrovane u Registru medija, u skladu sa ovim zakonom*“ [kurziv naš].⁹²

značaja, imaju i internetsku stranicu svog glasila“, u: Jelinčić, Jadranka [ur.] (2007). *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina - predlozi za nove politike*. Beograd: Fond za otvoreno društvo, str. 94-95.

⁹¹ *Zakon o javnom informisanju i medijima* ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 58/2015) č. 29.

⁹² *Zakon o javnom informisanju i medijima* ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 58/2015) č. 30.

Registar medija u Srbiji je, u skladu sa odredbom Zakona o javnom informisanju i medijima,⁹³ počeo sa radom 13. februara 2015. godine i predstavlja jedinstvenu, centralizovanu, elektronsku bazu podataka o medijima.⁹⁴ Upis podataka⁹⁵ u Registar omogućava transparentan uvid u vlasničku strukturu medija, dok za medije predstavlja ključni preduslov da ubuduće, na svim nivoima vlasti, njihovi osnivači aplikuju za dodelu državne pomoći i projektno sufinansiranje medijskih sadržaja kojima se štiti i promoviše javni interes.⁹⁶

U publikaciji *Etičke preporuke za profesionalne novinare u onlajn sferi* stoji da su po podacima iz IREX-ovog istraživanja iz 2010. godine u Srbiji registrovano 56 onlajn portala.⁹⁷ U izveštaju za 2013. taj broj je bio 107, a prema podacima Agencije za privredne registre⁹⁸ u 2014.

⁹³ *Zakon o javnom informisanju i medijima* ("Sl.glasnik RS", br.83/2014) č. 141.

⁹⁴ Do 13. februara 2015. godine postojao je Registar javnih glasila koji je vodila Agencija za privredne registre, a onda je on ugašen, a svi podaci prebačeni u novu evidenciju - Registar medija.

⁹⁵ U Registar se u skladu sa odgovarajućim Pravilnikom registruju podaci o mediju i to: 1. naziv i registarski broj medija iz člana 29 spomenutog zakona; lično ime i JMBG domaćeg fizičkog lica ili broj pasoša i država izdavanja pasoša stranog fizičkog lica koje je odgovorni urednik medija; broj dozvole za pružanje medijske usluge za elektronske medije; podatak o jeziku na kome se medij izdaje, odnosno na kome se pruža medijska usluga; podatak o internet, elektronskim i drugim formama medija; internet adresa za medije koji se isključivo distribuiraju putem interneta; poslovno ime/naziv, sedište i matični broj izdavača medija/pružaoca medijske usluge; dokument koji sadrži podatke o pravnim i fizičkim licima koja neposredno ili posredno imaju više od 5% udela u osnivačkom kapitalu izdavača, podatke o njihovim povezanim licima u smislu zakona kojim se uređuje pravni položaj privrednih društava i podatke o drugim izdavačima u kojima ta lica imaju više od 5% udela u osnivačkom kapitalu; podatak o iznosu novčanih sredstava dodeljenih mediju na ime državne pomoći, u skladu sa odredbama ovog zakona; podatak o iznosu novčanih sredstava dobijenih od organa javne vlasti pod kojima se podrazumevaju državni organi, organi teritorijalne autonomije, organi jedinica lokalne samouprave, organizacije kojima je povereno vršenje javnih ovlašćenja, kao i pravna lica koje osniva ili finansira u celini, odnosno u pretežnom delu Republika Srbija, autonomna pokrajina, odnosno jedinica lokalne samouprave (u daljem tekstu: organ javne vlasti); podatak o prosečno prodatom tiražu medija u kalendarskoj godini; druge dokumente na osnovu kojih je izvršena registracija; datum i vreme registracije; promene registrovanih podataka; datum i vreme registracije promene podataka. Vidi: *Pravilnik o dokumentaciji koja se prilaže u postupku registracije medija u Registar medija* ("Sl. glasnik RS", br. 126/2014 i 61/2015).

⁹⁶ <http://www.paragraf.rs/dnevne-vesti/270715/270715-vest9.html>

⁹⁷ Sejdinović, Nedim [ur.](2014). *Etičke preporuke za profesionalne novinare u onlajn sferi*. Novi Sad: Nezvisno društvo novinara Vojvodine - NDNV, str. 3.

⁹⁸ <http://www.apr.gov.rs/>

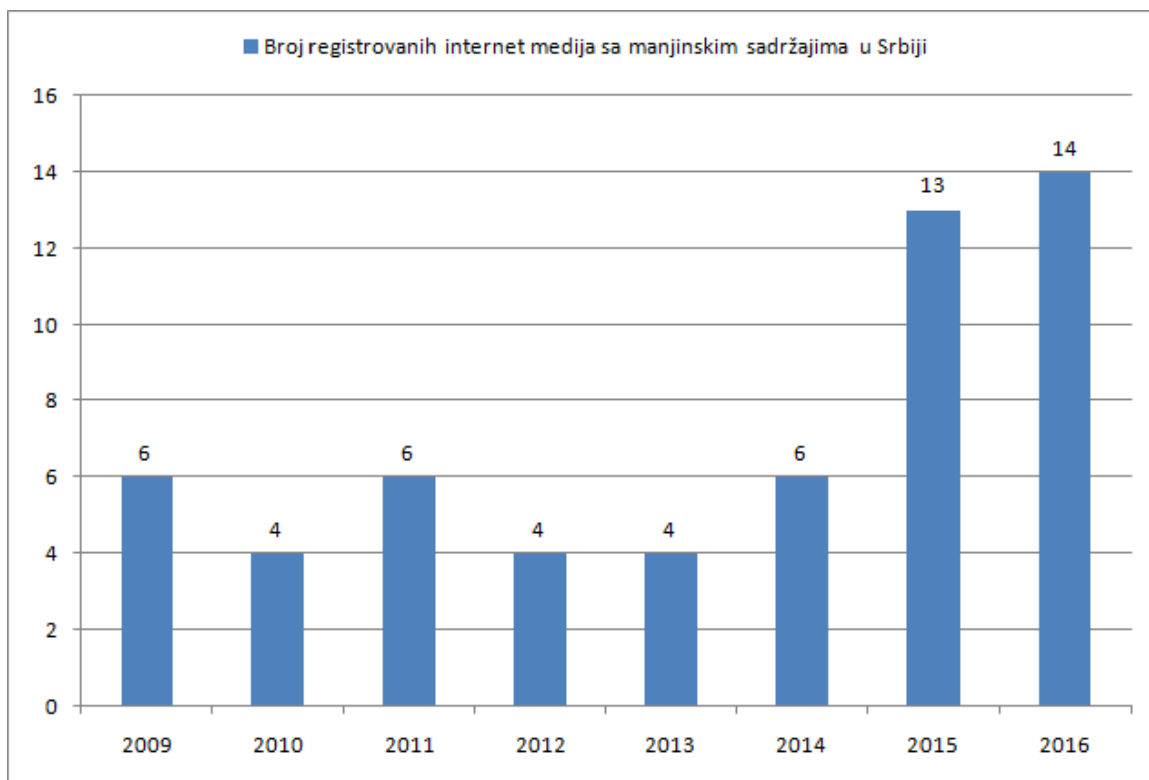
godini bilo je registrovano 133 internet izdanja javnih glasila koji prenose vesti (od kojih 103 sa dnevnim vestima).⁹⁹ Kako UNS navodi Agenciju za privredne registre, u Srbiji je 29. decembra 2016. godine bilo registrovano 1.788 javnih glasila, a od toga „826 štampanih medija – dnevne i periodične novine, 297 radio stanica, 190 televizijskih programa, 272 internet portala, 36 uređivački oblikovanih internet stranica, kao i 23 servisa novinskih agencija“.¹⁰⁰

Navedenu informaciju UNS o broju internet portala i uređivački oblikovanih internet stranica po našem uvidu treba uzeti sa rezervom, jer smo pojedinačnim pregledom utvrdili da je u registru medija dana 8. avgusta 2016. godine bilo upisano 427 samostalnih elektronskih izdanja medija (uređivački oblikovanih internet stranica ili internet portala) - *online* medija.

Pregledajući pojedinačne registracije izdvojili smo od navedenih 427 broj od 57 takvih medija za koje se može reći da ili 1. imaju registrovan manjinski jezik kao glavni, ili 2. imaju registrovan jedan ili više manjinskih jezika u rubrici 'ostali jezici', ili su to 3. mediji nedefinisanog jezika za koje smo proverom na internetu utvrdili da su na manjinskim jezicima. Prvi registrovani medij koji odgovara ovim kriterijumima je već spomenuti portal na mađarskom jeziku VAJDASAG MA, registrovan 10. novembra 2009. godine. Poslednji uočen je MULTIMEDIJALNA INTERNET STRANICA RADIO TELEVIZIJE CARIBROD NA BUGARSKOM I SRPSKOM, registrovana 14. juna 2016. godine. Može se primetiti da ukupni broj registrovanih onlajn medija raste. Isto tako, raste i broj takvih medija koji bi se mogli kandidovati kao manjinski, tj. imaju sadržaje na jezicima nacionalnih manjina (vidi grafikon 1.).

⁹⁹ Sejdinović, Nedim [ur.] (2014). *Etičke preporuke za profesionalne novinare u onlajn sferi*. Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine.

¹⁰⁰ <http://www.uns.org.rs/sr/desk/UNS-news/43287/u-srbiji-400-medija-vise-nego-prosle-godine.html>



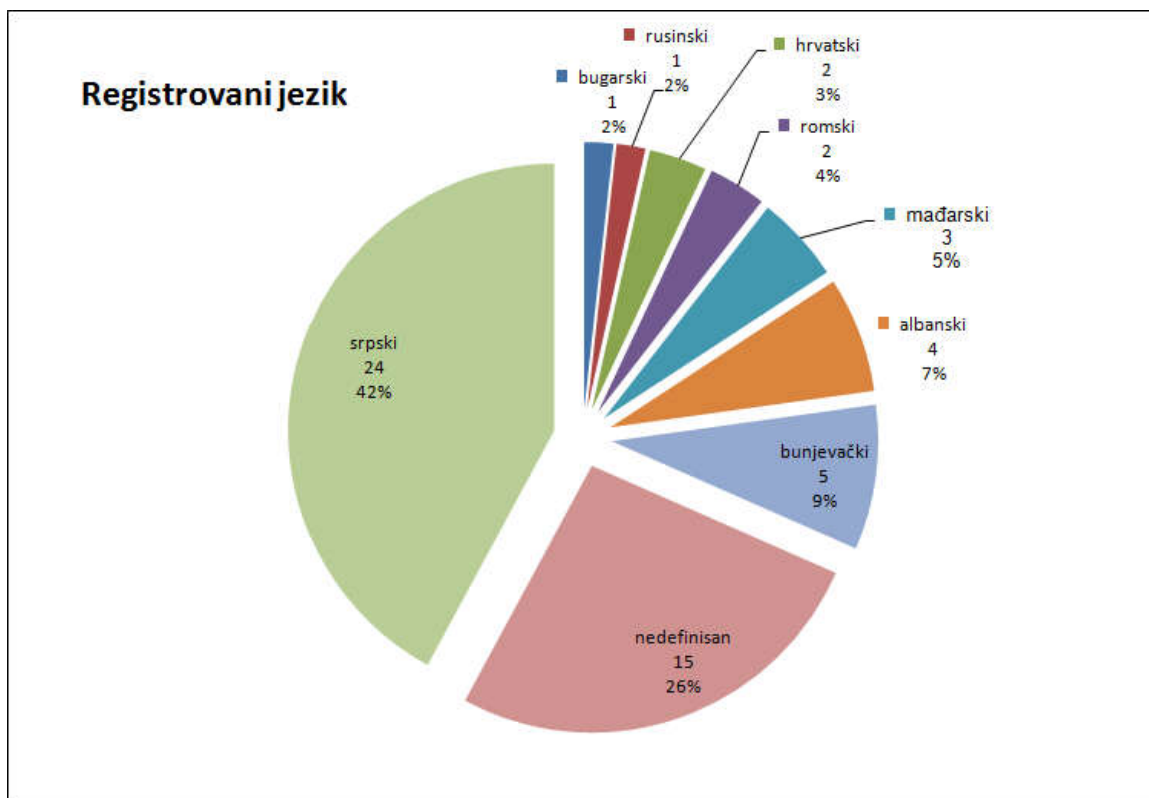
GRAFIKON 1 - BROJ REGISTROVANIH INTERNET MEDIJA SA MANJINSKIM SADRŽAJIMA U SRBIJI PO GODINAMA

Primitili smo da je od 57 internet medija koji bi trebalo da imaju sadržaje na jezicima nacionalnih manjina samo jedan obrisano, dok ostali imaju status registrovanog. Obrisano je internet medij RUSKE SLOVO-PLUS (reg. br. IN000015) koji je registrovan 15.12.2009. godine. Nije poznat razlog brisanja.

2.2. Jezik registrovanog medija

Po kategoriji registrovanog jezika internet medija prednjače oni kojima je zvanično registrovani jezik srpski (24 medija - 42%), zatim slede oni nedefinisanog jezika (15 - 26%), bunjevački (5 - BUNJEVAČKA RIČ; BUNJEVCI; BUNJEVAČKI RADIO; RIČ; BUNJEVAČKA RIČ SOMBOR - 9%), albanski (4 - TITULLI; LUGINAPRESS; LAJMIAL.COM; LUGINA LAJM - 7%), mađarski (3 - VAJDASAG MA; PRESS SZÓ; SZÓ-BESZÉD ONLINE - 5%), romski (2 - ROMSKIINFO; ROMIINFO 3,5%), hrvatski (2 - CRO-INFO; HRVATSKE NOVINE VIJESTI - 3,5%), rusinski (1 - RUTHENPRESS - 2%), bugarski (1 - MULTIMEDIJALNA INTERNET STRANICA RADIO TELEVIZIJE CARIBROD NA BUGARSKOM I SRPSKOM - 2%). To znači da na manjinskim jezicima zvanično postoji svega 18 registrovanih

stricto sensu medija na jezicima nacionalnih manjina (vidi grafikon 2.). Ovih 18 medija čine 4,21% ukupno registrovanih internet medija. U širem smislu, kad im se dodaju mediji koji imaju registrovane i manjinske ostale jezike tad broj raste na 9,83% registrovanih internet medija koji zvanično imaju manjinske sadržaje. Postoji još 15 medija koji imaju nedefinisan jezik, ali za koje smo proverom utvrdili da imaju sadržaje na manjinskim jezicima. Ako se pribroje i oni tada bi trebalo da ukupno 13,34% internet medija ima sadržaje na manjinskim jezicima.



GRAFIKON 2 - BROJ REGISTROVANIH INTERNET MEDIJA SA MANJINSKIM SADRŽAJIMA U SRBIJI PO REGISTROVANIM JEZICIMA

Od 24 medija koji su registrovani sa srpskim kao prvim jezikom njih 15 ima registrovan jedan manjinski jezik kao ostali, dok 9 medija ima registrovano više jezika. Od 15 medija sa jednim manjinskim jezikom zastupljeni su sledeći (albanski 1 - BUJANOCI.NET, romski 1 - ROMINFOMEDIA, bosanski 1 - PP MEDIA, mađarski 10 - WEBINFO; MOJ BEČEJ; MAGLOČISTAČ; DINOVIŽIJA; TEMERIN

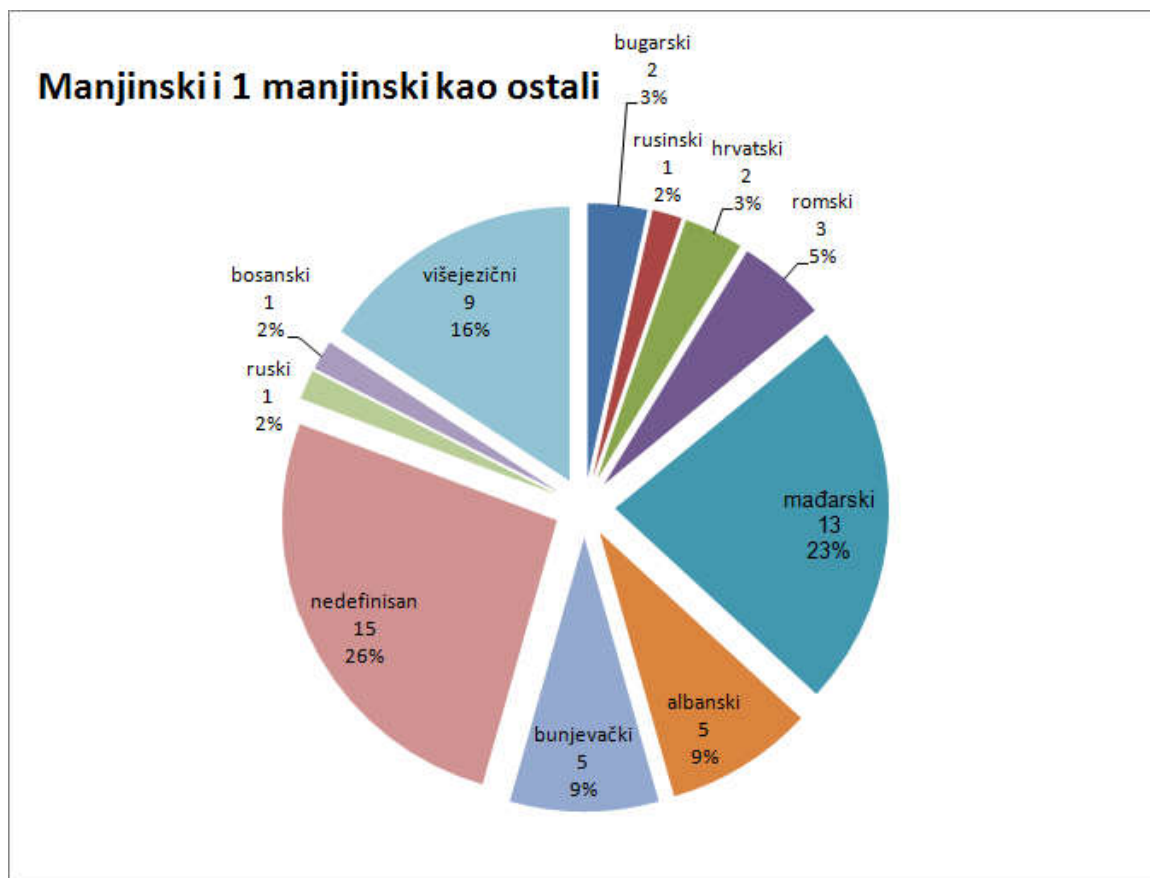
INFO; VOJVODINA NEWS; BEČEJSKI MOZAIK ONLINE; TVSUBOTICA.COM; TVBECEJ.RS; AUTONOMIJA, bugarski 1 - INTERNET PORTAL FAR, ruski 1 - ISTOKINFO.RS).

