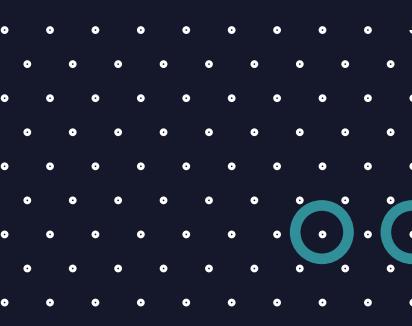




NOVOSADSKA  
NOVINARSKA  
SKOLA

# MEDIJI O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA





## MEDIJI O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA

### Izdavač:

Novosadska novinarska škola

### Adresa izdavača:

Kosovska 1/27, Novi Sad

<http://www.novinarska-skola.org.rs>

### Kontakt izdavača:

[office@novinarska-skola.org.rs](mailto:office@novinarska-skola.org.rs)

021 42 41 64

### Autori:

#### Glavna istraživačica:

prof. dr Dubravka Valić Nedeljković

#### Istraživači:

Milica Janjatović Jovanović

Vladimir Bijelić

Marko Apostolović

Predrag Mijatović

prof. dr Siniša Atlagić

Jelena Jovović

### Za izdavača:

Milan Nedeljković

### Dizajn:

Radmila Đurđev

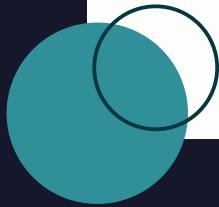
### Izvor grafike:

Canva

### Edicija:

Medijska sfera

Novi Sad, januar 2021.



Ovo istraživanje je nastalo u okviru projekta Mediji o medijima, slobodi medija i novinarima, koji se realizuje uz finansijsku podršku Ambasade Savezne Republike Nemačke u Beogradu.

Izneti stavovi su isključiva odgovornost autora i Novosadske novinarske škole, i ni na koji način ne odražavaju stavove i mišljenja donatora.



Ambasada  
Savezne Republike Nemačke  
Beograd

# SADRŽAJ

MEDIJI O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA .....	4
UVOD .....	5
WEB PORTALI TELEVIZIJSKIH STANICA .....	7
1. RADIO-TELEVIZIJA SRBIJE.....	8
1.1. Kontekst medija.....	8
1.2. Rezultati i diskusija .....	9
1.2.1. Kako i kada RTS izveštava?.....	9
1.2.2. U kojim rubrikama RTS objavljuje tekstove i kako ih naslovljava? .....	13
1.2.3. O čemu izveštava RTS? .....	14
1.2.4. O kome izveštava RTS, a kome daje reč?.....	17
1.3. Zaključak.....	19
2.RADIO-TELEVIZIJA VOJVODINE .....	21
2.1. Kontekst medija.....	21
2.2. Rezultati i diskusija .....	21
2.3. Zaključak i preporuke .....	27
3. N1 .....	29
3.1. Kontekst medija.....	29
3.2. Rezultati i diskusija .....	30
3.2.1. Kako i kada <i>N1</i> izveštava? .....	30
3.2.2. U kojim rubrikama na sajtu novinari <i>N1</i> objavljuju tekstove i kako ih naslovljavaju?.....	35
3.2.3. O čemu izveštava <i>N1</i> ?.....	36
3.2.4. O kome izveštava <i>N1</i> , a kome daje reč? .....	39
3.3. Zaključak.....	42

4. PINK.....	44
4.1. Kontekst medija.....	44
4.2. Rezultati i diskusija .....	45
4.2.1. Kako i kada <i>Pink</i> izveštava?.....	45
4.2.2. U kojim rubrikama <i>Pink</i> objavljuje tekstove i kako ih naslovljava? .....	49
4.2.3. O čemu izveštava <i>Pink</i> ? .....	51
4.2.4. O kome izveštava <i>Pink</i> , a kome daje reč?.....	54
4.3. Zaključak.....	57
5. UPOREDNA ANALIZA IZVEŠTAVANJA PORTALA O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA.....	59
DNEVNE NOVINE.....	65
6. BLIC.....	66
6.1. Kontekst medija.....	66
6.2. Rezultati i diskusija .....	66
6.3. Zaključak.....	75
7. KURIR.....	76
7.1. Kontekst medija.....	76
7.2. Rezultati i diskusija .....	76
7.3. Zaključak.....	85
8. VEČERNJE NOVOSTI.....	86
8.1. Kontekst medija.....	86
8.2. Rezultati i diskusija .....	86
8.3. Zaključak.....	93
9. INFORMER.....	94
9.1. Kontekst medija.....	94
9.2. Rezultati i diskusija .....	95

9.3. Zaključak i preporuke .....	103
10. DANAS .....	104
10.1. Kontekst medija.....	104
10.2. Rezultati i diskusija .....	104
10.3. Zaključak i preporuke .....	113
11. UPOREDNA ANALIZA IZVEŠTAVANJA DNEVNIH NOVINA O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA.....	115
12. UDRUŽENJA NOVINARA O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA U SRBIJI.....	121
12.1. O čemu nas obaveštavaju novinarska udruženja i regulatorna tela? .....	121
12.2. Ko je kakav u vestima novinarskih udruženja u Srbiji? .....	123
12.3. Zaključak.....	127
13. REGULATORNA TELA O MEDIJIMA, SLOBODI .....	129
MEDIJA I NOVINARIMA U SRBIJI .....	129
13.1. O čemu nas obaveštavaju regulatorna tela? .....	129
13.2. Zaključak.....	134
14. ZAVRŠNA DISKUSIJA I PREPORUKE .....	135
LITERATURA .....	135

# **MEDIJI O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA**

## UVOD

Bavljenje medijskom profesijom u Srbiji podrazumeva suočavanje sa višestrukim izazovima. Početkom 2020. godine donesena je Medijska strategija za period 2020-2025. godine u kojoj su, između ostalog, definisani i problemi sa kojima se suočavaju medijski radnici, mehanizmi kojima se narušava medijska nezavisnost i omogućava plasiranje interesa različitih centara moći.

„Novinari i medijski radnici u Republici Srbiji rade u teškim uslovima, često bez adekvatnog ugovora o radu.“<sup>1</sup> „Istraživanja pokazuju da se novinari i urednici nalaze pod pritiskom vlasnika, koji zahtevaju poseban tretman za oglašivače, mešaju se u izbor tema ili u raspoređivanje novinarskih zadataka, zahtevaju povlašćen položaj za političke subjekte.“<sup>2</sup> S obzirom na činjenicu da je loša situacija u oblasti medija dokumentovana kako u izveštajima nezavisnih istraživača<sup>3</sup>, tako i u zvaničnom dokumentu Vlade Republike Srbije, ona postaje univerzalna osnova za diskusiju o transformaciji medijskog sistema, regulativa i praksi koje omogućavaju niske profesionalne standarde koji posledično dovode do narušavanja slobode govora i mišljenja.

Kako bi se ustanovilo da li i u kolikoj meri mediji sami podstiču i omogućavaju javnu diskusiju o transformaciji medijskog sistema Novosadska novinarska škola je sprovedla monitoring objava medija, medijskih udruženja i regulatornih tela u kojima je tematizovan problem samog izveštavanja o medijima i položaju medijskih radnika. Kako bi se ustanovio tematski fokus, način obrade tema i motivisanost za izveštavanje o medijima formulisan je jedinstven kodni protokol, sa 12 kategorija i 101 varijablu. Monitoring je obuhvatio vremenski period od 1. avgusta 2019. do 31. jula 2020. godine, tokom kog je praćeno izveštavanje pet štampanih medija – *Blic*, *Večernje novosti*, *Kurir*, *Informer* i *Danas*, i četiri veb portala – RTV, RTS, *N1* i *Pink*. Ukupno je analizom obuhvaćeno 4938 tekstova.

<sup>1</sup> Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025. godina. str. 8. Dostupno na: [https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska\\_strategija210\\_cyr.pdf](https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska_strategija210_cyr.pdf)

<sup>2</sup> Isto. str. 14

<sup>3</sup> Jaraković, V. (2019). „Četvrti deo: Mediji u Srbiji – u slobodnom padu“. CRTA. Dostupno na: <https://crt.rs/mediji-u-srbiji-u-slobodnom-padu/>

Kako bi se ustanovilo na koji način i u kojoj meri udruženja novinara i regulatorna tela identifikuju probleme u vezi sa medijima, slobodom medija i novinarima, praćene su i analizirane objave na sajtovima udruženja novinara – *Udruženja novinara Srbije* (UNS), *Nezavisnog udruženje novinara Srbije* (NUNS) i *Nezavisnog društva novinara Vojvodine* (NDNV), kao i na sajtovima regulatornih tela – *Saveta za štampu* i *Regulatornog tela za elektronske medije* (REM).

Kako bi se upotpunili kvantitativni podaci i dobila dodatna perspektiva o slobodi medija i načinu izveštavanja pod pritiscima različitih vrsta sprovedena je fokus grupa sa novinarima različitih medija, koji rade u različitim gradovima u Srbiji i sa drugačijim stepenom i vrstom profesionalnog iskustva. Zaključci izvedeni na osnovu fokus grupe inkorporirani su u komparativne izveštaje, kao i u završnu diskusiju sa preporukama.



# **WEB PORTALI TELEVIZIJSKIH STANICA**

## 1. RADIO-TELEVIZIJA SRBIJE

### 1.1. Kontekst medija

*Radio-televizija Srbije* (RTS) je od 2006. godine javni medijski servis Republike Srbije, koji emituje radijski i televizijski program, a građane informiše i putem zvaničnog sajta na adresi [www.rts.rs](http://www.rts.rs). Kao javni servis, RTS ima obavezu da informiše, obrazuje i zabavi građane, a u svojoj prezentaciji na sajtu navode da ovaj medij „ima posebnu ulogu u javnom životu Srbije“, te je od velike važnosti za društveni, kulturni i politički život u zemlji<sup>4</sup>. Takođe, kao javni servis, RTS se finansira delimično novcem države, građana i sopstvenim prihodima. Od početka 2020. godine građani mesečno izdvajaju 255 dinara za taksu za RTS, koja se uplaćuje zajedno sa računima za struju.

Ova medijska kuća nastala je 1942. godine i to kao radijska stanica – Radio Beograd, a potom je 1958. godine sa radom počela i Televizija Beograd. Te godine je zapravo počeo da se realizuje eksperimentalan program jugoslovenskih televizijskih stanica, koje su činile mrežu Jugoslovenske radio-televizije (JRT). Nakon raspada Jugoslavije i ova mreža prestala je da funkcioniše, te je 1992. godine Televizija Beograd zajedno sa Radio Beogradom postala deo jedne medijske kuće – *Radio-televizije Srbije* kojoj su priključene i *Radio-televizija Novi Sad* i *Radio Televizija Priština*. Na taj način je objedinjen informativni prostor Srbije te je bilo mnogo lakše kontrolisati i upravljati javnim informacijama. Godine 2002. prema *Zakonu o radiodifuziji* predviđeno je formiranje dva javna servisa - *Radio-televizije Vojvodine* i *Radiotelevizije Srbije*. Taj proces je završen tek 2006. od kada dva javna servisa rade individualno deleći pretplatu građana i građanki prema strogo utvrđenom modelu. Republički javni servis svoj televizijski program emituje putem nacionalne frekvencije i to na kanalima RTS 1 i RTS 2, ali i putem kablovnih operatora, koji emituju veći broj žanrovske opredeljenih RTS-ovih kanala.

Javni servis Srbije postavio je svoj prvi veb portal 1999. godine, a tada je sadržao samo najvažnije vesti svakog dana, koje bi se ažurirale uglavnom posle emitovanja emisije „Dnevnik 2“. Sa srpskim domenom i mnogo većim prilivom informacija RTS-ov sajt postao

<sup>4</sup> Dostupno na: <https://www.rts.rs/page/rts/ci/javniservis/story/280/upoznajte-rts/67326/upoznajte-rts.html>

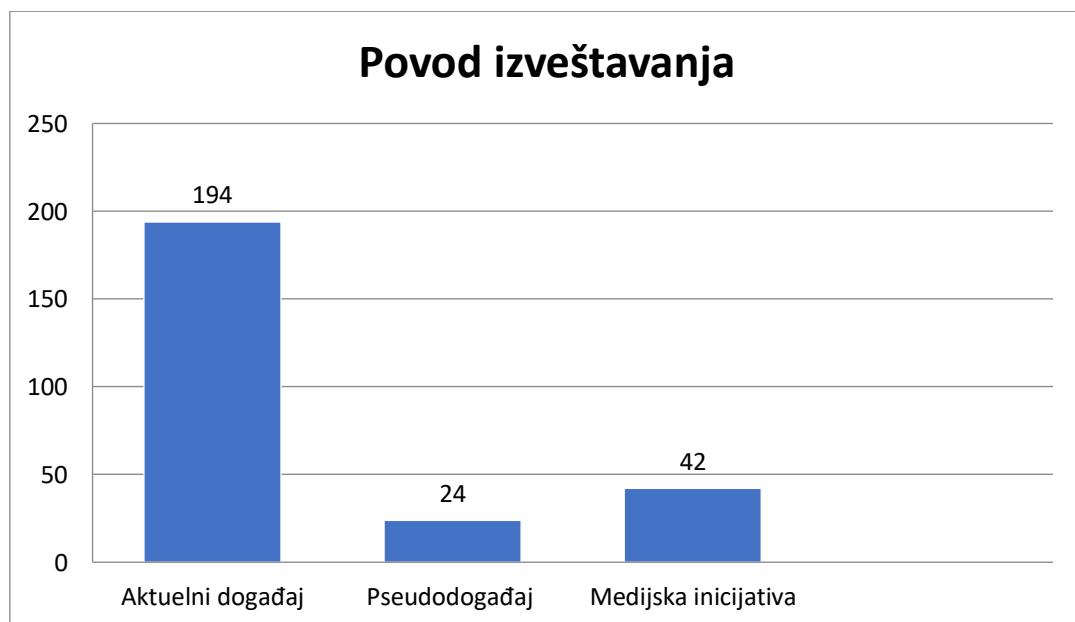
je dostupan građanima 2008. godine kada je, kako se navodi na zvaničnoj **internet prezentaciji**, višestruko uvećao broj poseta u odnosu na period od samog osnivanja. Novinari koji plasiraju vesti na ovaj sajt danas su deo informativne redakcije RTS-a čiji je glavni i odgovorni urednik Nenad Lj. Stefanović. Prema navodu sa sajta, novinari portala vode se načelom da sve informacije budu tačne i pravovremene, a brzo objavljene. Nema javno dostupnih, a zvanično potvrđenih podataka o tome koliku čitanost i posećenost ima ovaj medij.