Višejezični mediji su tako iskombinovani da 9 medija pokrivaju sledeće jezike (2 albanski, 6 romski, 3 bugarski, 6 engleski, 2 makedonski, 5 mađarski, 4 slovački, 3 hrvatski, 4 rumunski, 1 slovenački, 1 hebrejski, 2 nemački, 2 rusinski). Mediji sa srpskim kao prvim i više od dva jezika su: REGIONALNA INFORMATIVNA AGENCIJA JUGPRESS (alb, rom, bug, eng, mak); NOVOSADSKA NOVINARSKA ŠKOLA (eng, mađ, slov, hrv, rum, rus); DIURNARIUS (mađ, hrv, slo, sloven, heb, nem, rom, eng); RTV-VK.RS (mađ, rum, eng, nem, rom, hrv); RTV MULTIMEDIJALNI PROGRAM- WEB (mađ, rum, rusin, slo); VOJVODINA INFO (mađ, rum, slo); JUGMEDIA (rom, alb, bug, eng); GRADSKI PORTAL 018 (rom, bug, mak); ROMA WORLD (rom, eng).

Od 4 medija na albanskom 3 imaju registrovan samo srpski kao ostali jezik, dok kod četvrtog nema ostalih jezika (LUGINA LAJM). Bunjevački nije drugi jezik ni jednom mediju, i bunjevački mediji nemaju drugi jezik.

Medij na bugarskom ima registrovan srpski kao ostali. Mediji sa prvim jezikom koji je registrovan kao hrvatski, mađarski, romski, rusinski i mediji nedefinisanog jezika nemaju ostale jezike. Mediji nedefinisanog jezika nemaju definisanu niti rubriku 'jezik' niti 'ostali jezici'.

Ako bismo dodali medije koji imaju registrovan srpski jezik i po jedan manjinski u zbir manjinskih medija tada bi slika bila donekle izmenjena (grafikon 3.).



GRAFIKON 3 - MEDIJI SA SADRŽAJIMA NA JEZICIMA NACIONALNIH MANJINA I JEZIKOM NACIONALNIH MANJINA KAO OSTALIM

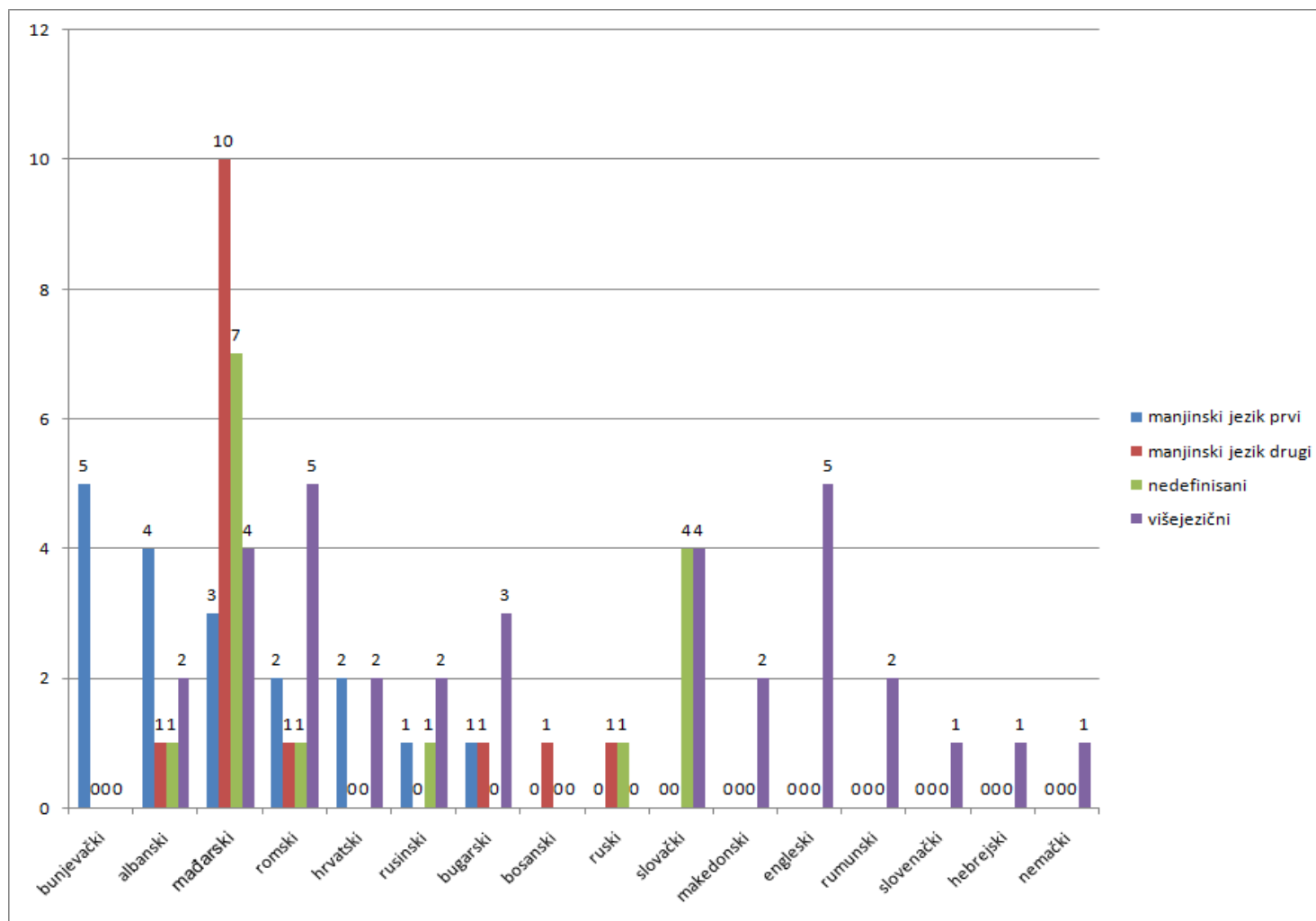
Od 15 medija koji su registrovani nedefinisanim jezikom utvrđeno je da oni ipak mogu biti prepoznati kao mediji sa sadržajima na manjinskim jezicima (albanski 1 - PRESHEVA JONE, romski 1 - NIAR, mađarski 7 - VAJDASÁGI MAGYAR KALENDÁRIUM, RADIO 90, TAMASIARONSZMME, DÉLHÍR PORTÁL, SZENTTAMAS.RS, NAPSUGAR, SREDNJE - BANATSKI INTERNET PORTAL, rusinski 1 - RUSKE SLOVO-PLUS, ruski 1 - RESURS, slovački 4 - DETVAN, NACIONALNAKUĆA-AROMA.IN, KUS JANOŠIK, SELENČA). Teškoća je u prepoznavanju razlike unutar ovih medija jer oni mogu biti jednojezični, dvojezični ili višejezični. Mi smo ih računali kao da su na jednom jeziku nacionalne manjine, iako smo svesni da se pojavljuje i srpski jezik (na primer RESURS) (rezultati su dati u tabeli 1. i grafikonu 4.).

Manjina	Manjinski jezik prvi	Manjinski jezici drugi	Nedefinisani jezici	Višejezični mediji
Bunjevci	BUNJEVAČKA RIČ			
	BUNJEVCI			
	BUNJEVAČKI RADIO			
	RIČ			
	BUNJEVAČKA RIČ SOMBOR			
Albanci	TITULLI	BUJANOCI.NET	PRESHEVA JONE	REGIONALNA INFORMATIVNA AGENCIJA JUGPRESS
	LUGINAPRESS			JUGMEDIA
	LAJMIAL.COM			
	LUGINA LAJM			
Mađari	VAJDASAG MA	WEBINFO	VAJDASÁGI MAGYAR KALENDÁRIUM	NOVOSADSKA NOVINARSKA ŠKOLA
	PRESS SZÓ	MOJ BEČEJ	RADIO 90	DIURNARIUS
	SZÓ-BESZÉD ONLINE	MAGLOČISTAČ	TAMASARONSZMME	RTV MULTIMEDIJALNI PROGRAM- WEB
		DINOVIZIJA	DÉLHÍR PORTÁL	VOJVODINA INFO
		TEMERIN INFO	SZENTTAMAS.RS	
		VOJVODINA NEWS	NAPSUGAR	
		BEČEJSKI MOZAIK ONLINE	SREDNJE - BANATSKI INTERNET PORTAL	
		TVSUBOTICA.COM		
		TVBECEJ.RS		
		AUTONOMIJA		

Romi	ROMSKIINFO	ROMINFOMEDIA	NIAR	REGIONALNA INFORMATIVNA AGENCIJA JUGPRESS
	ROMIINFO			DIURNARIUS
				JUGMEDIA
				GRADSKI PORTAL 018
				ROMA WORLD
Hrvati	CRO-INFO			NOVOSADSKA NOVINARSKA ŠKOLA
	HRVATSKE NOVINE VIJESTI			DIURNARIUS
Rusini	RUTHENPRESS		RUSKE SLOVO-PLUS	NOVOSADSKA NOVINARSKA ŠKOLA
				RTV MULTIMEDIJALNI PROGRAM- WEB
Bugari	MULTIMEDIJALNA INTERNET STRANICA RADIO TELEVIZIJE CARIBROD NA BUGARSKOM I SRPSKOM	INTERNET PORTAL FAR		GRADSKI PORTAL 018
				REGIONALNA INFORMATIVNA AGENCIJA JUGPRESS
				JUGMEDIA
Bošnjaci		PP MEDIA		
Rusi		ISTOKINFO.RS	RESURS	
Slovaci			DETVAN	NOVOSADSKA NOVINARSKA ŠKOLA

			NACIONALNA KUĆA- AROMA.IN	DIURNARIUS
			KUS JANOŠIK	RTV MULTIMEDIJALNI PROGRAM- WEB
			SELEŃA	VOJVODINA INFO
Makedonski				REGIONALNA INFORMATIVNA AGENCIJA JUGPRESS
				GRADSKI PORTAL 018
Engleski				REGIONALNA INFORMATIVNA AGENCIJA JUGPRESS
				NOVOSADSKA NOVINARSKA ŠKOLA
				DIURNARIUS
				JUGMEDIA
				ROMA WORLD
Rumuni				NOVOSADSKA NOVINARSKA ŠKOLA
				RTV MULTIMEDIJALNI PROGRAM- WEB
				VOJVODINA INFO
Slovinci				DIURNARIUS
Jevreji				DIURNARIUS
Nemci				DIURNARIUS

TABELA 1. INTERNET MEDIJI SA MANJINSKIM SADRŽAJIMA U SRBIJI PO REGISTROVANIM JEZICIMA



GRAFIKON 4 - BROJ REGISTROVANIH INTERNET MEDIJA SA MANJINSKIM SADRŽAJIMA U SRBIJI PO REGISTROVANOM JEZIKU

Kad je jezik u pitanju zaključujemo da za 16 jezika (računajući i engleski jezik) postoji neki medij koji ih pokriva (uporedi grafikon 4.). Manjine koje su obuhvaćene internet medijima kroz registraciju trebale bi da budu: Bunjevci, Albanci, Mađari, Romi, Hrvati, Rusini, Bugari, Bošnjaci, Rusi, Slovaci, Makedonci, Rumuni, Slovenci, Jevreji, Nemci. Nismo uočili da ima eksplicitno crnogorskog, vlaškog, jugoslovenskog, muslimanskog, goranskog, ukrajinskog, aškalijskog, češkog i nekih drugih registrovanih *online* medija (iako smo uočili da postoji relativno veliki broj *online* medija u opštinama u kojima postoji značajan broj pripadnika neke manjine ipak nismo uočili da se *online* mediji njima obraćaju - primer za ovo je opština Bor u kojoj ima oko petine Vlaha, ali nijedan od desetak *online* medija im se ne obraća).

Vidimo da 57 medija nudi 82 različita programa na jezicima različitim od srpskog, dok je to zapravo 77 programa za 15 nacionalnih manjina (dakle, bez engleskog).

Proveravajući praktično internet-stranice koje su registrovane pod određenim jezikom uočili smo da se stanje na stranici ne mora poklapati sa onim što je registrovano. Tako stranica PP MEDIA koja je registrovana sa prvim jezikom srpskim a drugim bosanskim ima informacije samo na srpskom. Takvi mediji su zapravo mediji na srpskom. Drugačiji slučaj je INTERNET PORTAL FAR koji je slično registrovan sa prvim jezikom srpskim a drugim bugarskim, ali je jezik zapravo bugarski. Takvi mediji su zapravo mediji na manjinskom jeziku. Neki mediji koji su slično registrovani sa srpskim kao prvim a manjinskim kao drugim zaista imaju informacije na dva jezika. Primer za to je medij WEBINFO ili BEČEJSKI MOZAIK ONLINE koji daju informacije i na srpskom i na mađarskom. Postoji više medija koji imaju dva ili više jezika registrovanih, ali su im sadržaji samo na srpskom (npr. TEMERIN INFO, TVSUBOTICA.COM ili VOJVODINA NEWS su registrovani sa drugim jezikom mađarskim, ali su praktično samo na srpskom). Postavlja se i pitanje odnosa količine informacija na različitim jezicima, jer postoje oni koji imaju sve sadržaje prevedene na drugi jezik, i oni koji ponekad ubace informaciju na manjinskom jeziku.¹⁰¹ Sadržaji samo ili uglavnom na srpskom pretežu kod višejezičnih medija.

¹⁰¹ Više o definisanju pojma "Medij na jeziku nacionalne manjine" vidi: Valić Nedeljković, Dubravka (2015). "Mediji na jezicima manjina u kontekstu izmene medijske i manjinske legislative", u: Radosavljević, Duško; Keveždi, Miroslav; Vukašinović, Eva [ur.]. *Nacionalni saveti nacionalnih manjina i kultura 2*. Novi Sad: Zavod za kulturu Vojvodine - Pokrajinski ombudsman AP Vojvodine, str. 119-123.

2.3. Web adresa

Logično bi bilo očekivati da svi internet mediji imaju registrovanu internet adresu. Međutim, to nije uvek slučaj, primer za to je medij VAJDASÁGI MAGYAR KALENDÁRIUM ili slovački mediji DETVAN i NACIONALNAKUĆA-AROMA.IN.¹⁰² Do nekih od njih je do realne adrese moguće doći posredno, ali ne uvek sa sigurnošću. Primer ove nesigurnosti je medij SREDNJE - BANATSKI INTERNET PORTAL za koji smo preko internet stranice OCDOSKOP.RS na osnovu podataka o izdavaču (Feher to - Društvo za negu tradicije i ekologije, Lukino Selo) pronašli da se radi o internet adresi [<http://www.lukacs.org.rs/>]. Internet adrese smo pronašli za 49 od 57 medija.

2.4. Urednik

Od 57 internet medija 42 imaju naznačenog urednika u registraciji. Kod nekih medija se ista osoba javlja kao urednik. Tako je Miodrag Mandić urednik medijima TEMERIN INFO i VOJVODINA NEWS. Isto tako, Mirko Bajić je urednik bunjevačkih medija BUNJEVAČKA RIČ i BUNJEVAČKI RADIO; Vladan Stefanović je urednik medija TVSUBOTICA.COM i TVBECEJ.RS.

2.5. Izdavač

Izdavači internet medija su novinsko-izdavačke ustanove (npr. NIU "Руске слово" za medij RUTHENPRESS); kulturno-umetnička društva (npr. Mađarsko kulturno-umetničko društvo "Tamaši Aron" Vojlovica-Pančevo za medij TAMASIARONSZMME); radio-televizije (npr. Radio televizija Caribrod d.o.o. Dimitrovgrad za medij MULTIMEDIJALNA INTERNET STRANICA RADIO TELEVIZIJE CARIBROD NA BUGARSKOM I SRPSKOM); Javno-medijska ustanova (npr. Javna medijska ustanova "Radio-televizija Vojvodine" Novi Sad za medij RTV MULTIMEDIJALNI PROGRAM- WEB; privredno društvo (npr. Mozaik doo privredno društvo za spoljnu trgovinu, proizvodnju i poslovne usluge, Bečej za medij BEČEJSKI MOZAIK ONLINE; Novinsko informativna agencija Roma za medij NIAR. Ponekad je nepoznato ko je izdavač, na primer - šta je izdavač pod imenom "Staza u budućnost" za medij DÉLHÍR PORTÁL, ili izdavač "Hrvatska nezavisna lista" za medij HRVATSKE NOVINE VIJESTI? Isto tako, nije jasno šta je po karakteru izdavač kao na primer "Centar za promociju i razvoj opštine", koji je osnivač medijima TEMERIN INFO i VOJVODINA NEWS. Ono što je sigurno jeste da pretežu udruženja građana kao izdavači, koji čine više od polovine izdavača.

¹⁰² Kad je u pitanju medij NACIONALNAKUĆA-AROMA.IN. bilo bi logično pretpostaviti da je ime medija istovremeno i internet adresa, ali to nije slučaj – adresa ne funkcioniše.

2.6. Funkcionalnost stranica

Neki mediji nemaju funkcionalnu stranicu. Na primer, to su: ROMIINFO, ROMSKIINFO, PRESS SZÓ, RIČ. Poruka "hosting nalog nije aktivan" stoji za medij BUNJEVAČKA RIČ SOMBOR. Neki imaju samo statičnu stranicu-reklamu, npr. DINOVIŽIJA. Neki mediji poput medija BUNJEVAČKI RADIO imaju sajt u fazi izrade. Vidi se da romskoj manjini nijedan od dva internet medija registrovana na romski kao prvi jezik zapravo ne funkcionišu, što znači da im preostaje jedan medij sa romskim kao drugim jezikom, jedan nedefinisani i pet višejezičnih. Kod Bunjevaca praktično od pet medija funkcionalna nisu dva.

2.7. Novčana pomoć

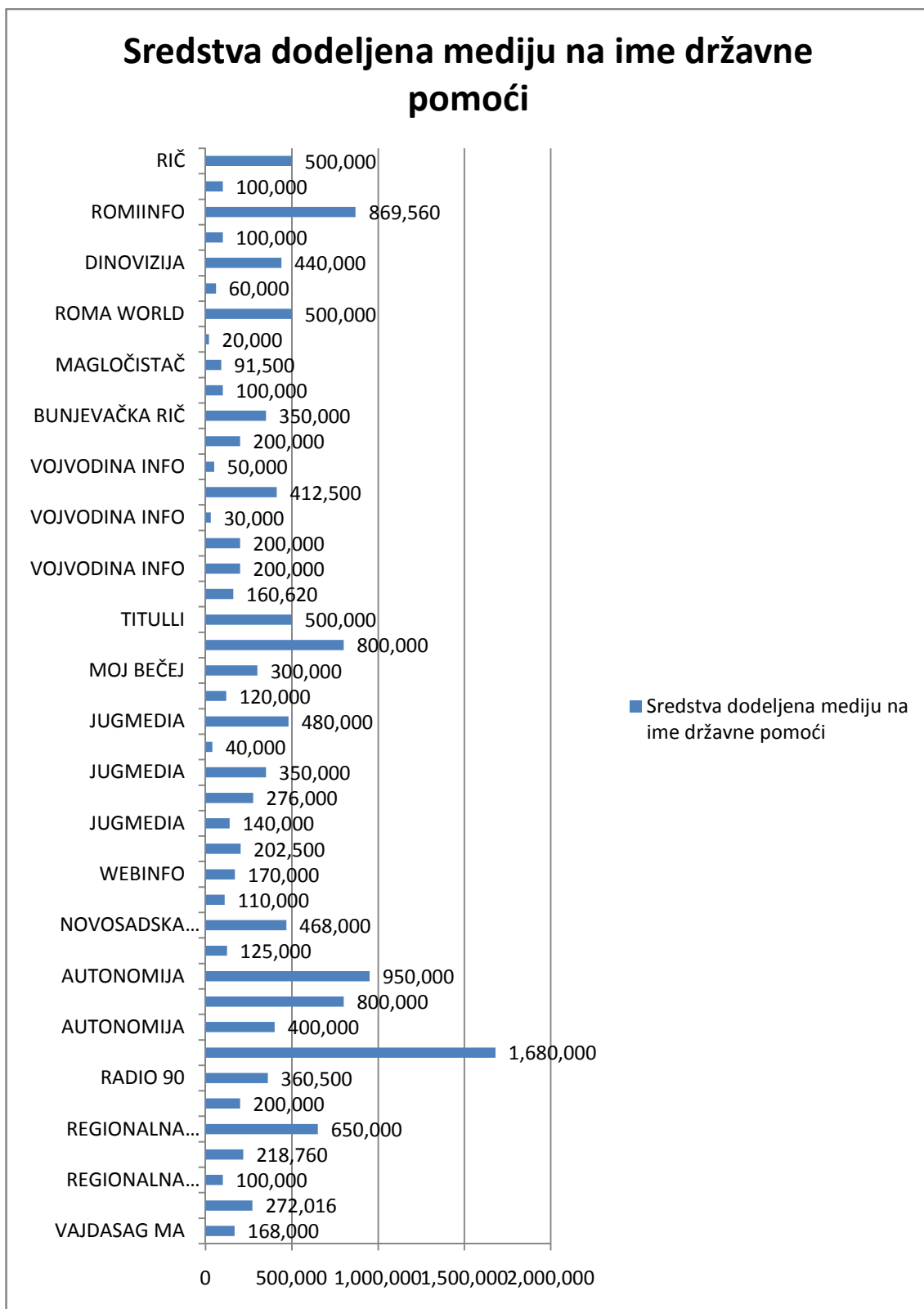
Novčanu pomoć od strane države dobilo je 21 internet medija (vidi grafikon 5.). Ova pomoć registruje se za par poslednjih godina i kreće se u rasponu od 100.000 do 1.680.000 dinara.

Neki od medija koji su dobili državnu pomoć su oni koji nisu u funkciji - ROMIINFO (869.560,00 dinara) i RIČ (500.000,00 dinara); isto tako, državnu pomoć dobila je i DINOVIŽIJA koja ima samo statičnu stranicu-reklamu.

Oko nekih od izdavača pojavljuju se afere oko dodele novaca. Primer je medij NAPSUGAR kojem je izdavač Mađarsko kulturno društvo "ZRAK" povezano sa Trećom Srbijom, koje je dobilo sredstva na konkursu Grada Novom Sada.¹⁰³

¹⁰³

http://rtv.rs/sr_ci/vojvodina/novi-sad/zena-funkcionera-dobila-2-9-miliona-dinara-na-konkursu_401328.html



GRAFIKON 5 - SREDSTVA DODELJENA NA IME DRŽAVNE POMOĆI REGISTROVANIM INTERNET MEDIJIMA SA MANJINSKIM SADRŽAJIMA U SRBIJI

3. Definicija i opis problema (online) informisanja na jezicima nacionalnih manjina u Republici Srbiji

Reč 'problem' (grč. πρόβλημα)¹⁰⁴ razumemo tako da ona izvorno predstavlja spoj dveju reči: 'προ' (pre, ispred) i 'βαλλω' (baciti), što znači da je nešto bačeno ispred nekog, direktno ispred njega. Problem je otuda "kamen spoticanja", nešto bačeno na putu. Ukazivanje na problem otuda podrazumeva opis puta, uključujući opis aktuelne i ciljane pozicije, kao i onoga koji putuje, uz posebnu pažnju posvećenu samoj prepreci koja se pojavljuje i sprečava nastanak poželjnog stanja. Na osnovu iznetih teorijskih i praktičnih premisa pokušaćemo da definišemo probleme informisanja na jezicima nacionalnih manjina u Srbiji, imajući na umu pogotovo *online* medije.

Osnovni problem koji prepoznajemo jeste taj da se, i pored nekih dobrih pravnih rešenja, medijski sistem Srbije u procesu tranzicije praktično kreće od onog što se, u skladu sa "četiri teorije", može označiti kao kretanje od specifičnog oblika "sovjetsko-komunističkog", tj. državnog režima iz vremena SFRJ, u pravcu "autoritarnog" medijskog režima današnje Srbije.

Imajući u vidu "četiri teorije" prepoznajemo da je idealno stanje ono koje se prepoznaje u libertarijanskoj ili teoriji socijalne odgovornosti. Uloga medija u tim režimima jeste da javnosti daju dovoljno tačnih, objektivnih, potpunih, blagovremenih i balansiranih informacija kako bi činili dobre izbore. U skladu s tim, tj. društveno odgovorno, mnoštvo etičkih novinarskih kodeksa proklamuje ove vrednosti.¹⁰⁵ I u *Kodeksu novinara Srbije* stoji istaknuto: "Novinari, odnosno urednici profesionalno su odgovorni javnosti (čitaocima/gledaocima/slušaoocima), a ne izdavaču/vlasniku (državi i interesnim grupama), i njihovim privatnim, ekonomskim, političkim i drugim interesima".¹⁰⁶ Ovo idealno stanje retko se i teško postiže, iako jeste normativno priznato

¹⁰⁴ Više o pojmu 'πρόβλημα' vidi kod: Zhmud, Leonid (2006). *The Origin of the History of Science in Classical Antiquity*. Walter de Gruyter, p. 106.

¹⁰⁵ Uporedi: Nikšić, Stevan; Davičo, Ana (2004). *Etika novinarstva - priručnik za profesionalne novinare*. Beograd: CPM - Centar za profesionalizaciju medija; -- (2015). *Kodeks novinara Srbije - uputstva i smernice*. Beograd: Savet za štampu; --(2016). *Smernice za primenu kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju*. Savet za štampu. <http://www.savetzastampu.rs/doc/savet-za-stampu_kodeks-i-onlajn-mediji.pdf>

¹⁰⁶ -- (2015). *Kodeks novinara Srbije - uputstva i smernice*. Beograd: Savet za štampu, str. 5.

kao cilj. Činjenica je da društveno odgovorno informisanje može biti ugroženo od strane države, političkih partija i aktera, medijskih vlasnika koji deluju u (neodgovornom) režimu ekonomskog liberalizma, tj. onih medija koji ništa nisu dužni javnosti već "se pojavljuju kao vlasništvo vlasnika, koji prodaje proizvedenu robu na svoj sopstveni rizik".¹⁰⁷ Značajno je spomenuti i ugrožavanje medija od strane javnosti, tj. publike tako što ona nije zainteresovana za informaciju¹⁰⁸ ili plaćenje pretplate.

U studiji *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina – Predlozi za nove politike* publikovanoj deceniju ranije izneseno je liberalno vrednosno stanovište o privatizaciji medija, koje je trebalo da udalji medije iz "sovjetskog" modela: "Cilj vlasničke transformacije je da država bude odstranjena iz sfere javnog informisanja, kako bi se bar formalno otklonila mogućnost da vlast odnosno državni organi kontrolišu uređivačke politike, i utiču na medijske sadržaje. Time će se, saglasno liberalnom argumentu o neophodnosti slobode medija, ostvariti prvi preduslov da mediji informišu javnost u skladu sa profesionalnim i etičkim normama, te time građanima i biračima obezbede faktičku mogućnost da razumno i u skladu sa svojim interesima glasaju i vrše druge političke i građanske slobodne izbore".¹⁰⁹

Uopšte govoreći, prepreka na putu prema libertarijanskom ili društveno odgovornom režimu jeste politička oligarhija, tj. vlast koja se nalazi u rukama manjeg dela stanovništva koje svoj položaj položaj duguje političkom, ekonomskom ili nekom drugom uticaju, a koja želi kontrolu nad medijima i vrši pritisak po kojem onaj koji publikuje nešto protiv nje može trpeti sankcije. Iako

¹⁰⁷ Imamo to iskustvo da privatni mediji mnogo više naginju zabavi i popularnim sadržajima, praktično izostavljajući informisanje na račun zabave. Problemi komercijalizacije medija uočeni su još kod Lazarsfilda i Mertona polovinom XX veka.

¹⁰⁸ Javni servis Velike Britanije BBC kao jednu od najvećih pretnji danas vidi nezainteresovanost i rasipanje pažnje javnosti prema drugim izvorima informacija: "Korporacija ne može pobeći od fundamentalne realnosti da je ona jedan deo šireg medijskog okruženja, i kao što globalno otopljanje može drastično da utiče na fizičko okruženje, tako i razvojna konjukcija tehnologije i novih obrazaca izbora publike može drastično da utiče na karakter čak i najpoznatijih i najpriznatijih emitera", u: Sterling, H. Christopher (2009). *Encyclopedia of Journalism*. Sage Publications, Inc, p. 185.

¹⁰⁹ Jelinčić, Jadranka [ur.] (2007). *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina - predlozi za nove politike*. Beograd: Fond za otvoreno društvo, str. 19.

ovakav medijski režim u Srbiji nije prisutan od juče,¹¹⁰ u skorije vreme mogu se izdvojiti neki slučajevi koji se mogu oceniti kao novi simptomi takvog medijskog režima (smene zaposlenih u Javnom servisu Vojvodine,¹¹¹ kažnjavanje nedeljnika NIN zbog pisanja o rušenju kuća u Savamaloj¹¹², kažnjavanje Radija 021 zbog pisanja o pripadnicima policije,¹¹³ itd.).

Iako smatramo da medijski sistem Srbije nosi obeležja autoritarnog modela ipak smatramo i da je 2002. godine donošenjem Zakona o zaštiti prava i sloboda nacionalnih manjina¹¹⁴ država stvorila osnov za izlazak iz direktnog uticaja nad različitim područjima života nacionalnih manjina, pa tako i nad područjem informisanja. Na nivou države deo ovlašćenja je prenet sa republičkih i pokrajinskih organa na nacionalne savete nacionalnih manjina, učinivši da manjinski medijski sistemi ne budu više državni - vlast je prenela svoju odgovornost u domenu informisanja na neko drugo telo (savet) "koje ona imenuje, ali kojim direktno ne upravlja i koji ima potpunu autonomiju odlučivanja u periodu za koji je imenovan".¹¹⁵ Uspostavljanjem ovakvog modela država Srbija svrstala se u red onih država koje sprovode takozvani paradržavni model državne politike (eng. *arm's lenght*)¹¹⁶ spram nacionalnih manjina, delegirajući na njihove Nacionalne savete rad i

¹¹⁰ U *Izveštaju o pritiscima i kontroli medija u Srbiji* iz 2011. godine stoji: "Savet za borbu protiv korupcije prikupio je podatke na osnovu kojih se može zaključiti da se nad medijima u Srbiji vrši snažan politički pritisak, zbog čega je nad njima uspostavljena potpuna kontrola. Više ne postoji medij iz kojeg građani mogu da dobiju potpune i objektivne informacije, jer pod snažnim pritiskom koji stiže iz političkih krugova, mediji prećutkuju događaje ili o njima izveštavaju selektivno i nepotpuno". <<http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/mediji/IZVESTAJ%20O%20MEDIJIMA,%20PRECISCENA%20VERZIJA.pdf>>

¹¹¹ <http://www.ndnv.org/2016/05/06/nvo-smena-arezine-pocetak-upodobljavanja-rtv-a-i-povratka-u-devedesete/>; <<https://www.cenzolovka.rs/vesti/medijska-udruzenja-nad-rtv-se-sprovodi-politicko-nasilje/>>

¹¹² <http://www.politika.rs/sr/clanak/371407/Presuda-protiv-Nina-po-tuzbi-ministra-Stefanovica>

¹¹³ <http://www.021.rs/story/Novi-Sad/Vesti/154559/Brutalne-kazne-za-021.html>

¹¹⁴ *Zakon o zaštiti prava i sloboda nacionalnih manjina* ("Sl. list SRJ", br. 11/2002, "Sl. list SCG", br. 1/2003 - Ustavna povelja i "Sl. glasnik RS", br. 72/2009 - dr. zakon i 97/2013 - odluka US).

¹¹⁵ Dragičević-Šešić, Milena; Stojković, Branimir (2003). *Kultura – menadžment, animacija, marketing*. Beograd: Clio. Str. 23.

¹¹⁶ "arm's lenght" - u prevodu "na dužini ruke" - izražava princip distance koja obeshrabruje lični kontakt ili familijarnost. Isto tako, to je uslov ili činjenica da strane u transakciji jesu nezavisne ili na ravnoj nozi. Vidi i:

odgovornost na područjima kulture, obrazovanja, informisanja i službene upotrebe jezika. Iako su evidentna "preuzimanja" nacionalnih saveta od strane političkih partija, ipak ovaj model od njih zahteva napor koji otežava uspostavljanje "državnog" modela na nivou medijskog sistema države.

Na nivou Srbije je na sličan način rešeno "licenciranje" koji se ogleda u davanju dozvole za pružanje medijske usluge televizije i linearne medijske usluge radija na osnovu Zakona o elektronskim medijima.¹¹⁷ Regulatorno telo za elektronske medije (Regulator), osnovano ovim zakonom, je samostalna nezavisna regulatorna organizacija sa svojstvom pravnog lica, koja vrši javna ovlašćenja u cilju: delotvornog sprovođenja utvrđene politike u oblasti pružanja medijskih usluga u Republici Srbiji; unapređivanja kvaliteta i raznovrsnosti usluga elektronskih medija; doprinosa očuvanju, zaštiti i razvoju slobode mišljenja i izražavanja; u cilju zaštite interesa javnosti u oblasti elektronskih medija i zaštite korisnika usluga elektronskih medija, u skladu sa odredbama ovog zakona, na način primeren demokratskom društvu.¹¹⁸ Organi Regulatora su Savet i predsednik Saveta. Ovlašćenje i dužnost da predlažu članove Saveta imaju, pored ostalih, nadležni odbor Narodne Skupštine (2 člana od 9), nadležni odbor Skupštine AP Vojvodine (1 član) i nacionalni saveti nacionalnih manjina, zajedničkim dogovorom (1 član).¹¹⁹ Ovo znači da je zakonskim rešenjem uticaj vlasti nominalno sveden na trećinu unutar Saveta, dok dve trećine pripada civilnom društvu, što se može pozitivno oceniti. S druge strane, evidentne su borbe da se u Savet proguraju "vladini nevladini" predstavnici, što baca senku na zakonsko rešenje.¹²⁰

Kad je u pitanju rad Regulatora od aktivnosti iz njegovog delokruga ovde treba izdvojiti bar dve: podstiče očuvanje i zaštitu srpske kulture i jezika, kao i kulture i jezika nacionalnih manjina;¹²¹

Dragičević-Šešić, Milena; Stojković, Branimir (2003). *Kultura – menadžment, animacija, marketing*. Beograd: Clio. Str. 23.

¹¹⁷ *Zakon o elektronskim medijima* ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 6/2016 - dr. zakon).

¹¹⁸ *Zakon o elektronskim medijima* ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 6/2016 - dr. zakon), č. 5.

¹¹⁹ *Zakon o elektronskim medijima* ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 6/2016 - dr. zakon), č. 9.

¹²⁰ Vidi: <<https://www.cenzolovka.rs/vesti/politicka-kontrola-rtv-uz-pomoc-saveta-rem-tajanstvena-glasanja-i-zavet-cutanja/>>
<http://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2016&mm=11&dd=20&nav_id=1201349>

¹²¹ *Zakon o elektronskim medijima* ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 6/2016 - dr. zakon), č. 22. s. 19.

podstiče razvoj profesionalizma i visokog stepena obrazovanja zaposlenih u elektronskim medijima u Republici Srbiji, kao i unapređenje uređivačke nezavisnosti i autonomije pružalaca medijskih usluga.¹²² Važan momenat za informisanje nacionalnih manjina na osnovu ovog Zakona jeste taj da "Regulator, na osnovu sagledavanja različitih potreba građana i društvenih grupa na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou za informisanjem, obrazovanjem, kulturnim, sportskim i drugim sadržajima, na srpskom i jezicima nacionalnih manjina, u saradnji sa regulatornim telom nadležnim za elektronske komunikacije i telom nadležnim za zaštitu konkurencije, utvrđuje Predlog strategije razvoja medijske usluge radija i audio-vizuelnih medijskih usluga u Republici Srbiji za period od sedam godina".¹²³ Na internet stranici Regulatora stoji obaveštenje od 24. novembra 2015. godine: "Savet Regulatornog tela za elektronske medije usvojio je Nacrt predloga Strategije razvoja medijske usluge radija i audio-vizuelnih medijskih usluga u Republici Srbiji".¹²⁴ Nacrt nam nije bio dostupan u doba pisanja ovog teksta.¹²⁵

Nacionalni saveti nacionalnih manjina, po Zakonu o nacionalnim savetima nacionalnih manjina, usvajaju strategiju razvoja informisanja na jeziku nacionalne manjine, u skladu sa strategijom Republike Srbije, i daju predloge Republičkoj radiodifuznoj agenciji prilikom izrade Strategije razvoja radiodifuzije.¹²⁶ Njihova uloga u radu Regulatora, i pored toga što je Zakon o elektronskim medijima donesen još 2014. godine, bila je umanjena zato što je tek od nedavno pokrenut postupak za izbor tri člana Saveta REM koje predlažu nadležni odbor Skupštine Srbije, udruženja filmskih, scenskih i dramskih umetnika i udruženja kompozitora, kao i nacionalni saveti

¹²² *Zakon o elektronskim medijima* ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 6/2016 - dr. zakon), č. 22. s. 22.

¹²³ *Zakon o elektronskim medijima* ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 6/2016 - dr. zakon), č. 23. s. 1; Inače, u vreme formiranja Republičke radio-difuzne agencije (RRA), jedan od prvih zadataka koji se našao pred prvim sazivom ovog tela bilo je baš donošenje Strategije za razvoj radiodifuzije u Srbiji. Doneta 2005. godine, ova Strategija je važila je za period do 2013. godine. Zakonom o elektronskim medijima, koji je stupio na snagu 13. avgusta 2014, RRA je promenila naziv u Regulatorno telo za elektronske medije (RTEM).

¹²⁴ <http://starisajt.rra.org.rs/mobile/latinica/news/article/savet-rem-usvojio-nacrt-predloga-strategije-razvoja-medijske-usluge-radija-i-audio-vizuelnih-medijskih-usluga-u-rs>

¹²⁵ <http://rem.rs/sr-lat/regulativa/zakoni-i-strategije>

¹²⁶ *Zakon o nacionalnim savetima nacionalnih manjina* ("Sl. glasnik RS", br. 72/2009, 20/2014 - odluka US i 55/2014), č. 21.

nacionalnih manjina.¹²⁷ Ono što je činjenica je da će nacionalni saveti imati predstavnika tek u maju, a normalno bi bilo da do tada Strategija već bude usvojena. Nužno je naglasiti da izbor predstavnika nacionalnih saveta u Savetu Regulatora mora biti proceduralno ispravan i visoko legitiman, što znači da nacionalni saveti nacionalnih manjina moraju aktivno učestvovati u ovom izboru.