Analizom je utvrđeno da je u periodu od 1. avgusta 2019. godine do 31. jula 2020. na ovoj internet adresi objavljeno 262 teksta koja su se bavila medijima i medijskim slobodama i novinarima.

## 1.2. Rezultati i diskusija

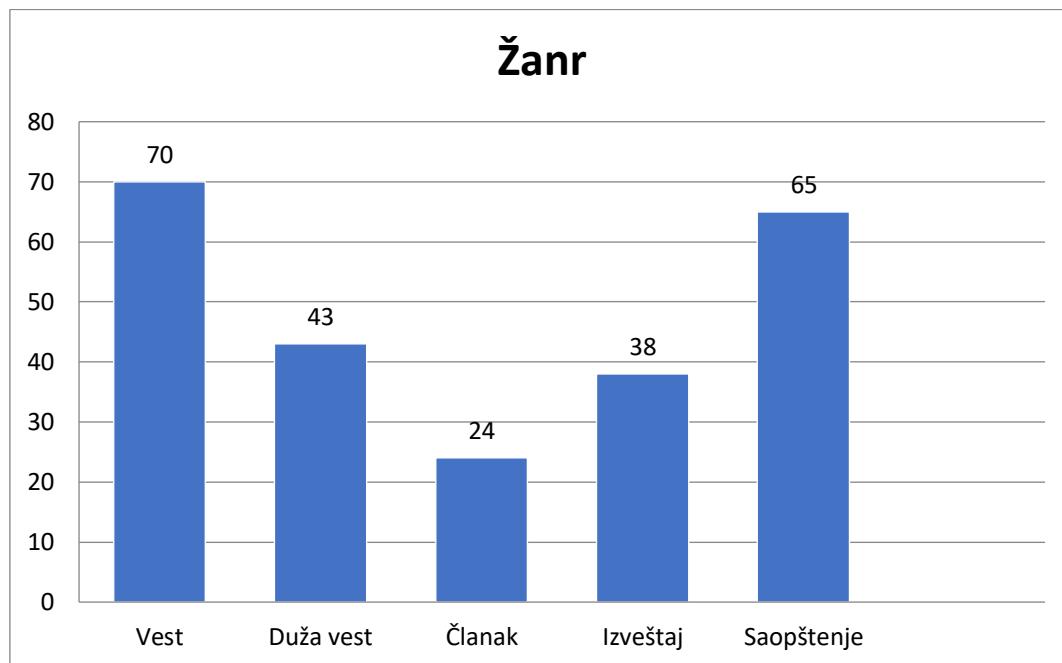
### 1.2.1. Kako i kada RTS izveštava?

RTS je na sajtu o medijima i novinarima u najvećoj meri, tačnije u 79 odsto plasirao tekstove koji su nastali na osnovu aktuelnih događaja – takvih je bilo 194 (Grafikon br. 1). Medijski iniciranih tekstova je bilo 42, a RTS je sa pseudodogađaja, odnosno onih koji su organizovani samo za medije, izveštavao 24 puta, dok su dve objave na njihovom sajtu nastale u svrhu promocije.



Grafikon br. 1: Povod izveštavanja u objavama na protalu RTS-a

Ovde treba naglasiti i da je 70 tekstova plasirano kroz kratke vesti, a čak 65 kroz saopštenja. U žanrovskoj strukturi (Grafikon br. 2) njihovih tekstova dalje prednjače i duže vesti, kojih je bilo 43, zatim i 38 izveštaja. To svakako ne može da bude dobra praksa jer, ako se uzme u obzir da je bilo tek 24 članka (od ukupno 262 teksta) u analiziranom periodu dolazi se do zaključka da se RTS ne bavi često ovim temama predstavljajući ih kroz faktografske novinarske žanrove, koji omogućavaju da se analitičkim i istraživačkim pristupom predstave određene pojave i stanja u društvu. Nedostaje članaka koji bi se iz više različitih uglova bavili stanjem u medijima, a u kojima bi sagovornici potencijalno ponudili određena rešenja na eventualne probleme u medijskom okruženju. Osim toga, članak kao novinarski žanr omogućava medijima da se kritički osvrnu na pojedinosti o kojima izveštavaju.



Grafikon br. 2: Medijski žanr objava na portalu RTS-a

Ovakvi rezultati dalje govore i da RTS plasira tekstove koji se bave novinarskom profesijom i stanjem u medijima i medijskim slobodama najčešće onda kada ih pokreću drugi. Tačnije, usled nekih unapred organizovanih događaja ili dešavanja i stanja u zemlji, kada je najčešće prenosio saopštenja ili vesti drugih medija i udruženja novinara.

Nedostajalo je više tekstova koje bi RTS samostalno inicirao, jer bi to značilo da kao javni servis ovaj medij pokreće diskusije o novinarima i medijima u zemlji, ali i inostranstvu i postavlja medije i slobodu govora kao veoma važne stubove demokratije na društvenu agendu. Ovde se može pretpostaviti da zbog uređivačke politike RTS-a, o kojoj se često

diskutuje u javnosti, ovaj medij samog sebe cenzuriše, tačnije, zanemaruje određene probleme u društvu, ili o njima govori na nivou kraćih izveštaja, bez daljih produbljivanja.

Ovakvu praksu dobro ilustruje izveštavanje o hapšenju novinarke portala *Nova.rs* Ane Lalić, koja je lišena slobode jer je objavila tekst sa tvrdnjama o stanju u Kliničkom centru Vojvodine tokom pandemije koronavirusa do kojih je došla. U analiziranom periodu RTS je slučaju hapšenja novinarke posvetio tek četiri teksta. RTS najpre nije izvestio javnost da je novinarka uhapšena, niti je bio objašnjen kontekst ovog događaja i posledice koje može da izazove. Prenesno je samo saopštenje *Udruženja novinara Srbije* (UNS) u kojem se zahteva hitno puštanje novinarke na slobodu, a potom i objavljena vest da je ona puštena iz pritvora. U toj vesti, čiji je RTS autor, prenesena je nezvanična informacija da je novinarka puštena iz pritvora, a u drugom delu vesti objašnjeno je zašto je uhapšena.

Iako je analizom i praćenjem drugih medija utvrđeno da su se o ovom slučaju izjašnjavali i predstavnici vlasti na čelu sa premijerkom i predsednikom republike, ali i opozicije, kao i strani zvaničnici i institucije i oni koji se bore za prava novinara, RTS nije izvestio o daljem toku ovog slučaja. Preneta je tek vest agencije *Tanjug* da je skoro mesec dana kasnije krivična prijava, koja je najpre podignuta protiv ove novinarke, odbačena. Može se zaključiti da javnost koja posećuje i čita samo RTS-ov sajt ostaje uskraćena za ceo tok ovog slučaja, da nije saznala u međuvremenu da je protiv novinarke pokrenut krivični postupak, niti su prenete njene izjave o celom slučaju, iako se Ana Lalić oglasila u javnosti nakon hapšenja. U tekstu koji je objavljen 2. maja, tačnije, dan pred Svetski dan slobode medija, a koji je između ostalog sadržao UNS-ovo saopštenje, Ana Lalić je četvrti put spomenuta na RTS-ovom sajtu, ali tek kao primer hapšenja novinara kao sveobuhvatan osvrt na stanje u srpskim medijima i UNS-ove ocene slobode govora.