Kao što smo već spomenuli, autoritarni medijski režim može imati svoju formu i kad su u pitanju mediji na jezicima nacionalnih manjina.¹²⁸ Insistiranje da se država povuče iz učešća u vlasništvu nad medijima nije od juče, i osnivačka prava nad novinsko-izdavačkim ustanovama na jezicima nacionalnih manjina u AP Vojvodini preneti su sa Skupštine APV na nacionalne savete još 29. juna 2004. godine.¹²⁹ Još tada „poslanicama je podeljeno zajedničko pismo novinara listova "Ruske slovo", "Libertatea" i "Hlas ljudu", koji su pozvali poslanike da ne glasaju za ostvarenje nauma o transferu osnivačkih prava, jer bi time, kako je navedeno, došlo do degradacije novinsko-izdavačkih ustanova, a listovi bi postali tek bilteni nacionalnih saveta i lokalnih moćnika. Redakcijama tih listova u sličnom zahtevu priključio se i štrajkački odbor lista "Mađar so"¹³⁰.

¹²⁷ <http://www.naslovi.net/2017-01-10/kurir/izbor-clanova-rem-pokrenut-postupak-trojici-clanova-istice-mandat-u-maju/19476042>>

¹²⁸ Nedim Sejdinović ukazuje na slabost koja je u nedovoljnoj meri tretirana u javnosti: "ona se odnosi na medije na jezicima nacionalnih manjina. Praktično, kada se čitaju novi zakoni, kao da postoje dve potpuno odvojene medijske scene, ona na većinskom i ona na manjinskim jezicima, koje se zasnivaju na potpuno suprotnim principima. Dok organi vlasti, bar formalno, izlaze iz medija na većinskom jeziku, dotle nacionalni saveti (skupštine nacionalnih manjina) praktično dobijaju monopol nad informisanjem na manjinskim jezicima". Vidi: < <http://www.fairpress.eu/rs/blog/tag/medijska-strategija/>> (pogledano 15.01.2017.).

¹²⁹ O recepciji ove političke odluke vidi: Domonji, Pavel [priredio] (2008). "Multietnički identitet Vojvodine: izazovi u 2007-08", *Helsinške sveske*, br. 27. Beograd: Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji.

¹³⁰ Isto tako, zanimljivo je podsetiti se na ono što je tada upozoravano: „Poslanica DSS Donka Stančić upozorila je da bi se prenosom osnivačkih prava na nacionalne savete listovi na jezicima manjina preneli u vlasništvo određenih partija koje kontrolišu te savete, i da bi se time došlo u situaciju da poreski obveznici iz Vojvodine finansiraju partijske listove pojedinih manjina. Ističući da je "Mađar so" jedan od najuglednijih listova u Vojvodini, ona je, na molbu novinara "Mađar soa", za govornicom pročitala izjavu Jožefa Kase u kojoj on oštro napada zaposlene u tom listu zbog njihovog protivljenja da pređu u vlasništvo Nacionalnog saveta Mađara". Šef poslaničke grupe SVM Jožef F. Varga naglasio je tada da je nacionalnim savetima data mogućnost da osnivaju ustanove u oblasti kulture, obrazovanja, pa i informisanja i rekao: „Krajnje je vreme da u informisanju, konkretno u slučaju Mađara, uzmemo stvar u svoje ruke i tada više nećemo moći da

Uspostavljanjem nacionalnih saveta nacionalnih manjina su stvoreni saveti kao organi nedržavne uprave¹³¹ koji imaju određena javna ovlašćenja.¹³² Država se na ovaj način odrekla direktnog autoriteta nad nacionalnim manjinama, ali postoje indicije da je zapravo autoritarni model na taj način preseljen na nivo nacionalne manjine. U tom smislu pažnju je 2011. godine izazvao slučaj smene glavnog urednika lista *Magyar Szó* Čabe Presburgera (Pressburger Csaba),¹³³ kao i smena direktora RTV Pannon iste godine.¹³⁴ Kako je doprlo do javnosti, članovi Nacionalnog saveta mađarske nacionalne manjine koji su tad predložili smenu Presburgera, „bili su nezadovoljni sa njegovim odlukama, a svoje nezadovoljstvo su izrazili više kao idejno pitanje, a ne strukovno, navodeći da "zbog propusta, grešaka koji se daju primetiti u listu, od slučaja do slučaja u listu se pojavljuje negativna slika o onim osobama iz javnog života, koji su preuzeli na sebe formiranja sudbine vojvođanskih Mađara i zastupaju isto" (izrečeno na sastanku Nacionalnog saveta, 24. juna 2011. godine)".¹³⁵ Iako je moguće sporiti se oko toga da li ove smene izlaze van očekivanog autoriteta osnivača ili ne, treba ipak naglasiti da ovi slučajevi funkcionišu kao upozorenje ostalim medijskim poslenicima po principu "kazni jednog - poduči stotinu".

prstom upremo u vas i kažemo da nam je sva ta rešenja koja ne valjaju nametnula srpska većina. Smatramo da smo dovoljno sposobni i organizovani da najmanje na ovom nivou zadržimo kvalitet informisanja, jer ćemo tada samo mi biti i odgovorni za istinitost pisanja medija na jezicima manjina", Vidi: <<http://www.mc.rs/osnivacka-prava-nad-listovima-manjina-preneta-nacionalnim-savetima.6.html?eventId=14668>> (pogledano 15.01.2017.).

¹³¹ "Razmatrajući pitanje pravne prirode, odnosno pravnog položaja nacionalnog saveta nacionalne manjine Ustavni sud je stao na stanovište da nacionalni savet nacionalne manjine, saglasno Ustavu, ima karakter posebnog (nedržavnog) tela - organizacije koja predstavlja institucionalni oblik putem koga se u Ustavom utvrđenim oblastima društvenog života koje su značajne za očuvanje identiteta nacionalne manjine (kultura, obrazovanje, obaveštavanje i službena upotreba jezika i pisma), ostvaruju kolektivna prava nacionalne manjine (prava na samoupravu) u tim oblastima, tako što se nacionalnom savetu zakonom poveravaju određena javna ovlašćenja da učestvuje u odlučivanju ili da samostalno odlučuje o pojedinim pitanjima iz ovih oblasti". Vidi: < <http://www.paragraf.rs/dnevne-vesti/280214/280214-vest1.html> >

¹³² Stjepanović, Nikola; Lilić, Stevan (1991). *Upravno pravo*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, str. 114.

¹³³ <http://www.vajma.info/cikk/szerbkiadas/1335/Presburger-je-smenjen.html>

¹³⁴ <http://www.nuns.rs/codex/Mediji-u-demokratiji/Sloboda-izbora-jezika-komunikacije.html>

¹³⁵ <http://www.uns.org.rs/sr/desk/media-news/39716/pismo-zaposlenih-u-dnevnom-listu-madjar-so.html>

Uočljive su različite aktuelne strategije uredništva medija u kojima nacionalni saveti utiču na izbor rukovodstva i uredništva. Kod nekih se one ogledaju u nastojanju da se istinski poštuje novinarski kodeks; kod nekih se fingira poštovanje kodeksa tako što se "druga strana" pita, ali oko irelevantnih pitanja - kvota je tu, ali ne i suštinsko različito iskazano mišljenje; kod nekih je prisutno "netalasanje" po principu "ne diram te - ne diraš me"; kod nekih postoje sistemi određivanja kvota za prostor u medijima gde se očekuje da ta "mehanika" odgovori interesu javnosti; postoje i potpuna saglasja sa političkom većinom u nacionalnom savetu; postoji i autocenzura "za svaki slučaj"; postoji i klasični sasvim trivijalni nerad i otaljavanje posla. Ovaj dijapazon usložnjava pitanje uticaja Saveta na uredništva i rukovodstva. Loše je ukoliko Saveti kažnjavaju urednike koji poštuju novinarski kodeks. Međutim, postavlja se pitanje da li Saveti treba da tolerišu nerad ili nepoštovanje novinarskog kodeksa, tj. da li oni treba da intervišu jer kad medij „ne preuzima svoje odgovornosti, neki drugi akteri moraju se starati da suštinske funkcije masovnih komunikacija budu izvedene“?

Po rezultatima ankete koja se nalazi na stranici NUNS „Negativna mišljenja o uticaju nacionalnih saveta na rad manjinskih medija raširena su i među samim pripadnicima manjina koji su angažovani oko informisanja na jezicima manjina ili rade u manjinskim medijima. Od 50 anketiranih pripadnika manjina, 40% smatra da je davanje nacionalnim savetima osnivačkih i upravljačkih prava nad medijima na jezicima manjina proizvelo više dobrih nego loših rezultata, dok se 52% nije saglasilo sa ovim mišljenjem. Tri četvrtine ispitanika (72%) misli da nacionalni saveti manjina nemaju instrumente kojima mogu bitno unaprediti rad i razvoj medija na jezicima manjina, a 62% da manjinski mediji nemaju instrumente kojima se mogu zaštititi od uticaja nacionalnih saveta na uređivačku politiku. Kao najnegativnije posledice davanja osnivačkih prava nacionalnim savetima, 40% je izdvojilo neograničen uticaj nacionalnih saveta na uređivačku i kadrovsku politiku manjinskih medija, 34% neograničen uticaj saveta na poslovnu politiku, a 32% da su time narušeni osnovni principi uređenja medijskog sistema koji uključuju prestanak direktnog državnog finansiranja medija. Oko četvrtina anketiranih (po 24%) misli da je smanjen kredibilitet manjinskih medija i da je povećana autocenzura novinara ovih medija“.¹³⁶ Zanimljivo je da „Od 50 anketiranih pripadnika devet manjinskih zajednica, koji su angažovani oko manjinskih

¹³⁶ <http://www.nuns.rs/codex/Mediji-u-demokratiji/Sloboda-izbora-jezika-komunikacije.html>

medija (članovi nacionalnih saveta i njihovih tela, novinari), 50% kaže da su malo (38%) ili nimalo (12%) zadovoljni medijima na jeziku manjine kojoj pripadaju, 42% je donekle zadovoljno, a 2% potpuno zadovoljno¹³⁷.

Pitanje je šta bi zapravo zadovoljilo ispitanike (jer nismo sigurni da svi žele liberalizaciju i demokratizaciju), ali mi i dalje držimo da je normativni ideal liberalni ili društveno odgovorni medijski režim koji očigledno, kad su medijski sistemi nacionalnih manjina u pitanju, u velikoj meri zavisi od karaktera nacionalnih saveta nacionalnih manjina i demokratizacije društvenog života nacionalnih manjina uopšte. U tom smislu valja imati na umu da je način izbora nacionalnih saveta takav da skoro u potpunosti preslikava političke izbore za lokalne samouprave u Srbiji.¹³⁸ Lica koja predsedavaju nacionalnim savetima su vrlo često lica relativno visoko rangirana unutar političkog života, tj. ona koja istovremeno imaju i stranačke i političke funkcije. Oni vode većinu koja sprovodi ingerencije nad javnim ustanovama koje su osnivači štampanih medija na jezicima manjina. Ingerencije koje smatramo značajnim su te da Nacionalni savet "može, na način utvrđen zakonom, samostalno ili zajedno sa drugim pravnim licem, osnivati ustanove i privredna društva za obavljanje novinsko-izdavačke i radio-televizijske delatnosti, štampanja i reprodukcije snimljenih medija i vršiti prava i obaveze osnivača"¹³⁹ i "daje predlog za raspodelu sredstava koja se dodeljuju putem javnog konkursa iz budžeta Republike, autonomne pokrajine ili jedinice lokalne samouprave pravnim i fizičkim licima koja obavljaju informisanje na jeziku nacionalne manjine".¹⁴⁰ Ovo znači da

¹³⁷ <http://www.nuns.rs/codex/Mediji-u-demokratiji/Sloboda-izbora-jezika-komunikacije.html>

¹³⁸ On podrazumeva predlaganje lista za koje glasaju registrovani pripadnici nacionalne manjine, i zatim nacionalni saveti bivaju formirani kao svojevrsne skupštine pripadnika nacionalnih manjina. Ono što se skoro redovno događa jeste majorizacija od strane onih koji imaju većinu savetu (pobednik uzima sve, pa tako i medije i njihov prostor). Liste se neretko pojavljuju sastavljene od strane predstavnika političkih stranaka od kojih su infrastrukturno i na druge načine podržane. O izborima za nacionalne savete vidi više u: Ilić, Snežana (2015). "Politička kultura nacionalnih manjina u kontekstu izbora za nacionalne savete", u: Radosavljević, Duško; Keveždi, Miroslav; Vukašinović, Eva [ur.]. *Nacionalni saveti nacionalnih manjina i kultura 2*. Novi Sad: Zavod za kulturu Vojvodine, str. 67-90.

¹³⁹ *Zakon o nacionalnim savetima nacionalnih manjina* ("Sl. glasnik RS", br. 72/2009, 20/2014 - odluka US i 55/2014), č. 19.

¹⁴⁰ *Zakon o nacionalnim savetima nacionalnih manjina* ("Sl. glasnik RS", br. 72/2009, 20/2014 - odluka US i 55/2014), č. 21.

(stranačka i politička) elita ima uticaj na formiranje medija i delom na način njegovog finansiranja. U takvom sistemu uredništva i rukovodstva postavljena su u položaj da se prirodno očekuje usaglašavanje sa većinom u nacionalnim savetima koja je najčešće partijski organizovana. To utiče na to da se neretko odgovara interesima partijskog autoriteta umesto javnosti, što je u suprotnosti sa *Kodeksom* i liberalnim principima.

I pored dela prihvatljivih pravnih rešenja slažemo se sa tvrdnjom da "Reforma medijskog sistema u poslednjih 15 godina nije uspeła da stvori uslove za razvoj nezavisnog, pluralističkog i održivog sistema informisanja manjina na maternjem jeziku. Informacione potrebe etničkih manjina zadovoljavaju tri vrste medija. Nijedna se do sada nije pokazala kao odgovarajuća za slobodno, nepristrasno, relevantno i kvalitetno informisanje ciljne publike".¹⁴¹ Smatramo da je od presudnog značaja pitanje kvalifikovanosti aktera iz nacionalnih saveta koji žele da intervenišu u medijima. Sistem izbora nacionalnih saveta takav je da ne garantuje da će članovi saveta i njegovi radnih tela imati odgovarajući nivo medijskih kompetencija već je postavljen tako da se proizvodi visoki politički legitimitet koji potpuno ostavlja u drugom planu stručni ili etički legitimitet. Zbog toga ne čudi da postoji nezadovoljstvo situacijom.

Evidentno je da postoje mišljenja da "Za sada ne postoje rešenja, ni zakonska ni institucionalna, kojima bi se onemogućio ili ograničio politički uticaj nacionalnih saveta na medije na jezicima manjina čiji su oni osnivači".¹⁴² Mi smo mišljenja da saveti mogu imati manjinsku politiku, ali da ta politika ne bi trebala da bude protiv slobode drugih aktera da iznose svoje mišljenje i kritikuju rad onih koji imaju vlast (tj. ovlašćenja). Drugim rečima - očekuje se da manjinske politike budu vođene idejama slobode i društvene odgovornosti.

Stanje u Srbiji, kad je u pitanju manjinsko informisanje, prepoznato je pre deset godina na sledeći način: "Trenutno se većina manjinskih medija finansira iz budžeta na svim nivoima, što ovim medijima obezbeđuje ekonomsku održivost. Ali, time ovi mediji stiču privilegovan položaj na manjinskim medijskom tržištu. Naime, na ovaj način se

¹⁴¹ Matić, Jovanka; Valić Nedeljković, Dubravka (2015) "Privatizacija medija na jezicima manjina: šansa ili nestanak?" u: Valić Nedeljković, Dubravka [ur.]. *Značaj medijskog integriteta: monitoring primene novih medijskih zakona u Srbiji: privatizacija medija*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, str. 3.

¹⁴² <http://www.nuns.rs/codex/Mediji-u-demokratiji/Sloboda-izbora-jezika-komunikacije.html>

korisnicima budžetskih sredstava njihovih osnivača (lokalne zajednice ili nacionalni saveti nacionalnih manjina) obezbeđuje i neka vrsta monopola na informisanje na jezicima manjina, i to bez obzira na njihov kvalitet, uređivačku politiku, razvojne ili profesionalne kapacitete. S druge strane, finansijska zavisnost direktno otvara prostor za uticaj na uređivačku politiku i ugrožavanje principa nezavisnosti i pluralizma medija¹⁴³. Savet za borbu protiv korupcije je u izveštaju o vlasničkoj strukturi i kontroli medija iz februara 2015. godine među pet sistemskih problema koji „godinama parališu sistem javnog informisanja“ u Srbiji izdvojio i ekonomski uticaj na medije kroz budžet, poreske olakšice i druge indirektno oblike finansiranja javnim novcem, kao i problem privatizacije medija. Savet je u izveštaju naveo i da je većina medija koji ima većinski državni ili društveni kapital pod direktnom kontrolom političkih stranaka.¹⁴⁴ Rešenje je prepoznato u kretanju ka ekonomskom liberalnom modelu tj. privatizaciji. Međutim, ovo rešenje moguće je prepoznati i kao problem jer: "Postoje naime brojni dokazi da su novi vlasnici privatizovanih medija ljudi bliski vladajućim strankama, a nije jasno ni poreklo novca kojim su kupljena ova preduzeća".¹⁴⁵ I pored toga što uviđamo da je od privatizacije očekivano da nestane monopol i da se poveća kvalitet, poboljša uređivačka politika i razvojni i profesionalni kapaciteti - pre bismo rekli da je procesom privatizacije ipak izvršen prelazak od etatizma ka jačanju partokratije, a zanimljivo je da trend korumpiranja medijskog nije svojstven samo Srbiji.¹⁴⁶

¹⁴³ Jelinčić, Jadranka [ur.] (2007). *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina - predlozi za nove politike*. Beograd: Fond za otvoreno društvo, str. 21.

¹⁴⁴ Drašković, Brankica; Gruhonjić, Dinko (2015). "Svojinska transformacija medija u Srbiji - primer lokalnih medija", *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, knjiga XL-2, str. 109.

¹⁴⁵ Serenčeš, Žužana (2016). *Manjinski i višejezični mediji u kontekstu sprovođenja medijskih zakona : izveštaj* / Žužana Serenčeš, Nedim Sejdinović. Novi Sad : Nezavisno društvo novinara Vojvodine, str. 13.

¹⁴⁶ „Skandal u koji su bile upletene britanske novine *Vesti sveta* (News of the World) jasno je stavio do znanja da i zapadni mediji počinju da preispituju nedodirljivost postojećih vlasničkih modela i dominantne modele regulacije medija. "Pokazalo se da korporativna korupcija u medijima predstavlja pretnju slobodi izražavanja i demokratiji. Ali ona je samo deo rasprostranjene korupcije u javnom životu, koji je iznad svega, vođen privatizacijom" napisao je Šejmus Miln u Gardijanu (*The Guardian*)", u: Matić, Jovanka; Valić Nedeljković, Dubravka; Hrvatina, B. Sandra; Petković, Brankica (2014). *Značaj medijskog integriteta : vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, str. 11.

Kakvo god bilo, u toku 2015. godine manjinsko informisanje u Srbiji doživelo je udar. Prema javno dostupnim podacima iz 2010. godine, 160 medija je proizvodilo barem deo sadržaja na manjinskim jezicima, od čega 31 medij u potpunosti.¹⁴⁷ Privatizacijom u 2015. godini obuhvaćeno je više od sedamdeset medija.¹⁴⁸ Od njih 28 koji su emitovali sadržaje na manjinskim jezicima, 15 ih je imalo program na mađarskom, po osam na slovačkom i romskom, šest na rumunskom, četiri na rusinskom, po tri na albanskom i hrvatskom, po dva na bosanskom i ukrajinskom i po jedna na makedonskom, vlaškom, češkom i bugarskom jeziku, a ukupno je jedanaest višejezičnih medija ostalo neprivatizovano.¹⁴⁹ Ugašeno je devet medija koji su program emitovali na mađarskom jeziku, šest na romskom, po četiri na slovačkom i rumunskom, tri na hrvatskom, po dva na albanskom i rusinskom i po jedan na bosanskom, ukrajinskom i vlaškom.¹⁵⁰ U naročito lošem položaju našle su se manjine koje žive na prostoru centralne Srbije, jer za razliku od manjina u Vojvodini nemaju javni servis koji bi emitovao program na njihovim jezicima: "Ostavljeni bez lokalnih medija, ali i kvalitetnog informisanja na javnim servisima, pripadnici nacionalnih manjina upućuju se na informisanje putem interneta ili na medije iz njihovih domicilnih zemalja, a

¹⁴⁷ Uporedi: Matić, Jovanka; Valić Nedeljković, Dubravka (2015) "Privatizacija medija na jezicima manjina: šansa ili nestanak?", u: Valić Nedeljković, Dubravka [ur.]. *Značaj medijskog integriteta: monitoring primene novih medijskih zakona u Srbiji: privatizacija medija*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, str. 1-2.

¹⁴⁸ Ova brojka varira u različitim izveštajima: "Od 76 medija za koje je bila predviđena privatizacija, 28 je emitovalo programske sadržaje na manjinskim jezicima" u: Janjić, Stefan (2015). "Privatizacija višejezičnih medija u Srbiji 2015. godine - izneverena očekivanja", u: Valić Nedeljković, Dubravka [ur.]. *Značaj medijskog integriteta: monitoring primene novih medijskih zakona u Srbiji: privatizacija medija*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, str. 44. Na drugom mestu stoji sledeće: "...od ukupno 73 medija koji su bili predmet privatizacije, 43 je sa manjinskim sadržajima" u: Serenčeš, Žužana (2016). *Manjinski i višejezični mediji u kontekstu sprovođenja medijskih zakona : izveštaj /* Žužana Serenčeš, Nedim Sejdinović. Novi Sad : Nezavisno društvo novinara Vojvodine, str. 10. Najmanji broj s kojim se operiše nalazi se u *Izveštaju 1-2/2016 o sprovođenju akcionog plana za ostvarivanje prava nacionalnih manjina* gde stoji "Tokom postupka privatizacije, putem metoda prodaje kapitala i imovine, privatizovano je i 13 medija, koji u skladu sa dozvolom za pružanje medijske usluge u svojim programskim elaboratima imaju i program na jezicima nacionalnih manjina". <http://www.ljudskaprava.gov.rs/sites/default/files/prilog_fajl/izvestaj_br._1-2-2016.pdf>

¹⁴⁹ Janjić, Stefan (2015). "Privatizacija višejezičnih medija u Srbiji 2015. godine - izneverena očekivanja", u: Valić Nedeljković, Dubravka [ur.]. *Značaj medijskog integriteta: monitoring primene novih medijskih zakona u Srbiji: privatizacija medija*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, str. 47.

¹⁵⁰ *Ibid.*, str. 50.

ne na medije u Republici Srbiji, državi u kojoj bi trebalo da budu jedan od stubova participativne demokratije i da aktivno učestvuju u donošenju odluka i kreiranju politika".¹⁵¹

Pojava *online* medija, koji su relativno laki i jeftini za uspostavljanje, a koji su zasnovani na specifičnoj arhitekturi koja je sama po sebi osmišljena da bude suprotnost autoritarnom, može se videti kao šansa za prevazilaženje tradicionalnih političkih i medijskih arhitektura koje pogoduju autoritarnim sistemima.

U tom pravcu podsećamo da autori poput Dominik Kardona (Dominique Cardon) vide u načinu na koji je kreirana arhitektura Interneta jednu od presudnih odrednica za njegovo funkcionisanje.¹⁵² Uključenost različitih aktera u inicijalnoj fazi formiranja Interneta podstakla je konstrukciju jedne otvorene arhitekture, podesne da okupi mnoge mreže i da radi na različitim mašinama sa različitim jezicima: "Niko ne bi mogao da prisvoji mrežu. Prema tome, niko ne bi mogao da je kontroliše osim tehničkih zajednica koje su, definišući standarde njenog funkcionisanja, istovremeno utvrdile i principe upravljanja mrežom, čije ključeve čuvaju sve do danas".¹⁵³ Po Kardonu, principi te arhitekture su jednostavni: olakšati povezivanje i stalno proširivanje mreže. On u tome vidi ključni razlog što je, na tehnički revolucionaran način "inteligencija bila raspoređena u 'krajve' Interneta, a ne u njegovo središte". Kardon razlikuje ovakvu arhitekturu u odnosu na arhitekturu telefonske mreže, koja je čvrsto zatvorila inovativni potencijal u centar mreže koji kontrolišu operateri. Ova razlika je specifična u odnosu na sve pređašnje medije koji su imali inteligenciju u centru, a pasivnu publiku na periferiji. Sa Internetom publika ima mogućnost da postane aktivna i inteligentna, a centar je "glup" – on ima tek protokolarnu ulogu da obezbeđuje protok informacija iz periferije. Činjenica je da politički centri imaju tendenciju svođenja Interneta na tradicionalnu arhitekturu, pogotovo u onom što se može

¹⁵¹ *Ibid.*, str. 51.

¹⁵² Uporedi: Keveždi, Miroslav (2013). "Specifičnosti sajber-prostora s obzirom na ideološko-politički ekstremizam", u: Jelinčić, Jadranka; Ilić, Snežana (ur.). *Politički ekstremizam u sajber prostoru Srbije*. Zrenjanin: Centar za razvoj civilnog društva, str. 38.

¹⁵³ Kardon, Dominik (2013). *Internet demokratija – obećanja i granice*. Beograd: Fabrika knjiga, str. 16-17.

opisati kao društveni sloj¹⁵⁴ Interneta. Sloboda izražavanja na Internetu sve više liči na onu iz *offline* sveta, a to znači da je istovremeno i sve autoritarnije organizovana.

Informisanje putem interneta, kao što smo videli, pravno je moguće i preko *online* medija koji su registrovani u Srbiji. U skladu sa svetskim trendovima oni su *a priori* viđeni kao rešenje za probleme koji prate tradicionalne medije. Međutim, od strane istraživača, stručnjaka i medijskih poslenika stižu glasovi koji upozoravaju da ta alternativa ima svoj set problema na koji se pažnja slabije obraća. Tako Endrju Kura (Andrew Currah) ukazuje da "Iako oni sada imaju pristup publici u milionima, objavljiivači lokalnih i regionalnih vesti pronalaze da web ne isplaćuje".¹⁵⁵ Isto tako, primećuje se da postoje problemi sa prikupljanjem sredstava od reklama, kao i drugi problemi.¹⁵⁶ Smatramo važnim ukazivanje Preloga na suštinske probleme koji se pojavljuju sa novim tehnologijama kakva je Internet. Jedan od njih je nemogućnost naplate autorskih prava,¹⁵⁷ a drugi, trivijalan ali uticajan, jeste uticaj novih tehnologija na izbegavanje propagandnih poruka.¹⁵⁸ Od ovakvih momenata zavisi i karakter društveno-tehnološke promene koju mediji proživljavaju. Ako bi se očuvala prodaja i prihod od reklama u meri u kojoj je ona bila prisutna ranije mnogi mediji danas ne bi shvatali promenu kao razarajuću već bi je pre gledali kao transformaciju i tranziciju.

¹⁵⁴ Uporedi: Keveždi, Miroslav (2013). *Ibid.*, str. 43.

¹⁵⁵ Currah, Andrew (2009). *Navigating the Crisis in Local and Regional News: A Critical Review of Solutions* [WORKING PAPER]. (September). The Reuters Institute for the Study of Journalism.

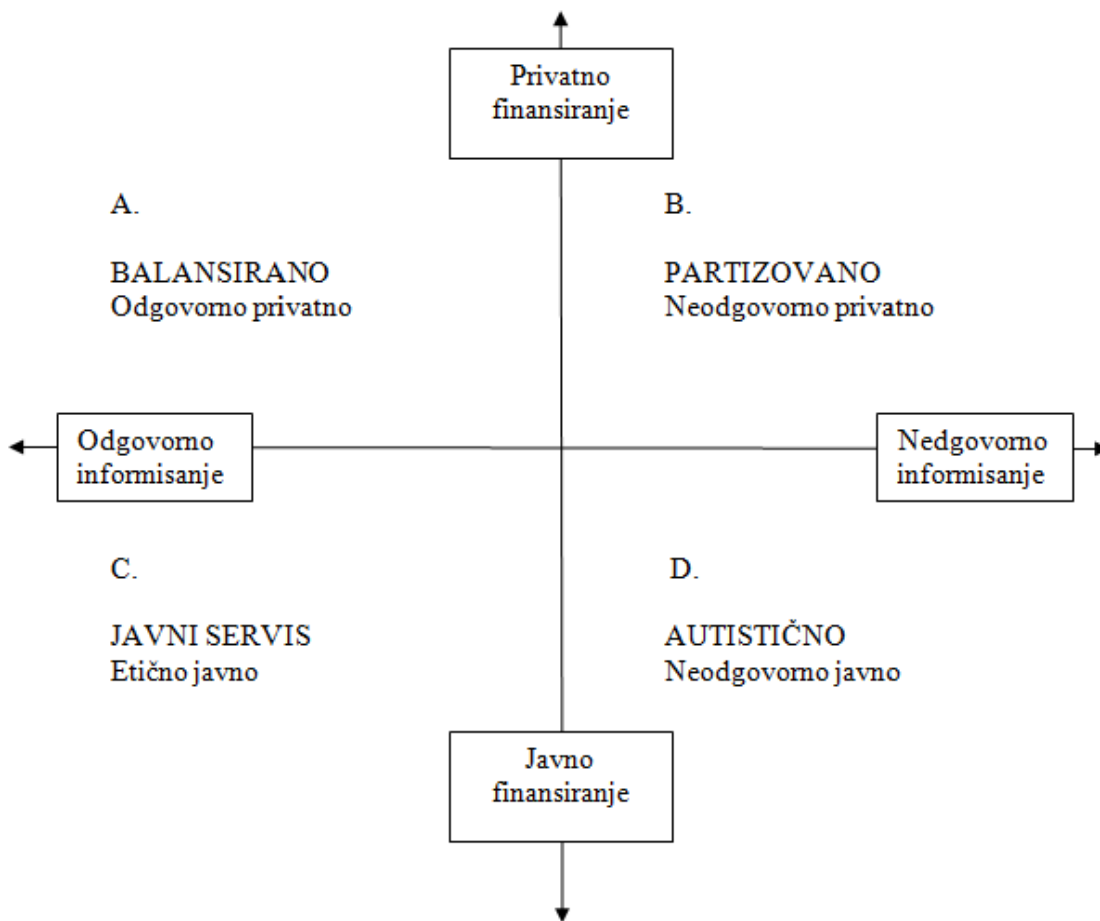
¹⁵⁶ Mitchelstein, Eugenia and Boczkowski, J. Pablo (2009). "Between tradition and change: A review of recent research on online news production". *Journalism*. Vol. 10 (5): 565.

¹⁵⁷ Na internetu, barem za sad, plaćanje po pogledu na sadržaj u pravilu je prekomplikirano za obradu "trošak administriranja nekoliko centi ili lipa za pogled na neki tekst često je skuplji od dobivenog iznosa", uporedi: Prelog, Nenad (2011). "Novi mediji i novinstvo na internetu", u: Peruško, Zrinjka [ur.]. *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i turk - Hrvatsko sociološko društvo, str. 216.

¹⁵⁸ Izbegavanje propagandnih poruka moguće je "premotavanjem" ili "skipovanjem" delova koji se odnosi na ove sadržaje, kao i na blokiranje reklamnih sadržaja tokom "surfovanja" internetom (AdBlock). AdBlock funkcija polako se danas razvija u filter koji omogućava "belu listu" preko koje se dopušta prikazivanje propagandnog sadržaja, što postaje sve češći uslov za pristup medijskim sadržajima i internet stranicama uopšte.

4. Raspoložive praktično-političke opcije - ocena ponuđenih alternativa s obzirom na online informisanje nacionalnih manjina

Ukoliko rešenje za problem (manjinskog) autoritarnog medijskog sistema izvedemo na osnovu iznesenih premisa uočavamo da su neke od najvažnijih dimenzija potencijalnog rešenja odgovornost, finansije, pluralizam, pokrivanje, stabilnost. Svaka od potencijalnih opcija predstavlja kombinaciju tih dimenzija. Kao dimenzije koje su najznačajnije s obzirom na javne politike kreiraćemo opcije s obzirom na vrstu finansijskih sredstava i odgovorni odnos prema javnosti (grafikon 6).



GRAFIKON 6 - OPCIJE MANJINSKOG INFORMISANJA

4.1. Raspoložive praktično-političke opcije

A. Balansirano informisanje - odgovorno privatno

Ova opcija odgovara liberalnom modelu medijskog sistema. Osnovna osobina bila bi ta da je vlasništvo nad medijem privatno, a da taj medij istovremeno informiše balansirano, omogućavajući pluralizam mišljenja i nadmetanje ideja. S obzirom da je balans inkorporiran kao vrednost unutar medijskih kodeksa možemo reći da bi ovo zapravo bila društveno odgovorna liberalna opcija.

Uvođenjem momenta društvene odgovornosti u privatno medijsko poslovanje *online* medija preuzimaju se i etički kodovi iz novinarskih kodeksa koji sadrže i dodatne elemente s obzirom na specifičnosti ovakvih medija.¹⁵⁹ Balansirani medij imao bi osobinu zainteresovane neutralnosti (nepriistrasnosti).

Nedostatak ove opcije jeste u finansijskoj neodrživosti. Drugim rečima, medij koji bi informisao na manjinskom jeziku i sticao sredstva za rad na tržištu je izuzetna retkost. Balansiranost informisanja povećava tržište zato što se pretpostavlja da su sve strane zainteresovane da vide kako je prezentovano njihovo mišljenje (slika) i koja je njegova vrednost u odnosu na suprotstavljena mišljenja. Ipak, to tržište i dalje mora biti odgovarajuće veličine kako bi se prešao prag isplativosti (što znači da odgovara relativno velikoj i homogenoj publici). Isto tako, tržište sa manje konkurencije povećava finansijsku održivost. Problem konkurencije jeste u tome da je ona u digitalnom dobu izuzetno jaka (ponuda na Internetu je svakim danom sve veća i stiže od profesionalaca, amatera pa čak i robota). Istovremeno, donekle paradoksalno, veliki broj novih medija zapravo živi od svoje konkurencije tako što preuzima proizvode kako od tradicionalnih tako i od drugih novih medija. Ovo znači da se zapravo često povećava broj ponuđača istog sadržaja, što nove medije dovodi u kontradiktornu poziciju - svaki bi voleo da ima ekskluzivnu informaciju, ali

¹⁵⁹ U Srbiji već postoji i udruženje online medija - Asocijacija onlajn medija (AOM). Osnivači AOM-a su: 021.rs, Autonomija.info, BIRN, Cenzolovka, CINS, IST Media, Istinomer, JugMedia, JugPress, Južne vesti, Krik, Media & reform centar Niš, Mingl, Moj Bečej, Njuz.net, SOinfo, ŠumadijaPress i Titulli.com. Vidi: http://www.istmedia.rs/osnovana-asocijacija-online-medija-ist-media-medu-osnivacima/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=osnovana-asocijacija-online-medija-ist-media-medu-osnivacima

brzina kojom se informacije dele u mreži onemogućava poziciju "prvog i jedinog" koja bi mogla da se naplati. U ovom trenutku nemogućnost naplate autorskih prava od *online* medija, tj. nadoknade za preuzimanje proizvedenog medijskog sadržaja od drugih, uglavnom tradicionalnih medija, ide na ruku novim medijima koji često parazitiraju i imaju bolje performanse zato što ili nemaju tu vrstu troška spram tradicionalnih medija, ili je plaćaju autorskim udruženjima, ali u umanjenom iznosu - paušalno.¹⁶⁰

Kad je u ovom modelu u pitanju distributivni kanal, treba reći da neograničenost Interneta i povećanje broja izvora čini informaciju toliko čestom da ona, iako s jedne strane dragocena s druge postaje skoro bezvredna (kao voda), što odbija korisnike od namere da plate za informaciju. U ovom trenutku velike medijske kuće poput *The Guardian*-a iskazuju ilustrativan apel za uplatu donacije simbolične vrednosti: "Za manje od cene jedne kafe sedmično, možete pomoći obezbeđivanje *Guardian*-ove budućnosti". Pred medijsku kuću koja želi da naplati svoj proizvod postavlja se model tzv. *crowdfunding*-a¹⁶¹, što znači da se ide na to da veliki broj ljudi plati po malo, tako da se dođe do sredstava koja omogućavaju održivost. Druga mogućnost koja se pokazuje kao manje izgledna jeste ta da mali broj ljudi plati više - to su zapravo oglašivači i donatori. Iskustvo pokazuje da su oni značajno manje aktivni od očekivanja, a to znači i od potreba. Upravo zbog preciznog saznanja o tome ko i koliko prati određeni medij i njegove sadržaje oglašivači manje rasipaju sredstva i žele precizno dostavljen oglas pred tačno profilisanog potrošača (ovo između ostalog stvara pritisak na medij i novinara da teži prema tzv. "klikabilnosti" tj. što većem broju lajkova ispod tekstova¹⁶² – zato što se lajkovi konvertuju u ponudu za oglašivača

¹⁶⁰ Ipak, treba reći da u Srbiji zbog povrede autorskih prava Viši sud prima sve više tužbi, a takvih sporova je sve više, "Predstavnici medijskih organizacija i udruženja ističu da se moraju poštovati autorska prava za svaku objavljenu fotografiju, ali i da su nadoknade za neovlašćeno objavljivanje previsoke", stoji u tekstu *online* medija Cenzolovka.rs: < <https://www.cenzolovka.rs/etika/fotografi-novinske-foto-arhive-stek-ukradene-robe-mediji-previsoke-kazne-za-autorska-prava/>>

¹⁶¹ *Crowdfunding* predstavlja "korišćenje malih količina kapitala od strane velikog broja individua kako bi se finansirao novi poslovni poduhvat". Vidi: <<http://www.investopedia.com/terms/c/crowdfunding.asp>>

¹⁶² U nekim medijima „klikabilnost“ je i merilo finansijske vrednosti teksta tad kad treba isplatiti autore. To novinare stavlja u iskušenje podilaženja publici i kreiranju popularnih sadržaja, što može dovesti do prelaženja granice (ne)odgovornosti.