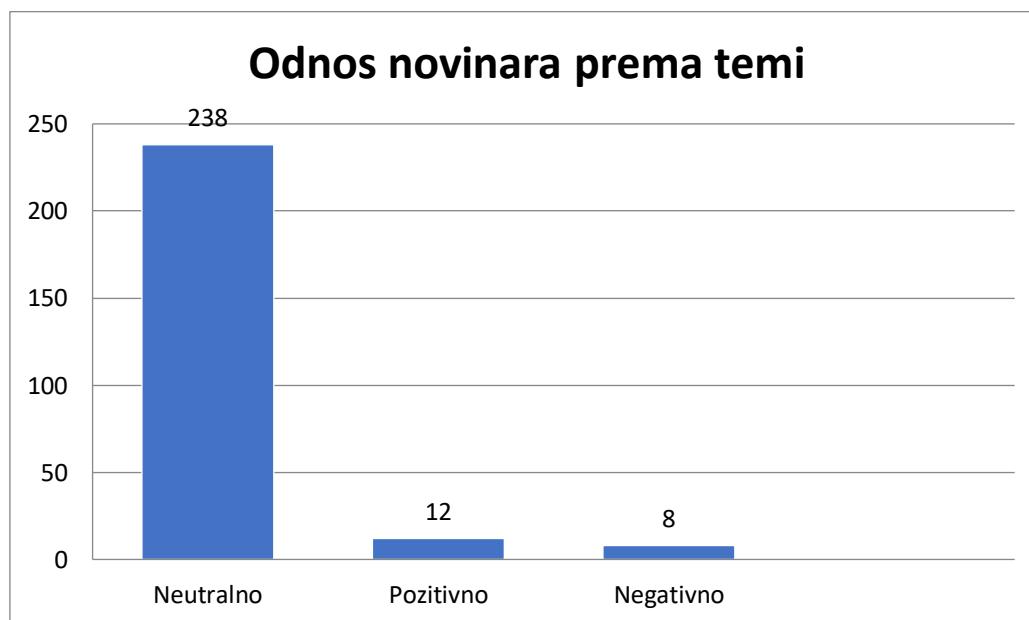
Stiče se utisak da urednici RTS-a ne pribegavaju da samoinicijativno pokreću teme i detaljno ih razlažu uz adekvatnu kontekstualizaciju. To govori da ovaj medij podleže autocenzuri ili cenzuri, tj. da ili sami sebe cenziraju po pitanju određenih tema (kao što je to slučaj sa hapšenjem novinarke), ili da usled različitih uticaja ne mogu da objavljaju sve informacije i daju javnosti celokupnu sliku određenog događaja, pojave ili ličnosti, što bi po svojoj suštini novinari i trebalo da čine.

Neutralnost u izveštavanju (Grafikon br. 3) RTS je pokazao u 91 odsto analiziranih tekstova. Pozitivan odnos prema priči primećen je u pet odsto, a negativan u tri odsto tekstova tokom jednogodišnjeg istraživanja. Negativan ton u pričama primećen je u tekstovima koje je RTS

posvećivao verbalnim i fizičkim napadima na njihove novinare (poput napada na novinara i snimatelja RTS-a tokom protesta zbog epidemiološke situacije u zemlji i najave ponovnog uvođenja policijskog časa u julu 2020. godine), ali i blokade zgrade tog medija tokom protesta 2019. godine koje je organizovalo udruženje 1 od 5 miliona. Ovde se kao primer negativnog odnosa prima priči, ipak, pre svega, mora dati praksa kojoj RTS u poslednje vreme teži, a to su otvorena pisma koja upućuje drugima.

Tako je npr. RTS 12. novembra 2019. godine objavio saopštenje pod nazivom „RTS ne veruje *Danisu*“ u kojem se navodi da je „redakcija *Danasa* na delu pokazala zašto je smatraju 'opozicionim tabloidom'. RTS je zapravo otvorenim pismom reagovao na tekst objavljen u tom listu jer se pozivaju na određeno istraživanje o poverenju u medije, a u kojem zaključuju da 33 odsto građana u zemlji ne veruje RTS-u. Ovaj medij u otvorenom pismu kritkuje *Danas* tj. njegove urednike jer su izvukli naslov iz konteksta i dalje navodi da je jasno da „građani Srbije mnogo više veruju svom javnom medijskom servisu nego opozicionom tabloidu i njegovoj provladinoj braći“.

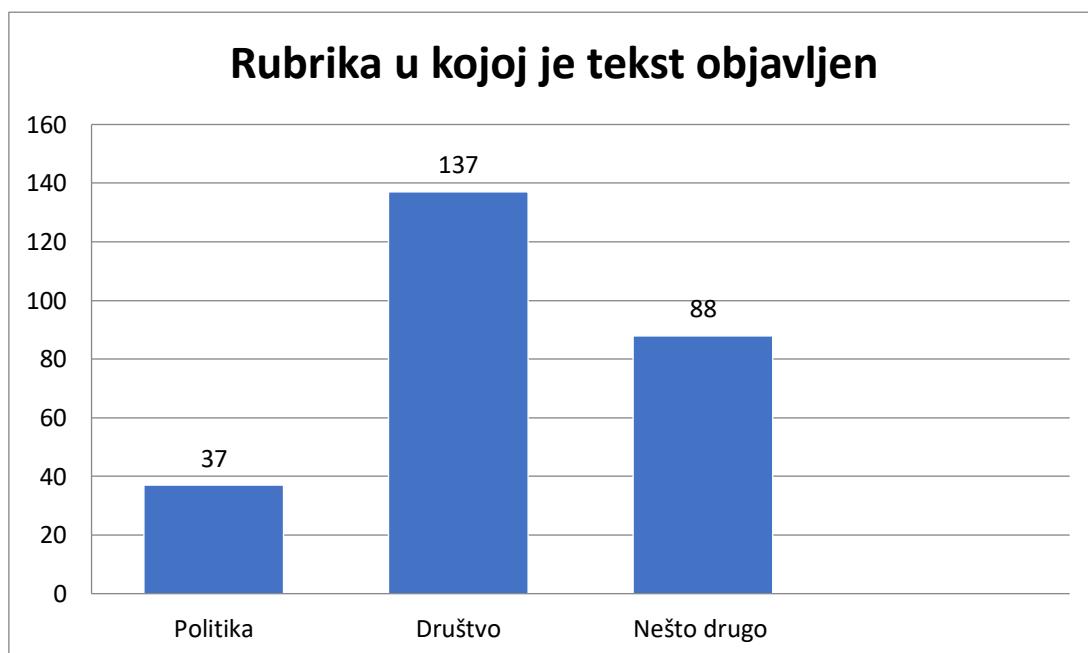
Ovakva praksa ne priliči javnom servisu i svakako bi je trebalo izbegavati. Ne samo što se time podstiče senzacionalizam, već se tekstovima u kojima se razračunavaju sa neistomišljenicima (iako bi trebalo da svi mediji rade jednako i s istim ciljem) ne vodi računa o javnom interesu i novinarskoj etici. Iako ocenjuje list *Danas* kao tabloidan i opozicioni, RTS ovakvim tekstrom upravo čini isto – na tabloidan način senzacionalistički informiše javnost o stanju u medijima u Srbiji.