- cenu oglasnog prostora). Treća mogućnost jeste traženje podrške od javnih izvora, što znači i migraciju prema drugim modelima.

U odnosu na ekonomske parametre ovakvi mediji uopšte imaju dva izbora: 1. prodati isti proizvod većem broju ljudi, ili preciznije targetiranim potrošačima (*economies of scale*), i 2. prodati više proizvoda istom broju ljudi (*economies of scope*). Prvi izbor *online* medijima daje prednost u odnosu na tradicionalne medije jer se neki medijski proizvod može distribuirati globalno, a ne više na teritorijalno užem području. Tako na primer neka muzička numera na jeziku nacionalne manjine putem Interneta može stići širom sveta do svih pripadnika nacionalne manjine koji su za nju zainteresovani i imaju pristup Internetu. Ovo omogućava veću "klikabilnost". S druge strane, neki autori sugerišu da upravo regionalni ili lokalni mediji mogu da prežive krizu medija, upravo zato što proizvodnjom informacija vezanih za lokal kreiraju redak resurs koji je ponuđen precizno određenoj (lokalnoj) publici. Ovo je moment koji odgovara manjinskom mediju orijentisanom na život lokalne zajednice. Druga mogućnost, da se više proizvoda proda istom broju ljudi danas se prepoznaje u tzv. konvergenciji – spajanju više različitih medija preko jedne platforme/redakcije. Danas se konvergencija ogleda u sjedinjavanju programa radija, televizije i interneta, najčešće preko jedne redakcije. Ovaj poslovni potez ponovo pojeftinjuje proizvodnju, a omogućava i da se prati potrošač dok se on pomera od jednog tehničkog izvora do drugog - od televizijskog i radijskog prijemnika preko kompjutera do tableta i mobilnog telefona.

U odnosu na *online* informisanje može se reći da ono, kad se poredi sa tradicionalnim medijima, značajno pojeftinjuje rad medija u smislu nestajanja troškova štampe, licence, distributera i drugih troškova, što može motivisati privatnog medijskog preduzetnika. U smislu pojeftinjenja nije zanemariva ni tendencija da sve više sadržaja kreiraju sami korisnici, tj. nastojanje da se trošak žurnalističke radne snage svede na minimum. S druge strane, ovakvo informisanje podrazumeva dodatno kvalifikovan kadar i nove radne profile koji će se starati o administriranju *online* medija. Ovde se svakako misli na web administratora koji će održavati internet stranicu, ali svakako treba imati na umu i troškove obezbeđivanja stranica od napada. Uočljiva je tendencija da u ovakvom modelu "svi rade sve", tj. fleksibilnost uslova rada je mnogo veća nego kod tradicionalnih medija.

Javne politike koje teže ovom modelu moraju i same biti odgovorne, odreći se autoritarnosti i koncentrisati se na olakšavanje poslovanja i podršku regulatornim i samoregulatornim telima.

B. Partizovano informisanje - neodgovorno privatno

Iako zbog karaktera vlasništva ova opcija odgovara liberalnom modelu medijskog sistema, ona istovremeno pripada post-prosvetiteljstvu, gde se na čoveka ne gleda kao na nekog ko teži racionalnosti i politički korektnoj razmeni ideja, već se pre radi o nekome ko je podložan ideologizovanim partikularnim privatnim interesima artikulisanim putem medija. Iako mediji koji imaju ove osobine zapravo jesu autoritarni, ipak ova opcija omogućava pluralizam mišljenja ukoliko na medijskom tržištu postoji više ravnopravnih medija koji zastupaju različite interese. Pitanje je koliko je ovakvo shvatanje medijskog pluralizma odgovara savremenom i razvijenom društvu - američki autori period partizovanih medija prepoznavali su u XIX veku i nazivali ga "Mračnim dobom" partizanskog informisanja.

Kod nacionalnih manjina su primeri u obliku tradicionalnih medija vidljivi u glasilima ideologizovanih udruženja građana, dok kod *online* medija takvu paralelu vidimo u pokretanju internet portala koji su naklonjeni nekoj od političkih opcija. Ovakvi mediji sami po sebi ne teže balansiranoj informaciji i potiskuju različita mišljenja. Oni se ne bore za bolje društveno rešenje već prvenstveno za svoje rešenje. Kod shvatanja slobode pozivaju se na slobodu izražavanja, a zanemaruju društvenu odgovornost. Ovi mediji otuda imaju osobinu zainteresovane jednostranosti (pristrasnosti).

Kao i kod privatnih medija koji su društveno odgovorni nedostatak ove opcije jeste finansijska neodrživost. Zbog jednostranosti ovakvi mediji mogu da računaju na smanjenu publiku, dok svi drugi problemi i rešenja jesu zajednički sa medijima u privatnom vlasništvu. S druge strane, rešenja u pristupu poslovanju se ipak donekle razlikuju. Publika i pored malobrojnosti može iskazati veći interes, pa čak i ostrašćenost koja označava spremnost na veće "žrtve". Kod takvih medija lakše prolaze popularni, "neprosvećeni" ili ideologizovani sadržaji koji korespondiraju istoj takvoj publici. Isto tako, lakše se pronalazi podrška donatora koji su i sami manje socijalno odgovorni.

Iako su sami po sebi ovi mediji autoritarni, na nivou medijskog sistema postojanje više njih čini taj medijski sistem pluralnim i on tako omogućava razmenu i borbu ideja. Publika koja želi balansiranu informaciju je zato prisiljena da prati veći broj takvih medija i da pronalazi "sredinu". Za same medijske aktere, tj. strane koje se u medima pojavljuju ovakvi mediji su pogodni jer su "svoji" i garantuju prenošenje onih informacija koje ti akteri smatraju bitnima (nema bojazni od novinara kad je "naš").

Novi mediji su izuzetno zahvalni za ovakav model. Sam Internet pokazuje se kao ogromna platforma za slabo regulisano, slobodno i slabo odgovorno plasiranje sadržaja. Ovakva opcija u velikoj meri odgovara "američkom" modelu informisanja.

Ukoliko se javna politika usmeri na ovu opciju to znači da ona omogućava lako osnivanje ovakvih medija i veliku toleranciju na prekoračenja etičkih novinarskih kodeksa. Regulacija i samoregulacija u ovakvom sistemu viđeni su kao od manjeg značaja. Udruživanje ovih medija manje je vođeno zaštitom profesije, a više ideološkom bliskošću. Pozicija države koja preuzima ovaj model morala bi ipak preuzeti neutralnost i balans (zrelost?) kako čitav sistem ne bi iskliznuo iz demokratskih koloseka i podlegao autoritarnosti.

C. Informisanje javnog servisa - etično javno

Ovaj model odgovara modelu društveno odgovornog medijskog sistema. Zajedničko mu je sa odgovornim privatnim informisanjem poštovanje kodeksa, dok mu je suštinska prednost u tome što u mnogo manjoj meri mora da troši resurse na postizanje finansijske održivosti. S obzirom na prisustvo javnih finansijskih sredstava ovaj model morao bi biti pomeren dalje od rešenja koja bi ga obeležila kao onog koji pripada „sovjetskoj“ teoriji. Kod samog javnog servisa otuda se pojavljuje rešenje u vidu pretplate, koja zapravo predstavlja određeni vid manje ili više prisilnog *crowdfunding-a*.

Za medije koji se staraju o javnom interesu i javno su fundirani pojava novih medija ne mora biti prepoznata kao razarajuća, već pre kao transformišuća i tranziciona promena. To znači da oni mogu deo sredstava da investiraju u razvoj novih platformi i da se prilagode publici. U tom smislu sami javni servisi na državnom i pokrajinskom nivou morali bi brzo razviti *online* servise. U ovom momentu u Srbiji oni zaostaju iza, istina mnogo većih i starijih, *online* sistema javnih servisa kakav je na primer BBC. Ipak, treba reći da se stiče utisak da su i komparaciji bliže platforme poput

hrvatskog javnog servisa značajno razvijenije. Ono što je suštinski potrebno u Srbiji pre uspostave *online* servisa jeste stvaranje sadržaja na manjinskim jezicima na nivou republičkog javnog servisa. U ovom trenutku (osim programa na romskom) to izostaje, tako da republički javni servis ne bi imao mnogo toga *online* da ponudi na manjinskim jezicima, čak i kad bi tehnički razvio internet platformu.

Osim javnih servisa u razvoj novih platformi ulaze i tradicionalne novinsko-izdavačke ustanove nacionalnih manjina. Kod njih je izražena svest o tome da čitaoci koji su vezani za štampana izdanja jesu sve stariji i odlaze, a nove generacije nisu zainteresovane i spremne na tradicionalnu pretplatu. Ono što predstavlja prepreku jeste različito finansiranje od javnih servisa što znači rigidnije finansijsko planiranje i manje slobodnih sredstava za razvoj. Ovde je važno naglasiti da bi i njihovi finansijeri (AP Vojvodina) i njihovi osnivači (nacionalni saveti nacionalnih manjina) morali strateški, promišljeno i znatno fleksibilnije i razvojnije da pristupe ovim medijskim kućama kako bi se servisi razvili. Ovo je potrebno zato što su potrebne izmene odluka o osnivanju, statuta, sistematizacije radnih mesta i drugih akata koji bi omogućili angažovanje kadrova potrebnih za održavanje kvalitetnih *online* medija. S obzirom na autoritarni potencijal nacionalnih saveta, pojava *online* medija osnovanih od strane tradicionalnih manjinskih medijskih kuća zapravo ipak u nekim slučajevim može značiti stari autoritarizam u pakovanju novog medija, tj. prelazak u neki vid autistične opcije neodgovornog javnog informisanja.

Mogućnost da *online* mediji učestvuju ravnopravno na konkursima za medije (prvestveno na lokalnom nivou) daje osnova za poslovanje tih medija. Ono što je potrebno jeste i društveno odgovorna lokalna politika s obzirom na propozicije i druge elemente tih konkursa. Drugim rečima, svaki medij koji je finansiran iz javnih sredstava morao bi imati javno prihvatljiv način poslovanja, a to ponovo znači i da prihvata novinarski kodeks. U tom pravcu razumljive su reakcije medijskih aktera da se javna sredstva ne daju onima za koje je ustanovljeno da su kršili kodeks. Isto tako, po ovom modelu primalac javnih sredstava morao bi da se obaveže da će ih trošiti u javnom interesu i etično, u skladu sa novinarskim kodeksom. Na taj način on bi mogao ispunjavati ulogu lokalnog javnog servisa. Projektno finansiranje ipak ne garantuje stabilnost ovakvih medija, tako da bi oni morali dobijati deo sredstava od pretplate, što je nepopularan ali zanimljiv oblik prikupljanja sredstava.

Nacionalni saveti nacionalnih manjina po aktuelnim zakonskim rešenjima daju predlog za raspodelu sredstava koja se dodeljuju putem javnog konkursa iz budžeta Republike, autonomne pokrajine ili jedinice lokalne samouprave pravnim i fizičkim licima koja obavljaju informisanje na jeziku nacionalne manjine. Ovaj predlog ne mora biti uvažen i komisije za dodelu sredstava mogu sredstva dodeliti po svojem nahođenju. U tom smislu komisije moraju biti garant javnog interesa i nikako ne bi smele skliznuti u partijsko odlučivanje. Zato je važno obezbeđivanje nezavisnosti tih komisija, definisati njihov izbor i propozicije u javnom interesu, izbegavanje sukoba interesa i monitoring kako njihovog rada tako i monitoring realizacije projekata koji su dobili sredstva. Problem koji uvek iznova zahteva rešenje jeste „kontrola kontrolora“, tj. monitoring monitora.

S obzirom na *online* medije na jezicima nacionalnih manjina ovaj model je relativno zahvalan. Osobina je takvih medija da oni ne moraju da imaju stalnu produkciju (iako postoje države koje zahtevaju frekvenciju emitovanja, npr. sedmičnu, da bi medij uopšte bio shvaćen kao medij). Prednost je što su *online* mediji istovremeno i arhive - zato što njihovi pređašnji sadržaji ostaju dostupni na Internetu oni zapravo u trenutku kad ne emituju nove sadržaje jesu u modu stalne reprize starih sadržaja. To odgovara projektnom načinu rada koji, iako ne garantuje stabilno poslovanje, ipak daje relativno stabilan medijski proizvod. Nestabilnost u tom smislu da medij radi tada kada ima sredstava ima negativnu stranu u tome da se publika lako odvikne od praćenja takvog medija.

Javna finansijska podrška može biti od velikog značaja kao dopuna finansijskim sredstvima do kojih se (teško) dolazi na tržištu. Ovaj model je mogao biti zamena za medije privatizovane na nivou lokalne samouprave, gde su zaposleni mogli osnovati pravna lica koja bi opet osnovala nove medije sa starom funkcijom zadovoljavanja javnog interesa na lokalnu. Nije nam poznato da je ova mogućnost iskorištena.

Evidentno je da postoji veliko nepoznavanje novih medija u Srbiji, pa tako i mogućnosti koje stoje pred njima. U tom smislu primetno je i skoro potpuno zanemarivanje i nedostatak znanja kod nacionalnih saveta nacionalnih manjina.

D. Autistično¹⁶³ informisanje - neodgovorno javno

Kao što smo rekli - uočljive su različite aktuelne strategije uredništva onih medija u kojima nacionalni saveti utiču na izbor rukovodstva i uredništva. Oni mediji i novinari kod kojih ne postoji poštovanje kodeksa tako što bi se druga strana pitala, ili koji bi informisali oko irelevantnih pitanja, koji se iz različitih razloga ne bi upuštali u "talasanje" i zameranje, kao i oni koji mehanički odgovaraju interesu javnosti bez dubljeg ulaženja u njene potrebe, kao i oni koji su u saglasju sa političkom većinom u nacionalnom savetu nacionalne manjine, te koji neguju autocenzuru, nerad i otaljavanje posla pripadali bi ovoj opciji. Mediji nacionalnih manjina, uz veliku čast izuzecima, funkcionisali su tokom 90' u ovom modu.

Ovi mediji mogu imati dva modusa. Jedan karakteriše zainteresovana jednostranost koja je srodna partizovanim medijima. Ovakvi mediji punjenjem stranica ili minutaže nominalno mogu ispunjavati funkciju informisanja na jeziku nacionalne manjine, ali su jednostrani tj. partizovani. Druge karakteriše nezainteresovana neutralnost. Ovakvi mediji mogu proizvoditi medijske proizvode kod kojih publika ne pronalazi svoj interes (novinari u tom modusu potvrđuju poslovicu da "sita mačka ne lovi miševe"). Postoji stalna opasnost da mediji u službi javnog servisa pređu u neki od ova dva modusa.

U Nacionalnoj strategiji za borbu protiv korupcije prepoznato je da "Korupcija u medijima onemogućava objektivno informisanje i javni nadzor nad ovim društvenim delatnostima".¹⁶⁴ U cilju opstajanja medija nacionalnih manjina finansiranih javnim sredstvima veoma je važno urediti integritet medija i novinara. U tom smislu važno je uključivanje medija nacionalnih manjina u aktivnosti izrade plana integriteta,¹⁶⁵ određenih na osnovu Zakona o agenciji za borbu protiv

¹⁶³ "autizam" - pretežno razvijen fantastičko-sanjalački unutrašnji život, nasuprot poslovanju i učešću u životu spoljašnjeg sveta. Vidi: Vujaklija, Milan (1975). *Leksikon stranih reči i izraza*. Beograd: Prosveta, str. 91.

¹⁶⁴ *Nacionalna strategija za borbu protiv korupcije u republici srbiji za period od 2013. do 2018. godine* ("Sl. glasnik RS", br. 57/2013).

¹⁶⁵ <http://www.acas.rs/plan-integriteta/>

korupcije.¹⁶⁶ Smatramo da je posebno u medijima finansiranim javnim sredstvima potrebno uspostaviti integritet, i to s obzirom na pojave sukoba interesa, tj. nepotizma.

Saradnici autističnih medija (honorarci) biraju se po partikularnom interesnom ključu, kao i izvori informacija. U modusu nezainteresovane neutralnosti saradnici se čak izbegavaju, kao i sagovornici, tj. vrši se negativna selekcija. Oglašivači se ovde ponašaju po sličnom principu kao i u partizovanoj privatnoj opciji, ili uopšte ne nalaze interes za prisustvo u ovakvim medijima. Ovakvi momenti zapravo ukazuju na "privatizaciju" javnih sredstava od strane interesnih grupa¹⁶⁷ i to je ono što bi trebalo izbegavati i izgraditi mehanizme koji to ne bi dopustili.

Online izdanje takvog medija, osim što nailazi na iste tehničke poteškoće i prednosti kao i javno finansirani odgovorni mediji, s druge strane nailazi na ograničen, tj. slab odziv publike. U neutralnom nezainteresovanom modu karakteriše ga izuzetno slaba poseta.

4.2. Ocena ponuđenih alternativa s obzirom na *online* informisanje nacionalnih manjina

Ukoliko bismo trebali da izvršimo procenu alternativa s obzirom na *online* informisanje nacionalnih manjina u Srbiji normativno bismo dali prednost balansiranom (odgovornom privatnom) i javnom servisu (etičnom javno finansiranom). S druge strane nalaze se partizovano i autistično informisanje, gde ovo poslednje treba pogotovo izbegavati.

U skladu sa parametrima s kojima smo izvršili podelu, za nacionalne manjine najzahvalnija opcija jeste ona koja daje najviše stabilnosti, finansijsku sigurnost, poštovanje novinskih standarda i kodeksa, pluralizam, nezavisnost i društveno odgovorni pristup. Ta opcija je svakako opcija javnog servisa. Ona je, međutim, podložna "kvarenju" i potrebno je utvrditi mehanizme koji je neće prevesti u autističnu opciju. Ti mehanizmi odnose se na obezbeđivanje funkcionalnog uredništva, monitoring programa/sadržaja i aktivno učešće programskog saveta. Isto tako, ukoliko se utvrde i mere za uspostavljanje novinarskog i medijskog integriteta, samoregulacija, kao i fleksibilan

¹⁶⁶ *Zakon o agenciji za borbu protiv korupcije* ("Sl. glasnik RS", br. 97/2008, 53/2010, 66/2011 - odluka US, 67/2013 - odluka US, 112/2013 - autentično tumačenje i 8/2015 - odluka US), č. 1, 5, 58, 59, 60, 61.

¹⁶⁷ I sami zaposleni, tj. novinari, mogu da se pojave kao specifična interesna grupa - "banda na budžetu".

pristup razvoju medija i njegovih *online* izdanja koje prati stabilno i od vlasti nezavisno finansiranje tad se ovaj model čini kao idealan.

Balansirano informisanje koje je finansirano privatnim sredstvima odgovara relativno velikim i homogenim nacionalnim zajednicama koje imaju dovoljno ekonomske aktivnosti koje traže usluge medija. U takvom slučaju medij može opstati od prikupljanja sredstava od reklama. Ova opcija međutim ne odgovara onim delovima nacionalnih zajednica ili samim zajednicama koje su manjeg broja, disperzirane ili imaju umanjenu ekonomsku aktivnost. Kad bi ostale samo u toj opciji neke od nacionalnih manjina u Srbiji bi potpuno ostale bez informisanja. Šansa za ove medije postoji tad kad su mediji javnog servisa predaleko u odnosu na publiku, a publika je ipak dovoljno velika i aktivna da postoji ekonomski smisao praćenja njenih aktivnosti.

Opcija partizovanog informisanja u skladu je sa slobodom izražavanja, tako da je legitimna. Zbog svog partikularnog fokusa postavlja se pitanje da li takav medij koji izveštava na jeziku nacionalne manjine biva određen svojim manjinskim ili partijskim predznakom? Drugim rečima, da li svaki medij koji informiše na jeziku manjine treba shvatiti kao medij nacionalne manjine? Ovakvi mediji bi trebali biti niže na rang listama za finansiranje od onih koji su orijentisani na pluralnost čitave zajednice.

Autistično partizovano informisanje finansirano javnim sredstvima ne bi trebalo biti prihvatljivo, pogotovo u onim zajednicama gde je pluralitet prisutan (indikator tome je već i postojanje različitih lista na izborima za nacionalne savete). Drugim rečima - partizacija i majorizacija na račun javnosti nije prihvatljiva. Tek ukoliko nema pluraliteta ova opcija postaje prihvatljiva, pa tako i kad su u pitanju *online* mediji.

Autistično, neodgovorno novinarstvo finansirano javnim sredstvima je najgora opcija. Ova opcija ne bi trebala biti tolerisana. U finansijskom smislu ona predstavlja korist samo za onog ko prima nadoknadu za takvo informisanje, dok u društvenom smislu predstavlja štetu. Zarad "manjinskih prava" i ovakvo novinarstvo biva tolerisano i pomagano.

5. Zaključci i preporuke

5.1. Zaključci s obzirom na karakteristike *online* medija nacionalnih manjina u Srbiji 2016. godine

U Srbiji je u registru medija dana 8. avgusta 2016. godine bilo upisano 427 samostalnih elektronskih izdanja medija (uređivački oblikovanih internet stranica ili internet portali) - onlajn medija. Broj registrovanih onlajn medija koji imaju sadržaje na jezicima nacionalnih manjina vremenom raste. Godine 2009. takvih medija je bilo 6, a 2016. ih ima 57. Primećuje se da je broj takvih medija naglo porastao 2015. kad je registrovano 13 medija a godinu dana ranije 6.

Kad je u pitanju status, vrlo je redak slučaj da je neki medij obrisano. U slučaju obrisanog medija RUSKE SLOVO-PLUS možda je u pitanju to što je isti izdavač – NIU „Руске слово“ izdavač još jednog medija – RUTHENPRESS. Ne možemo sa sigurnošću reći koji je razlog brisanja.

Po kategoriji registrovanog jezika prednjače oni kojima je zvanično registrovani jezik srpski (24 medija - 42%), zatim slede oni nedefinisanog jezika (15 - 26%). Nije nam poznato zašto je ovako visok procenat medija nedefinisanog jezika. Registar medija bi morao doslednije da upisuje podatke, pogotovo one elementarne poput internet adrese, ali i one koji su ipak važni – jezik, na primer.

Kad saberemo medije koji imaju registrovan manjinski jezik vidimo da ih ima 18 (32% od onih koji imaju sadržaje na manjinskim jezicima). Njih bismo mogli u strogom formalnom smislu uzeti za onlajn medije na jezicima nacionalnih manjina. Ono što ipak primećujemo jeste visok procenat medija koji nemaju definisan jezik, ili kojima je prvi jezik srpski, a ipak imaju manjinske sadržaje, što bi moglo da dovede do problema na konkursima na kojima bi se dodeljivala sredstva za medijske projekte ovih medija. Ukupan procenat onlajn medija koji imaju sadržaje na manjinskim jezicima nešto je manji od procenta pripadnika manjina u ukupnoj populaciji stanovništva Srbije (mediji 13% - manjine oko 14%).

Od 24 medija koji su registrovani sa srpskim kao prvim jezikom njih 15 ima registrovan jedan manjinski jezik kao ostali, dok 9 medija ima registrovano više jezika. Kao drugi jezik najzastupljeniji je mađarski – 10 medija. Oni koji imaju višejezični program po registraciji pokrivaju od 2 do 8 jezika. Postoje bugarski i albanski mediji koji su registrovali srpski kao drugi jezik. Mediji

sa prvim jezikom manjinskim uglavnom nemaju registrovan drugi jezik (a pogotovo ne jezik druge nacionalne manjine).

Kod medija koji nemaju definisan jezik a imaju manjinske sadržaje uočen je veliki broj medija koji imaju sadržaje na mađarskom jeziku (7 takvih medija i 10 višejezičnih u odnosu na 3 medija koji su registrovani sa mađarskim kao prvim). Ovo je u skladu sa tezom da preduzetnici vide šansu u publici zajednice koja ima veću brojnost.

Kad su u pitanju mediji koji imaju sadržaje na mađarskom jeziku uočljiv je veći motiv da imaju takve sadržaje kod medija koji imaju srpski jezik kao prvi, višejezičnih medija i medija nedefinisanog jezika nego kod onih koji imaju mađarski registrovan kao prvi.

Ukoliko razmotrimo pojedinačne zajednice tada vidimo da Bunjevci mogu pratiti samo sadržaje onlajn medija koji imaju bunjevački jezik registrovan kao prvi. To znači da nismo registrovali da je neki medij registrovao bunjevački jezik kao drugi, niti da postoji takav višejezični medij. Isto tako, nije uočen medij nedefinisanog jezika koji bi pružao sadržaje na bunjevačkom.

Medija koji imaju sadržaje na albanskom jeziku postoji u svim kategorijama, ali prvenstveno u grupi onih koji imaju manjinski jezik registrovan kao prvi.

Kod medija koji imaju sadržaj na romskom slična je situacija kao i kod medija sa mađarskim jezikom, samo što je ponuda ipak prilično manja.

Za medije koji imaju sadržaj i na hrvatskom podjednaka je zainteresovanost višejezičnih medija i medija koji imaju prvi jezik hrvatski. Nema onih koji bi registrovali hrvatski kao drugi jezik niti smo uočili da ima medija nedefinisanog jezika koji imaju sadržaj na hrvatskom. Primetili smo da multimedijalni program RTV nema registrovan hrvatski jezik u svom višejezičnom portfoliju.

Kod medija koji imaju sadržaje na rusinskom jeziku i bugarskom jeziku slična je situacija kao i kod hrvatske zajednice. Onlajn medij RUTHENPRESS je agencija na rusinskom jeziku, što je relativno specifičan status (uočili smo da sličnih medija ima na albanskom i romskom jeziku). Registrovanih medija kojih emituju i na bosanskom/bošnjačkom jeziku ima svega jedan, a i taj je zapravo na srpskom jeziku (PP MEDIA). Slično je sa medijem RESURS koji je orijentisan na rusku zajednicu, ali ima sadržaje samo na srpskom.

Kad su u pitanju onlajn mediji na slovačkom jeziku tada vidimo da nema onih koji bi imali prvi ili drugi registrovan slovački jezik. Postoji veće interesovanje višejezičnih medija za sadržaje na slovačkom nego samih Slovaka, reklo bi se po tome što značajan broj registrovanih onlajn medija zapravo nije u funkciji. Situacija sa medijima koji bi imali sadržaje na makedonskom ili rumunskom jeziku je slična.

Slovenci, Jevreji i Nemci mogu po registraciji pronaći sadržaje na svom jeziku na jednom višejezičnom mediju (DIURNARIUS). Praksa međutim pokazuje da višejezični mediji imaju relativno malo sadržaja na drugim jezicima osim srpskog (najčešće postoji još nešto sadržaja na mađarskom, dok su ostali jezici sporadični ili nisu realno prisutni). Drugačiji slučaj je INTERNET PORTAL FAR koji je slično registrovan sa prvim jezikom srpskim a drugim bugarskim, ali je jezik zapravo bugarski. Postavlja se i pitanje odnosa količine informacija na različitim jezicima, jer postoje oni koji imaju sve sadržaje prevedene na drugi jezik, i oni koji ponekad ubace informaciju na manjinskom jeziku. Sadržaji samo ili uglavnom na srpskom pretežu kod višejezičnih medija.

Nismo uočili da ima eksplicitno crnogorskog, vlaškog, jugoslovenskog, muslimanskog, goranskog, ukrajinskog, aškalijskog, češkog i nekih drugih registrovanih onlajn medija (iako smo uočili da postoji relativno veliki broj onlajn medija u opštinama u kojima postoji značajan broj pripadnika neke manjine ipak nismo uočili da se onlajn mediji njima obraćaju - primer za ovo je opština Bor u kojoj ima oko petine Vlaha, ali nijedan od desetak onlajn medija im se ne obraća).

Kao izdavači medija pretežu udruženja građana, ali ima i novinsko-izdavačkih ustanova, radio-televizija, privrednih društava, kao i izdavača nejasnog karaktera. Pitanje je da li postoje kapaciteti za kvalitetan rad, s obzirom na karakter izdavača.

Novčana pomoć je davana manjem broju medija, a državnu pomoć dobili su i oni koji nisu u funkciji - ROMIINFO (869.560,00 dinara) i RIČ (500.000,00 dinara), kao i medij koji ima samo statičnu stranicu-reklamu (DINOVIZIJA). Oko nekih od izdavača pojavljuju se afere oko dodele novaca. Primer je medij NAPSUGAR kojem je izdavač Mađarsko kulturno društvo "ZRAK" povezano sa političkim udruženjem „Treća Srbija“, koje je dobilo sredstva na konkursu Grada Novom Sada. Ovo znači da je potrebno preispitati kriterijume za dodelu pomoći.

5.2. Zaključci s obzirom na probleme (online) informisanja na jezicima nacionalnih manjina u Republici Srbiji

Osnovni problem koji prepoznajemo jeste taj da se, i pored nekih dobrih pravnih rešenja, medijski sistem Srbije u procesu tranzicije praktično kreće od onog što se, u skladu sa "četiri teorije" medijskih sistema, može označiti kao kretanje od specifičnog oblika "sovjetsko-komunističkog", tj. državnog režima iz vremena SFRJ, u pravcu "autoritarnog" medijskog režima današnje Srbije.

Imajući u vidu "četiri teorije" prepoznajemo da je idealno stanje ono koje se prepoznaje u libertarijanskoj ili teoriji socijalne odgovornosti. Uloga medija u tim režimima jeste da javnosti daju dovoljno tačnih, objektivnih, potpunih, blagovremenih i balansiranih informacija kako bi činili dobre izbore.

Prepreku na putu prema libertarijanskom ili društveno odgovornom režimu jeste politička oligarhija, tj. vlast koja se nalazi u rukama manjeg dela stanovništva koje svoj položaj položaj duguje političkom, ekonomskom ili nekom drugom uticaju, a koja želi kontrolu nad medijima i vrši pritisak po kojem onaj koji publikuje nešto protiv nje može trpeti sankcije.

Iako smatramo da medijski sistem Srbije nosi obeležja autoritarnog modela ipak smatramo i da je 2002. godine donošenjem Zakona o zaštiti prava i sloboda nacionalnih manjina država stvorila osnov za izlazak iz direktnog uticaja nad različitim područjima života nacionalnih manjina, pa tako i nad područjem informisanja.

U skladu sa parametrima s kojima smo izvršili podelu za nacionalne manjine najzahvalnija opcija jeste ona koja daje najviše stabilnosti, finansijsku sigurnost, poštovanje novinskih standarda i kodeksa, pluralizam, nezavisnost i društveno odgovorni pristup. Ta opcija je svakako opcija javnog servisa. Ona je, međutim, podložna "kvarenju" i potrebno je utvrditi mehanizme koji je neće prevesti u autističnu opciju. Ti mehanizmi odnose se na obezbeđivanje funkcionalnog uredništva, monitoring programa/sadržaja i aktivno učešće programskog saveta. Isto tako, ukoliko se utvrde i mere za uspostavljanje novinarskog i medijskog integriteta, samoregulacija, kao i fleksibilan pristup razvoju medija i njegovih *online* izdanja koje prati stabilno i od vlasti nezavisno finansiranje tad se ovaj model čini kao idealan.

Balansirano informisanje koje je finansirano privatnim sredstvima odgovara relativno velikim i homogenim nacionalnim zajednicama koje imaju dovoljno ekonomske aktivnosti koje traže usluge medija. U takvom slučaju medij može opstati od prikupljanja sredstava od reklama. Ova opcija međutim ne odgovara onim delovima nacionalnih zajednica ili samim zajednicama koje su manjeg broja, disperzirane ili imaju umanjenu ekonomsku aktivnost. Šansa za ove medije postoji tad kad su mediji javnog servisa predaleko u odnosu na publiku, a publika je ipak dovoljno velika i aktivna da postoji ekonomski smisao praćenja njenih aktivnosti.

5.3. Preporuke s obzirom na probleme (online) informisanja na jezicima nacionalnih manjina u Republici Srbiji

Na osnovu iznetog smatramo:

1. Potrebno je što pre utvrditi legalni i legitimni predlog člana Saveta Regulatora od strane nacionalnih saveta nacionalnih manjina, kako bi se on mogao uključiti u izradu Predloga strategije razvoja medijske usluge radija i audio-vizuelnih medijskih usluga u Republici Srbiji za period od sedam godina.
2. Potrebno je da nacionalni saveti nacionalnih manjina usvoje strategije razvoja informisanja na jeziku nacionalne manjine, u skladu sa strategijom Republike Srbije, i daju predloge Republičkoj radiodifuznoj agenciji prilikom izrade Strategije razvoja radiodifuzije, po Zakonu o nacionalnim savetima nacionalnih manjina.
3. Potrebno je obezbediti stručnu i etičku kvalifikovanost aktera iz nacionalnih saveta koji imaju moć da intervenišu u medijima, kako bi mogli na kvalitetan način da se uključe u medijske procese u Srbiji.
4. Potrebno je obezbediti takav sistem izbora nacionalnih saveta koji garantuje da će članovi saveta i njegovi radnih tela imati odgovarajući nivo medijskih kompetencija.
5. Nacionalni saveti nacionalnih manjina mogu imati manjinsku politiku, ali ta politika ne bi trebala da bude protiv slobode drugih aktera da iznose svoje mišljenje i kritikuju rad onih koji imaju vlast (tj. ovlašćenja).

6. Pojava *online* medija, koji su relativno laki i jeftini za uspostavljanje, a koji su zasnovani na specifičnoj arhitekturi koja je sama po sebi osmišljena da bude suprotnost autoritarnom, može biti viđena kao šansa za prevazilaženje tradicionalnih političkih i medijskih arhitektura koje pogoduju autoritarnim sistemima.
7. *Online* informisanje, kad se poredi sa tradicionalnim medijima, značajno pojeftinjuje rad medija u smislu nestajanja troškova štampe, licence, distributera i drugih troškova, što može motivisati privatnog medijskog preduzetnika. S druge strane, ovakvo informisanje podrazumeva dodatno kvalifikovan kadar i nove radne profile koji će se starati o administriranju *online* medija. Potrebno je razmotriti poslovne modele koji bi bili orijentir za privatne preduzetnike koji bi želeli da se upuste u *online* informisanje na jezicima nacionalnih manjina.
8. Javne politike koje teže opcijama koje uključuju odgovornost i privatno preduzetništvo moraju i same biti odgovorne, odreći se autoritarnosti i koncentrisati se na olakšavanje poslovanja i podršku regulatornim i samoregulatornim telima. Ukoliko ne postoji politička volja odgovornim, demokratskim i praktičnim rešenjima potrebno je izgraditi mehanizme koji će do njih dovesti.
9. Potrebno je imati u vidu da je u određenim okolnostima moguć razvoj partizovanih manjinskih *online* medija koji stupaju na konkurse za dodelu javnih sredstava. Pozicija države i njenih predstavnika koji nailaze na ovaj model morala bi prepoznavati i nisko vrednovati ovakve medijske aplikacije, a ako nema drugih preuzeti neutralnost i balans kako sistem ne bi podlegao autoritarnosti.
10. Za medije koji se staraju o javnom interesu i javno su fundirani pojava novih medija ne mora biti prepoznata kao razarajuća, već pre kao transformišuća i tranziciona promena. To znači da oni mogu deo sredstava da investiraju u razvoj novih platformi i da se prilagode publici. U tom smislu sami javni servisi na državnom i pokrajinskom nivou morali bi brzo razviti *online* servise. Ono što je suštinski potrebno u Srbiji pre uspostave *online* servisa jeste stvaranje sadržaja na manjinskim jezicima na nivou republičkog javnog servisa.
11. Finansijeri tradicionalnih novinsko-izdavačkih ustanova nacionalnih manjina (AP Vojvodina) i njihovi osnivači (nacionalni saveti nacionalnih manjina) morali bi da strateški,

promišljeno i znatno fleksibilnije i razvojnije pristupe ovim medijskim kućama kako bi se razvili *online* servisi. Potrebne su izmene odluka o osnivanju, statuta, sistematizacije radnih mesta i drugih akata koji bi omogućili angažovanje kadrova potrebnih za održavanje kvalitetnih *online* medija.

12. Svaki medij koji je finansiran iz javnih sredstava morao bi imati javno prihvatljiv način poslovanja, a to znači da prihvata novinarski kodeks i rad u javnom interesu.
13. Projektno finansiranje ne garantuje stabilnost *online* medija, tako da bi oni pod određenim uslovima morali dobijati deo sredstava od pretplate, iako je to nepopularan oblik prikupljanja sredstava.
14. Komisije za raspodelu sredstava koja se dodeljuju putem javnog konkursa iz budžeta Republike, autonomne pokrajine ili jedinice lokalne samouprave pravnim i fizičkim licima koja obavljaju informisanje na jeziku nacionalne manjine moraju biti garant javnog interesa i nikako ne bi smele skliznuti u partijsko odlučivanje. Zato je važno obezbeđivanje nezavisnosti tih komisija, definisati propozicije u javnom interesu, izbegavanje sukoba interesa i monitoring kako njihovog rada tako i monitoring realizacije projekata koji su dobili sredstva.
15. Javna finansijska podrška može biti od velikog značaja kao dopuna finansijskim sredstvima do kojih se (teško) dolazi na tržištu. Ovaj model je mogao biti zamena za medije koji imaju sadržaje na jezicima nacionalnih manjina na nivou lokalne samouprave, a koji nisu dobili privatnog vlasnika, Zaposleni su mogli osnovati pravna lica koja bi relativno lako osnovala nove medije sa starom funkcijom zadovoljavanja javnog interesa (nacionanih manjina) na lokalnu.
16. U cilju opstajanja medija nacionalnih manjina finansiranih javnim sredstvima veoma je važno urediti integritet medija i novinara. U tom smislu važno je uključivanje medija nacionalnih manjina u aktivnosti izrade plana integriteta, određenih na osnovu Zakona o agenciji za borbu protiv korupcije. Smatramo da je posebno u medijima finansiranim javnim sredstvima potrebno uspostaviti integritet, i to s obzirom na pojave sukoba interesa, tj. nepotizma.