Grafikon br. 3: Odnos novinara prema temi na portalu RTS-a

### 1.2.2. U kojim rubrikama RTS objavljuje tekstove i kako ih naslovljava?

Najveći broj tekstova objavljen je u rubrici „društvo“, njih 52 odsto, slede ih tekstovi (34 odsto) koji su objavljeni u različitim rubrikama poput „koronavirus“, „Srbija danas“ ili „svet“, koji ipak kada se razvrstaju posebno ne zauzimaju značajnu brojku u statistici. U rubrici „politika“ objavljeno je 14 odsto tekstova (Grafikon br. 4). Upravo su se rubrike „društvo“ i „politika“ ipak izdvojile kao one u koje se najčešće tekstovi smeštaju, a to bi se moglo opravdati samim društvenim kontekstom događaja, pojave ili ličnosti o kojima su izveštavali u analiziranom periodu ili političkom situacijom i uključenošću opozicionih ili režimskih političara u pitanja o medijima.



Grafikon br. 4: Rubrika u kojoj je tekst objavljen na portalu RTS-a

Dobrom praksom se može smatrati to što je RTS gotovo sve tekstove naslovljavao profesionalno – deskriptivno (73 odsto tekstova) i informativno (67 odsto tekstova). Tokom analize zabeležen je jedan senzacionalistički naslov. U pitanju je tekst pod naslovom: „Lažne vesti Cenzolovke“.

Ovde senzacionalistički nije samo naslov već i sam tekst u kojem se RTS u tabloidnom maniru obračunava sa novinarkom *Cenzolovke* zbog njenog teksta u kojem je navela da je javni servis prečutao reči specijalnog kosovskog tužioca Sulj Hodže o tome kako su po nalogu Milana Radojića srpski policajci blokirali istragu ubistva Olivera Ivanovića. U tekstu, odnosno u otvorenom pismu, novinarka je ocenjena kao „istinoljubiva analitičarka“, a navedeno je da je bila PR jedne stranke, i ironično nazvana megafonom te partije.

„Ne mešamo se, naravno, u rad i izbor Cenzolovke. Ali kao što njihova analitičarka sugeriše kako se prave pošteni i profesionalni izveštaji, neka nam takođe, bude dozvoljena jedna sugestija – kada pišete kako drugi lažu, bolje nađite nekoga ko i sam voli istinu i drži do nje<sup>5</sup>”,

navedeno je u tom tekstu na RTS-ovom portalu. Kao što je već navedeno, ovakav neprijateljski stav novinara prema novinarima je tabloidan, neprofesionalan i neetički. Svakako ovo ne sme da bude odlika javnog servisa koji neguje profesionalne vrednosti medija i treba da poštuje, kao u ostalom i svi mediji, *Kodeks novinara Srbije*. Ovde se ne stavlja javni interes u fokus već lična nezadovoljstva tekstrom koji je objavio drugi mediji a koji se tiče rada i profesionalizma RTS-a. Iako senzacionalnim naslovima mediji žele da privuku čitaoce da kliknu i pročitaju tekst, ovde, reklo bi se to nije bio slučaj. Iz načina na koji je kritika formulisana se može zaključiti da je namera bila da se diskredituje profesionalizam novinarke *Cenzolovke*, bez pružanja argumenata kojima bi se njen rad osporio.

### **1.2.3. O čemu izveštava RTS?**

Među najzastupljenijim temama izveštavanja RTS-a u analiziranom periodu uglavnom su bili napadi na novinare (Grafikon br. 5). Ta tema evidentirana je 59 puta u tekstovima. Na veb portalu republičkog javnog servisa najviše se pisalo o ubistvima novinara tj. o podsećanju na ta dela i o sudskim tokovima i presudama za te zločine (Dada Vujasinović, Milan Pantić i Slavko Ćuruvija), paljenju kuće novinara portala *Žig info* Milana Jovanovića i o suđenju za to krivično delo. Takođe, izveštavalo se i o napadima na novinare i medijske radnike tokom protesta u Americi zbog policijske brutalnosti i ubistva Afroamerikanca, ali i tokom protesta u Srbiji zbog nezadovoljstva usled epidemiološke situacije i najave uvođenja ponovnog vanrednog stanja, zatim o verbalnim napadima i o pretnjama upućenim novinarima i urednicima u Srbiji. Međutim, RTS je o ovim temama izveštavao uglavnom prenoseći vesti novinskih agencija, saopštenja novinarskih udruženja ili reakcije kolega i drugih medija. Značajnije se bavio napadima na novinare samo onda kada su napadnuti novinari RTS-a – tokom protesta u julu 2020. godine.

<sup>5</sup> Dostupno na: <https://www.rts.rs/page/stories/sr/story/125/drustvo/3706663/lazne-vesti-cenzolovke.html>

Tako su samostalno inicirali i napisali sveobuhvatan članak pod nazivom „Suzavac medijima ne veruje”<sup>6</sup>, koji je objavljen 10. jula 2020. godine, a koji je nastao kao produkt emisije „Oko magazin”. U pomenutom tekstu novinar je pokušao da kroz razgovor sa predstavnicima medija koji su tokom protesta napadnuti (*Nova S, Beta, NI, RTS*), ali i predstavnikom UNS-a odgovori na to ko napada medijske ekipe tokom protesta, ali i da li „isti suzavac“ jednako deluje na različite medije.

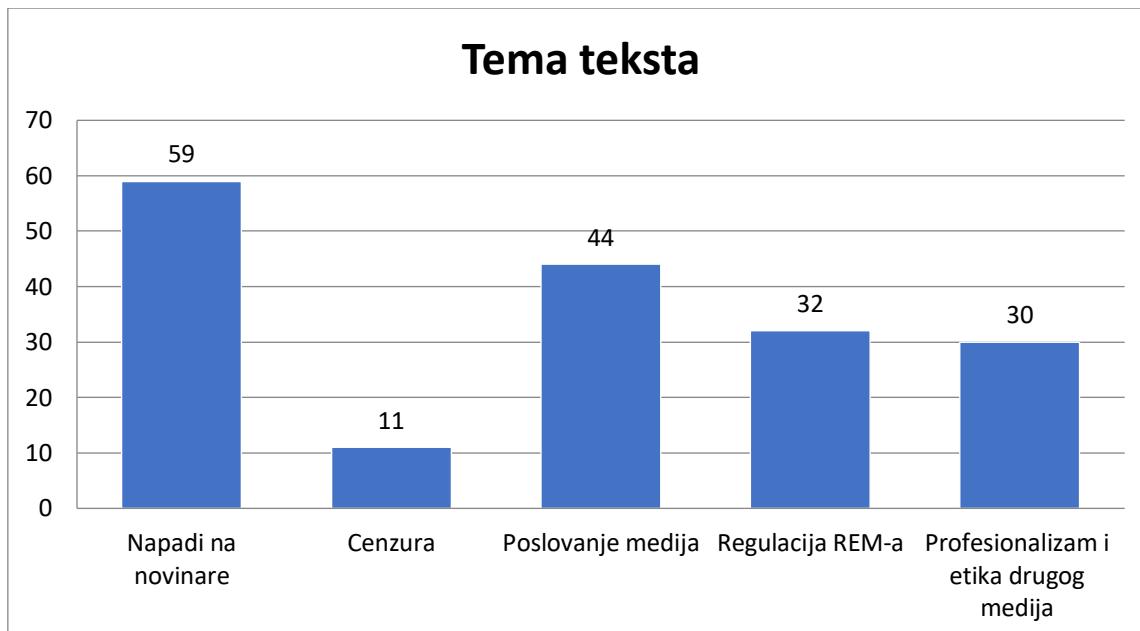
U tekstu se kroz svedočenja novinara i snimtelja prenose utisci o napadima na novinare i medijske ekipe, ali i implicitno ukazuje na značaj medija i medijskog posla. U tekstu se navodi:

„Tih večeri skoro svi su plakali. I oni koji rade za medije koje optužuju da su režimski, i oni koji rade za medije koje optužuju da su opozicioni. Plakali su zbog suzavca, ili zbog batina. Neko zbog batina koje je dobio od policije, neko zbog batina od onih koji su se tukli sa policijom. Bilo je mnogo besa na ulici ovih dana. Na taj bes su nailazili mediji”.

Ovde je jasna želja novinara da pokaže da su u protestima svi koji su izveštavali, a bili napadnuti, bili na istom zadatku i da su ih napadači etiketirali na isti način – kao predstavnike medija koji im smetaju i koje žele da napadima, uvredama i pretnjama sklone sa mesta događaja – aludirajući na to kakav je odnos društva prema predstavnicima medija. Takođe, u članku je evidentan cilj teksta – da se ukaže na jaz između medija – onih koje inače u javnosti nazivaju opozicionim ili tajkunskim i onih koji u društvu važe za režimske, na šta novinar implicitno i ukazuje tvrdnjom: „Tih večeri skoro svi su plakali. I oni koji rade za medije koje optužuju da su režimski, i oni koji rade za medije koje optužuju da su opozicioni“. Želja da ukaže na to da su svi novinari jednaki posebno se oseti na kraju teksta, gde novinar zaključuje: „Suzavac jednako štipa sve. I sve batine isto bole”.

---

<sup>6</sup> Dostupno na: <https://www.rts.rs/page/stories/sr/story/9/politika/4014655/protesti-srbija-novinari-napadi.html> (pristupljeno: 08. januara 2021.)



Grafikon br. 5: Teme tekstova u objavama na portalu RTS-a

Osim napada na novinare, često je tema bila i poslovanje medija, koje se u tekstovima evidentira 44 puta, kao i regulacija REM-a o kojoj je pisano 32 puta. O profesionalizmu i etici drugih medija u RTS-ovim tekstovima govorilo se 30 puta, a o cenzuri u medijima tek u 11 tekstova. Ovakvi rezultati nam govore da je RTS uglavnom izveštavao o ovim temama u skladu sa određenim događajima i to na nivou izveštaja, vesti i saopštenja. REM je npr. često bio tema njihovih tekstova jer je to regulatorno telo u analiziranom periodu donosilo odluke zbog raspisivanja parlamentarnih izbora, zatim su određeni članovi njegovog Saveta dali ostavke, izabrani su novi, a o njihovom radu i reizboru debatovala je i Skupština Srbije. Zbog toga im je i RTS davao prostora. Ipak, uglavnom su se zadržavali na izveštajima sa diskusija o radu REM-a ili na vestima o novostima te institucije. Nije primećeno dublje zalaženje u problematiku funkcionisanja ovog regulatornog tela, zakonskim regulativama, niti važnosti njegovog postojanja. RTS bi trebalo da, ne samo o toj temi, nego i o ostalim, pita i započinje diskusije sa različitim stručnjacima.

Doduše jedan članak, koji je inicirao RTS je pokrenuo temu od javnog interesa, a koja se tiče pokretanja peticije protiv rijaliti programa, a samim tim i ukazuje na (ne)aktivnost REM-a. RTS je u tekstu „Da li će gledaoci rijalitija zameniti dan za noć“ inicijativu koju je potpisalo više od 40.000 građana, a koja podrazumeva da se rijaliti emisije prikazuju od 23 do šest časova, iskoristio kao povod da postavi pitanje ukidanja rijalitija. Međutim, ova tema ipak nije obrađena tako da javnost može da razume ko je odgovoran za posledice koje sa sobom

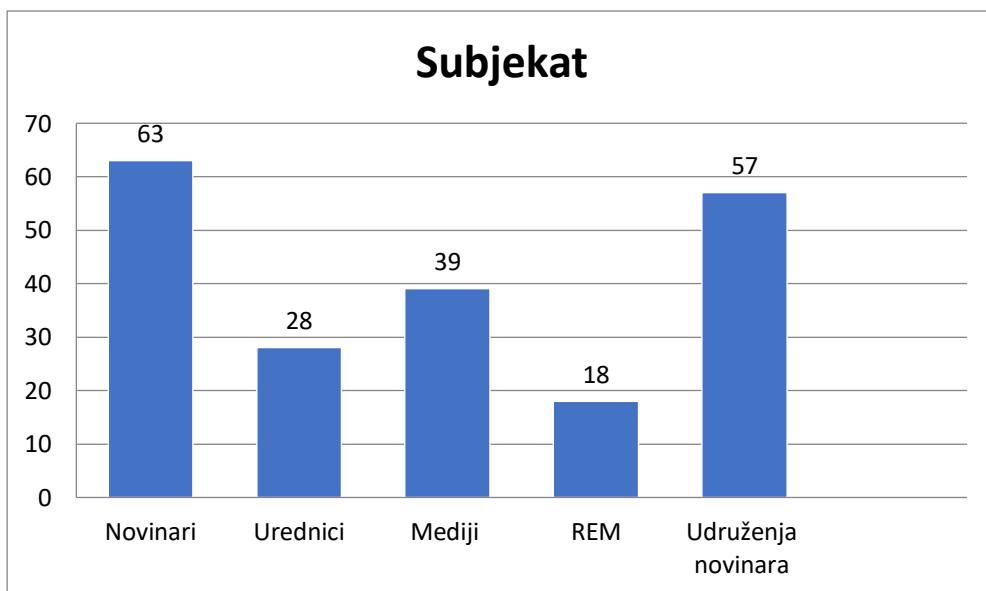
nose određeni događaji koji se prezentuju u rijaliti programima, niti je tekst bio fokusiran na to koliko su ovakve inicijative dugotrajne i efikasne.

#### **1.2.4. O kome izveštava RTS, a kome daje reč?**

To o kome medij govori (Grafikon br. 6), a kome daje mogućnost da se oglasi (Grafikon br. 7) može mnogo da govori o uređivačkoj politici, jednako koliko i povod izveštavanja ili tema o kojoj se govori. Tokom istraživanja utvrđeno je da je RTS u najvećem broju izveštavao o samim medijima. To podrazumeva da je ili spominjao samo odrednicu „mediji” sa raznim varijacijama ili vrstu određenih medija (štampani i elektronski), ali i da je u svojim objavama poimence navodio i domaće i strane medije, odnosno da su upravo oni bili akteri tekstova.

O medijima se tokom analiziranog perioda govorilo 540 puta na RTS-ovom sajtu. Sa druge strane, RTS im nije često davao reč. U ukupno 262 teksta mediji su citirani 39 puta.

To se može opravdati činjenicom da su uglavnom prenošena saopštenja medija ili izjave kao reakcije na određene događaje, a da su njihovi predstavnici davali izjave i posebno analizirani kao urednici i novinari ili vlasnici (koji su se vodili pod kategorijom „drugo”).