17. Evidentno je da postoji veliko nepoznavanje novih medija u Srbiji, pa tako i mogućnosti koje stoje pred njima. Primetno je i skoro potpuno zanemarivanje i nedostatak znanja kod nacionalnih saveta nacionalnih manjina, tako da je potrebno upoznati donosioce odluka sa novim medijima i pratećim poslovnim modelima i problemima.

6. Bibliografija

- (2013). *Medijski dijalozi - časopis za istraživanje medija i društva*, Godina VI, Broj 16, Podgorica, Maj.
- (2015). *Kodeks novinara Srbije - uputstva i smernice*. Beograd: Savet za štampu.
- (2016). *Smernice za primenu kodeksa novinara srbije u onlajn okruženju*. Savet za štampu. <http://www.savetzastampu.rs/doc/savet-za-stampu_kodeks-i-onlajn-mediji.pdf>
- Bajić, Predrag (2012). "Život ili smrt štampanih medija: izazovi digitalnog doba", u: *CM - časopis za upravljanje komuniciranjem*, broj 24, godina VII, str. 151-170.
- Bertrand, Claude-Jean (2000). *Media ethics & accountability systems*. Transaction Publishers.
- Biagi, Shirley (1999). *Media/Impact: An Introduction to Mass Media*, 4th ed. Belmont, CA: Wadsworth.
- Cairney, Paul (2016). *The Politics of Evidence-Based Policy Making*. Palgrave Macmillan UK.
- Car, Viktorija (2013). „Mediji i javni interes – kako opstati izvan tržišnih okvira“ u: *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 3*. Novi Sad: Filozofski fakultet, 33-47.
- Car, Viktorija (2014). "Digital Activism. Digital Media and Civic Engagement in Croatia", *Southeastern Europe*, 38 (2-3): 213-231.
- Car, Viktorija; Matović, Marijana; Turčilo, Lejla [ur.] (2016). *Mediji i javni interes. Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu*. Zagreb: Hanns-Seidel-Stiftung.
- Cartwright, Nancy; Hardie, Jeremy (2012). *Evidence-Based Policy - A Practical Guide to Doing It Better*. Oxford University Press.
- Castells, Manuel (2001). *The Internet galaxy - Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford University Press.
- Chadwick, Andrew (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power* [1 ed.]. Oxford University Press.
- Crichton, Danny (2014). *With Software Eating Hardware, Silicon Valley Enters "Hard" Times*. Posted Jun 30. <<https://techcrunch.com/2014/06/30/with-software-eating-hardware-silicon-valley-enters-hard-times>>
- Dej, Luis Alvin (2004). *Etika u medijima: primeri i kontroverze*. Beograd: Media centar - Plus.

- Donders, Karen; Pauwels, Caroline; Loisen, Jan [eds.] (2014). *The Palgrave Handbook of European Media Policy*. Palgrave Macmillan UK.
- Dragičević-Šešić, Milena; Stojković, Branimir (2003). *Kultura – menadžment, animacija, marketing*. Beograd: Clio.
- Dragomir, Marius; Thompson, Mark [eds.] (2011). *Mapping digital Media: Serbia*. Open Society Foundations. [<http://www.fpn.bg.ac.rs/en/wp-content/uploads/mapping-digital-media-serbia-20111215.pdf>].
- Drašković, Brankica; Gruhonjić, Dinko (2015). "Svojinska transformacija medija u Srbiji - primer lokalnih medija", *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, knjiga XL-2, str. 107-119.
- Fenton, Natalie (2012). "De-democratizing the News? New Media and the Structural Practices of Journalism" in: Siapera, Eugenia; Veglis, Andreas [eds.]. *The Handbook of Global Online Journalism*. Wiley-Blackwell.
- Fischer, Frank; Miller, J. Gerald; Sidney, S. Mara [eds.] (2007). *Handbook of public policy analysis: theory, politics, and methods*. CRC Press - Taylor & Francis Group.
- Flew, Terry; Iosifidis, Petros; Steemers, Jeanette [eds.] (2016). *Global Media and National Policies: The Return of the State*. Palgrave Macmillan UK .
- Flew, Terry; Waisbord, Silvio (2015). "The ongoing significance of national media systems in the context of media globalization", *Media, Culture & Society*, 37(4), pp. 1-17.
- Guillory, John (2010). "Genesis of the Media Concept", *Critical Inquiry*, Vol. 36, No. 2 (Winter), pp. 321-362.
- Hachten, William (2005). *The Troubles of Journalism; A Critical Look* (3rd edition). Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Hall, Jim (2001). *Online Journalism - A Critical Primer*. Pluto Press.
- Heror, Nataša [ur.] (2015). *Manjinski mediji - generisanje kapaciteta / III regionalna konferencija posvećena medijima na jezicima manjina/*. Novi Sad: Heror media pont.
- Heror, Nataša [ur.] (2016). *Manjinski mediji kao protagonisti rešenja*. Novi Sad: Heror media pont.
- Hine, M. Christine (2000). *Virtual Ethnography* [1 ed.]. Sage Publications Ltd.
- Hulin, Adeline; Stone, Mike (2013). *Vodič za samoregulaciju online medija*. Beč: Ured predstavnice OSCE-a za slobodu medija.

Ilić, Snežana (2015). "Politička kultura nacionalnih manjina u kontekstu izbora za nacionalne savete", u: Radosavljević, Duško; Keveždi, Miroslav; Vukašinović, Eva [ur.]. *Nacionalni saveti nacionalnih manjina i kultura 2*. Novi Sad: Zavod za kulturu Vojvodine, str. 67-90.

Janjić, Stefan (2015). "Privatizacija višejezičnih medija u Srbiji 2015. godine - izneverena očekivanja", u: Valić Nedeljković, Dubravka [ur.]. *Značaj medijskog integriteta: monitoring primene novih medijskih zakona u Srbiji: privatizacija medija*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.

Jelinčić, Jadranka [ur.] (2007). *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina - predlozi za nove politike*. Beograd: Fond za otvoreno društvo.

Kartag-Odri, Agneš (1996). "Kulturna prava kao ljudska prava", *Pravni život*. God. 45, knj. 429, br. 12, str. 1065-1075.

Kaže, Žilija (2016). *Spasavanje medija - kapitalizam, participativno finansiranje i demokratija*. Novi Sad: Akademska knjiga.

Keveždi, Miroslav (2006). "Manjinski mediji između mainstreama i alternative" u: Despotović, Ljubiša; Đuretić, Nenad [ur.]. *Etnicitet i mediji*. Novi Sad: SPENS – Medija centar, str. 51-58.

Keveždi, Miroslav (2007). "Međunarodni standardi u oblasti zaštite prava nacionalnih manjina na informisanje na maternjem jeziku" u: Ilić, Vladimir [ur.]. *Standardi i unapređenje praksi: nacionalne manjine u Srednjobanatskom okrugu i Timiškoj županiji*. Zrenjanin: Centar za razvoj civilnog društva, 37-45. str.

Keveždi, Miroslav (2013). "Specifičnosti sajber prostora s obzirom na ideološko-politički ekstremizam", u: Jelinčić, Jadranka; Ilić, Snežana (ur.). *Politički ekstremizam u sajber prostoru Srbije*. Zrenjanin: Centar za razvoj civilnog društva, str. 33-50.

Keveždi, Miroslav (2015). "Ograničenja slobode izražavanja unutar vojvođanskih nacionalnih zajednica" u: Valić Nedeljković, Dubravka [ur.]. *Značaj medijskog integriteta : monitoring primene novih medijskih zakona u Srbiji: privatizacija medija*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, str. 5-16.

Krejjg, Ričard (2010). *On-lajn novinarstvo*. Beograd: Clio.

Kuntić, Kalman (2014). *Mogućnosti za manjinske i lokalne medije u vremenima promene* /II regionalna konferencija posvećena print i on line medijima na jezicima manjina / [autori Kalman Kunić, David Rezar, Nataša Heror ; fotografija Otoš Andraš]. - Sremska Kamenica: Heror media pont.

Matić, Jovanka; Valić Nedeljković, Dubravka; Hrvatina, B. Sandra; Petković, Brankica (2014). *Značaj medijskog integriteta : vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.

- McChesney, W. Robert (2008). *Bogati mediji, siromašna demokratija: komunikacijske politike u mutnim vremenima*. Sarajevo: Šahinpašić.
- McLuhan, Marshall (1962). *The Gutenberg Galaxy - The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press.
- McQuail, Denis (2010). *Mass Communication Theory*, 6th edition. SAGE.
- Mekčesni V. Robert (2015). *Digitalna isključenost - kako kapitalizam okreće internet protiv demokratije*. Beograd: Fakultet za medije i komunikacije - Univerzitet Singidunum.
- Merrill, C. John (2002). "The Four Theories of the Press Four and a Half Decades Later: a retrospective", *Journalism Studies*, Vol. 3, No. 1, pp. 133-136.
- Mihailović, Srećko [ur.] (2015). *Od novinara do nadničara. Prekarni rad i život*. Beograd: Dan graf - Fondacija za otvoreno društvo - Centar za razvoj sindikalizma.
- Miletić, Marko (2014). *Struktura i dinamika medijskog sistema Srbije*. Beograd: Jasen.
- Milivojević, Snježana (2012). "Novinarstvo i medijska industrija u Srbiji: izazovi i odgovori", u: *CM - časopis za upravljanje komuniciranjem*, broj 24, godina VII, str. 35-58.
- Milivojević, Snježana (2012). "Uvod: novinarstvo za informaciono društvo", u: *CM - časopis za upravljanje komuniciranjem*, broj 24, godina VII, str. 29-34.
- Mitić, Aleksandar (2010). *Priručnik veb novinarstva - škola webnovinar*. Beograd: Udruženje novinara Srbije. [<http://www.webnovinar.org/wp-content/uploads/2013/11/%C5%A0kola-WebNovinar-%E2%80%93-Priru%C4%8Dnik-veb-novinarstva.pdf>].
- Nerone, C. John [ed.] (1995). *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*. University of Illinois Press.
- Nikolić, L. Danilo (2010). *Medijsko pravo*. Beograd: Službeni glasnik.
- Nikšić, Stevan; Davičo, Ana (2004). *Etika novinarstva - priručnik za profesionalne novinare*. Beograd: CPM - Centar za profesionalizaciju medija;
- Pawson, Ray (2006). *Evidence-based policy - a realist perspective*. SAGE Publications Ltd.
- Peruško, Zrinjka [ur.] (2011). *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i turk - Hrvatsko sociološko društvo.
- Peters, B. Guy; Zittoun, Philippe [eds.] (2016). *Contemporary Approaches to Public Policy - Theories, Controversies and Perspectives*. Palgrave Macmillan UK.
- Petrović, Dalibor (2013). *Društvenost u doba interneta*. Novi Sad: Akademska knjiga.

- Phillips, Angela (2015). *Journalism in Context - Practice and Theory for the Digital Age*. Routledge.
- Podsakoff, M. Philip; MacKenzie, B. Scott; Podsakoff P. Nathan (2016). "Recommendations for Creating Better Concept Definitions in the Organizational, Behavioral, and Social Sciences", *Organizational Research Methods*, (April); vol. 19, 2: pp. 159-203.
- Poe, T. Marshall (2011). *A History of Communications - Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. Cambridge University Press.
- Prajs, Stjuart (2011). *Izučavanje medija*. Beograd: Clio.
- Radojičić, M. Miroslav (2008). *Istraživanje virtuelnih zajednica i javnog mnjenja na internetu*. Beograd: Službeni glasnik.
- Radojković, Miroljub, Stojković, Branimir (2009). *Informaciono-komunikacioni sistemi*. Beograd: Clio.
- Reljić, Slobodan (2011). *Odumiranje slobodnih medija*. Beograd: Službeni glasnik.
- Reljić, Slobodan (2013). *Kriza medija i mediji krize*. Beograd: Službeni glasnik.
- Sariyati Firdaus, Amira (2012). "Past and Present of Siebert & Colleagues's Four Theories of the Press", *Jurnal Pengajian Media Malaysia / Malaysian Journal of Media studies*, Vol. 14, No. 1, pp. 1-16.
- Sarver Coombs, Danielle; Collister, Simon; Marino, Jacqueline (2016). *Debates for the Digital Age - The Good, the Bad, and the Ugly of Our Online World*. Praeger.
- Sejdinović, Nedim [ur.](2014). *Etičke preporuke za profesionalne novinare u onlajn sferi*. Novi Sad: Nezvisno društvo novinara Vojvodine - NDNV.
- Serenčeš, Žužana (2016). *Manjinski i višejezični mediji u kontekstu sprovođenja medijskih zakona - izveštaj*. Novi Sad : Nezavisno društvo novinara Vojvodine.
- Siapera, Eugenia; Veglis, Andreas [eds.] (2012). *The Handbook of Global Online Journalism*. Wiley-Blackwell.
- Siebert, S. Fred; Peterson, Theodore; Schramm, Wilbur (1984). *Four Theories of the Press*. Urbana and Chicago: University of Illinois.
- Sitarski, Milan; Radović, Nataša; Antonijević, Smiljana; Petković, Dragana (2007). *Internet i javna sfera u Srbiji*. Beograd: Beogradska otvorena škola.
- Slater, Don (2002). "Social Relationships and Identity On-line and Off-line". In: Leah, A. Lievrouw; Livingstone, Sonia. *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. Sage Publications Inc. pp. 533–543.

Smith, C. Peter; Nutley, M. Sandra; Davies, T. O. Huw [eds.] (2000). *What works - Evidence based policy and practice in public services*. The Policy Press - University of Bristol.

Štavljanin, Dragan (2012). *Demokratija i mediji u eri globalizacije* [doktorska disertacija]. Beograd: Univerzitet u Beogradu - Fakultet političkih nauka.

Štavljanin, Dragan (2013). *Balkanizacija Interneta i "smrt" novinara - ka postinternetu i postnovinarstvu*. Beograd: Čigoja štampa.

Sterling, H. Christopher (2009). *Encyclopedia of Journalism*. Sage Publications, Inc.

Stjepanović, Nikola; Lilić, Stevan (1991). *Upravno pravo*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva

Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. Godine ("Sl. glasnik RS", br. 75/2011).

Tekst medijske studije na srpskom jeziku (2010). COWI.

[<http://www.anem.rs/sr/medijskaScena/uFokusu/story/11191/TEKST+MEDIJSKE+STUDIJE.html>]

Todorović, Dragan; Petrović, Dalibor; Prlja, Dragan [ur.] (2014). *Internet i društvo*. Beograd: Srpsko sociološko društvo - Institut za uporedno pravo; Niš: Filozofski fakultet.

Toepfl, Florian (2016). "Beyond the Four Theories: Toward a Discourse Approach to the Comparative Study of Media and Politics", *International Journal of Communication*, No. 10, pp. 1530–1547.

Valić Nedeljković, Dubravka (2015). "Mediji na jezicima manjina u kontekstu izmene medijske i manjinske legislative", u: Radosavljević, Duško; Keveždi, Miroslav; Vukašinović, Eva [ur.]. *Nacionalni saveti nacionalnih manjina i kultura 2*. Novi Sad: Zavod za kulturu Vojvodine - Pokrajinski ombudsman AP Vojvodine.

Valić-Nedeljković, Dubravka (2007). *O novinarstvu i novinarima*. Novi Sad: Filozofski fakultet, Odsek za medijske studije.

Veljanovski, Rade (2012). *Medijski sistem Srbije*. Beograd: Fakultet političkih nauka - Čigoja.

Young, Eóin; Quinn, Lisa (2002). *Writing Effective Public Policy Papers - A Guide for Policy Advisers in Central and Eastern Europe*. Budapest: Open Society Institute.

Сиберт, Фред; Шрамм, Уилбур; Питерсон, Теодор (1998). *Четыре теории прессы*. Москва: Национальный институт прессы - Издательство 'Варриус'.

Biografija autora

Miroslav Keveždi rođen je 1976. godine u Novom Sadu. Osnovnu školu i srednju mašinsku školu završio je u Vrbasu. Studirao je na Filozofskom fakultetu Družbe Isusove u Zagrebu gde je 2001. diplomirao filozofiju i religijsku kulturu. Master studije menadžmenta u kulturi i medijima završio je 2012. na Interdisciplinarnim studijama Univerziteta umetnosti u Beogradu. Bio je zaposlen u gimnaziji u Ruskom Krsturu kao profesor filozofije i logike od 2006. do 2008. godine. Nakon toga postao je prvi direktor Zavoda za kulturu vojvođanskih Rusina 2008. godine i vršio funkciju do 2012. godine, od kada je zaposlen u Zavodu za kulturu Vojvodine na mestu stručnog saradnika za saradnju sa nevladinim organizacijama. Sa Centrom za razvoj civilnog društva iz Zrenjanina saraduje od 2005. godine. Učestvovao je kao autor, konsultant, istraživač i edukator u projektima OSCE, Saveta Evrope, Filozofskog fakulteta u Novom Sadu, Novosadske novinarske škole, Nezavisnog društva novinara Vojvodine, Beogradske otvorene škole i brojnim drugim organizacijama. Zainteresovan za stručno i naučno sagledavanje društveno-političkih fenomena u Srbiji povezanih sa razvojem građanskog društva, medija, kulture i verskih i nacionalnih zajednica.

Online informisanje medija na jezicima nacionalnih manjina u Republici Srbiji

- predlozi za nove politike, deceniju posle

Studija praktične politike

Izdavač

Centar za razvoj civilnog društva (CDCS)

Zrenjanin, Makedonska 11

www.cdcs.org.rs

Za izdavača

Vladimir Ilić

Glavna i odgovorna urednica

Snežana Ilić

Autor

Miroslav Keveždi

Lektura i korektura

CDCS

Dizajn

CDCS

Godina izdanja

2017

ISBN**Elektronska adresa**

http://cdcs.org.rs/sr/publikacije/Miroslav_Keveždi_Online_informisanje_na_jezicima_nacionalnih_manjina_Predlozi_za_nove_politike_deceniju_posle

CIP - Каталогизација у публикацији
Библиотека Матице српске, Нови Сад

323.15:659.2

КЕВЕЖДИ, Мирослав, 1976-

Online informisanje medija na jezicima nacionalnih manjina u Republici Srbiji - predlozi za nove politike, deceniju posle : studija praktične politike / Miroslav Keveždi. - Zrenjanin : Centar za razvoj civilnog društva, 2017. - Nasl. sa naslovnog ekrana.

Način dostupa (URL):

http://cdcs.org.rs/sr/publikacije/Miroslav_Keveždi_2017_Online_informisanje_na_jezic_ima_nacionalnih_manjina_Predlozi_za_nove_politike_deceniju_posle

ISBN 978-86-89837-07-0

а) Националне мањине - Информисање
COBISS.SR-ID 314862855