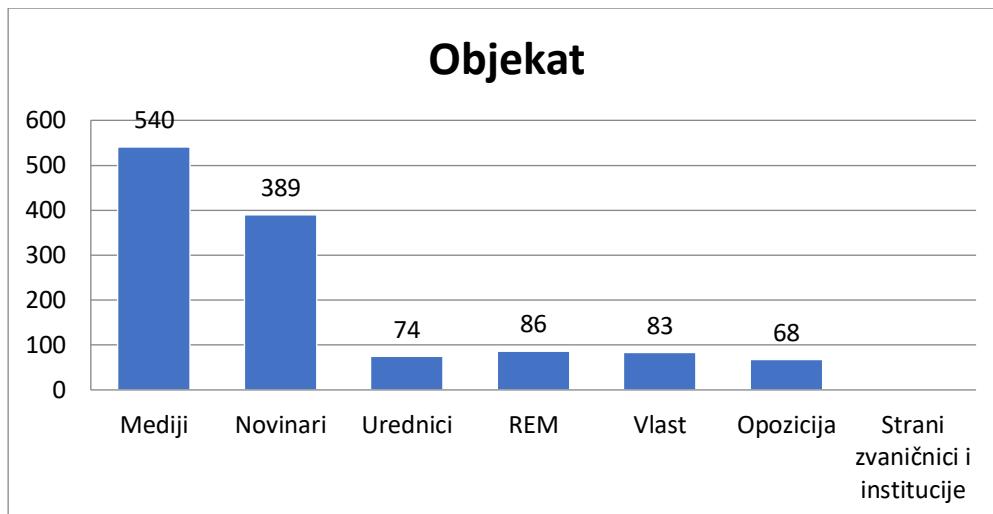
Grafikon br. 6: Subjekti u medijskim objavama na portalu RTS-a

Odmah iza medija su i sami novinari koji su bili objekti u tekstovima 379 puta, dok su im rečali 63 puta. Ukoliko se uzme u obzir da su kao glavna tema izveštavanja RTS-a bili napadi na novinare onda je opravданo to što se o novinarima često govorilo u tekstovima. Urednici su bili tema u tri odsto tekstova, a govorili su u šest odsto. Ovde treba reći da je dobra praksa to što je RTS o stanju u medijima i medijskim slobodama, ali i odnosu prema novinarima

najviše prilike da kometarišu dao upravo medijskim radnicima. Tačnije, to što su novinari najčešće bili subjekti u njihovim tekstovima. Time se upravo daje prilika da oni koji su akteri jednog medijskog sistema govore o tome kakvo je zapravo stanje u medijima i kakav je položaj novinara i medijskih radnika. Ipak, utvrđeno je da su najčešće govorili upravo predstavnici RTS-a – kako novinari i voditelji sa televizije tako i sa radija.

REM, čiji je rad bio jedna od glavnih tema u tekstovima, često je bio objekat (86 puta). REM je bio objekat kao institucija, ali su to bili i članovi Saveta REM-a, kako generalno imenujući ih zajedno tom sintagmom tako i pojedinačni članovi, a najviše puta su spomenuti Olivera Zekić, Judita Popović, Slobodan Cvejić i Višnja Arandelović. Među njima najčešće citirana bila je Olivera Zekić (četiri puta). Višnji Arandelović RTS je reč dao tri puta, a Goranu Pekoviću (koji je u analiziranom periodu dao ostavku na mesto člana Saveta REM-a) i Slobodanu Cvejiću po dva puta. U ostalim slučajevima REM je subjekat bio kada su se citirale njegove odluke ili izveštaji, kao što je to slučaj sa praćenjem elektronskih medija tokom predizborne kampanje, tokom koje je ovo regulatorno telo izlazilo sa ažuriranim podacima o zastupljenosti aktera na izborima u medijima.

Strani zvaničnici i institucije su, sudeći po zastupljenosti u tekstovima, bili često spomenuti. Tačnije, bili su objekti u tekstovima 167 puta, a subjekti 24 puta. Ovo je važan podatak jer se strani zvaničnici i institucije intenzivno bave zaštitom prava medija ili pitanjima slobode medija. Ipak na RTS-u nisu često dobijali prilike da govore ili da budu citirani. Više od njih govorili su ministri, i mnogo više predstavnici udruženja novinara, odnosno sama udruženja novinara. Udruženja novinara su kao subjekti evidentirana 57 puta u tekstovima na sajtu RTS-a, a kao objekti 129 puta. Udruženja novinara, a najviše UNS i NUNS i njihovi predsednici Vladimir Radomirović, odnosno Željko Bodrožić neretko su se pojavljivali kao subjekti u RTS-ovim tekstovima.



Grafikon br. 7: Objekti u medijskim objavama na portalu RTS-a

RTS je u kontekstu medija, slobode medija i novinara češće govorio o predstavnicima vlasti (83 puta su bili objekti), nego predstavnicima opozicije (objekat 68 puta), istovremeno, opozicija je kao subjekat evidentirana 13 puta, a predstavnici vlasti 12. Političke stranke su bile u ulozi objekta 90 puta, međutim, bile su citirane svega osam puta. RTS je o strankama često izveštavao u kontekstu medija jer su se u analiziranom periodu održali parlamentarni izbori, pa su političke stranke neretko bile tema i objekat. Izveštavano je o tome koliko je koja stranka zastupljena u medijima i to prenoseći izveštaje REM-a. Osim toga, političke stranke su upravo bile objekti i kada se govorilo o izboru članova REM-a. Najviše se govorilo o Savezu za Srbiju (12 puta), Srpskoj naprednoj stranci (10 puta), Socijalističkoj partiji Srbije (5 puta) i Pokretu slobodnih građana (4 puta). Istovremeno, subjekti su pojedinačno bili svaki put različiti pa su tako, između ostalih citirane Demokratska stranka, Nova stranka, Dveri (dva puta je preneseno njihovo saopštenje), 1 od 5 miliona i Pokret slobodnih građana.

Građani su takođe često spominjani u tekstovima (201 put), ali bi se reklo najčešće kao konzumenti medija u kontekstima kada bi se spominjali kao javnost ili publika, a to se najbolje može dokazati time što su reč da nešto kažu o medijima dobili samo šest puta.

### 1.3. Zaključak

Može se zaključiti da je RTS o medijima izveštavao umereno, ali ne i sveobuhvatno, da bi kao javni servis pokreao javne debate o problemima i pravom stanju u medijima. Iako se po broju objava može reći da se često bavio ovom temom u svojim tekstovima, ipak se dubljom analizom ne može potvrditi da je bio u potpunosti profesionalan.

Na portalu Javnog servisa Srbije se češće mogu čitati oni tekstovi čiji je povod aktuelni događaj, što može da ukazuje da se tema o medijima i slobodi govora ne posmatra kao dovoljno važna da bi se samoinicijativno pokretala i da bi trošili svoje resurse i kapacitete da bi došli do određenih saznanja. RTS tako najčešće ima ulogu prenosioca vesti (i kraćih i dužih) koje preuzima iz drugih medija i saopštenja *Udruženja novinara Srbije* i drugih važnih činilaca sa medijske scene. Primetno je da se ovaj medij radije odlučuje da o određenim problemima u medijskom okruženju, a koji su od javnog interesa, ne izveštava (poput cenzure kojoj je posvetio vrlo mali broj tekstova). Tako na primer u slučaju hapšenja novinarke za vreme vanrednog stanja ne stavlja javnosti do znanja ceo kontekst događaja, niti pokreće pitanje šta to govori o slobodi govora u Srbiji. Takođe, evidentno je da nedostaje više istraživačkog rada i dužih tekstova koji bi se opsežnije bavili medijskim temama, produbljivali probleme u vezi sa stanjem u profesiji, ili ukazali na značaj posla novinara i medijskih radnika. Neophodno je da svojim tekstovima RTS ukaže na pravo stanje u medijima bez zadrške i bez prečutkivanja tokova određenih događaja.

Novinari RTS-a su ipak pokazali profesionalnost kada je reč o pristupu pripovedanja priče jer se ispostavilo da su u velikoj meri bili neutralni u izveštavanju, kao i da su tekstove naslovljavali informativno i deskriptivno.

## 2.RADIO-TELEVIZIJA VOJVODINE

### 2.1. Kontekst medija

*Radio-televizija Vojvodine* (RTV) jedan je od dva javna medijska servisa u Srbiji, i u tom obliku zvanično postoji od 2006. godine. Kao javni servis, RTV ima obavezu da građanima „omogućava ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja, i pruža opšte i sveobuhvatne medijske usluge koje podrazumevaju informativne, obrazovne, kulturne i zabavne sadržaje namenjene svim delovima društva“.<sup>7</sup> Takođe, javni servis bi trebalo da pruža „visokokvalitetne informacije, obrazovanje i zabavu“ i da „u svim programskim segmentima teži najvišem produkcionom nivou i time postavlja profesionalni standard za sve ostale“.<sup>8</sup>

Monitoring sajta *Radio-televizije Vojvodine* rađen je za period od 1. avgustva 2019. do 31. jula 2020. godine. Za posmatrani period na portalu RTV-a objavljeno je 309 tekstova u kojima ovaj medij izveštava o medijima, slobodi medija i novinarima. Za potrebe istraživanja u kategoriju „rubrika“ dodata je varijabla „Vojvodina“, dok su u kategorijama „subjekat“ i „objekat“ dodata varijable „nevladine organizacije“, „medijske kompanije“, „neimenovani izvor“ i „estradne ličnosti“.

### 2.2. Rezultati i diskusija

Sa više od dve trećine udela u tekstovima sa medijskim temama na portalu RTV-a dominiraju tri rubrike – „društvo“ (36%), „Vojvodina“ (16%) i „politika“ (15%). Najveća frekvencija tekstova u rubrici „društvo“ ne iznenađuje jer medijske teme najčešće i jesu društveno relevantne, a s obzirom na to da se radi o pokrajinskom javnom servisu ne iznenađuje ni značajan broj tekstova u rubrici rezervisanoj za teme od značaja za Vojvodinu. Statistički relevantan procenat tekstova o medijima u političkoj rubrici delimično se može objasniti činjenicom da su u posmatranom periodu održani parlamentarni izbori. Najveći broj tekstova

<sup>7</sup> Službeni glasnik Republike Srbije. (2014). *Zakon o javnom informisanju i medijima*. „Sl. glasnik RS“, br. 83/2014, 103/2015 i 108/2016. Član 2, stav 1

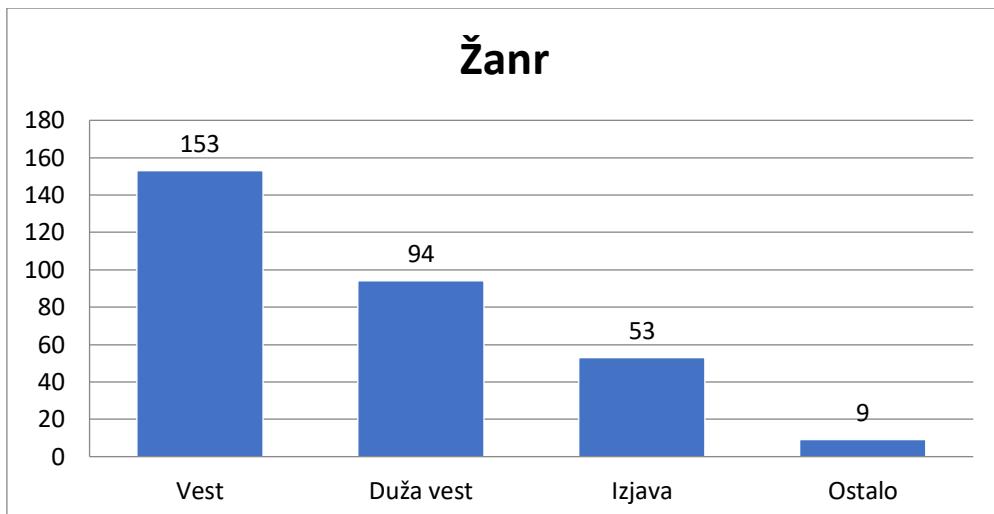
<sup>8</sup> Valić Nedeljković, D. i Isakov S. (2019). *Analiza sadržaja odabranih informativnih emisija javnih servisa u Srbiji*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Str. 7

iz ove rubrike za temu je imao dijalog vlasti i opozicije o izbornim uslovima. Jedna od glavnih tema ovih dijaloga (a time i analiziranih tekstova na sajtu RTV-a) bilo je (ne)odgovarajuće stanje u medijima za održavanje izborne trke.

Preostali tekstovi raspoređeni su u širok dijapazon rubrika: „svet“, „kulturu“, „ekonomiju“; zatim ostale rubrike, među kojima najveći deo pripada rubrikama koje nisu konstantne, već su, u periodu istraživanja, bile aktuelne kao što su „izbori 2020“ i „koronavirus“, dok ostale, manje prominentne rubrike („region“, „hronika“, „sport“, „život“), sadrže po nekoliko tekstova. Prema tome, iako se tekstovi o medijima mogu pronaći u raznovrsnim rubrikama na sajtu *Radio-televizije Vojvodine*, procentualno se ipak izdvajaju društveno-političke rubrike. Uz to, s obzirom na to da je analiziran portal, ne postoje tekstovi koji se nalaze na naslovnim stranama, tako da je svih 309 tekstova pozicionirano u rubrikama.

Naslovi analiziranih tekstova na portalu *Radio-televizije Vojvodine* bili su ili informativni (70%), ili deskriptivni (30%), a svega jedan tekst (i jedini izuzetak od navedene dve vrste) imao je senzacionalistički naslov. Stoga najveći deo naslova ovog medija direktno prenosi glavnu informaciju koja se nalazi u tekstu na koji se odnosi, dok preostali naslovi ne saopštavaju tu informaciju neposredno, ali i dalje denotiraju temu i sadržaj svog teksta. Ono što je zasigurno jeste da se naslovi RTV-a ne mogu okarakterisati kao klikbejt naslovi, niti se za njih može reći da pokušavaju da manipulišu svojom publikom.

Čak 300 od 309 analiziranih tekstova pripada najuobičajenijim žanrovima – vesti (sa varijacijom vest i duža vest) ili izjavi; od preostalih devet zastupljeni su saopštenje, izveštaj, intervju i članak. Iz toga se može zaključiti da portal RTV-a odlikuje slaba žanrovska raznovrsnost, kao i da su složeniji, analitički, žanrovi poput članka, komentara ili reportaže izuzetno malo, ili potpuno nezastupljeni. Gotovo svi tekstovi na sajtu pokrajinskog javnog servisa ne sadrže ništa više od prenošenja izjava aktera i/ili navođenja činjenica uz (ako je potrebno) davanje šireg konteksta o događaju o kojem je reč. Uz takav način izveštavanja, i gotovo kompletan izostanak složenih žanrova ne može se očekivati od *Radio-televizije Vojvodine* da u potpunosti objasni i građanima približi kompleksna pitanja i probleme iz medijske sfere.



Grafikon 8: Medijski žanrovi na portalu RTV-a

Većina tekstova sa medijskim temama na sajtu RTV-a (86%) za povod ima aktuelni događaj. U skladu je sa standardima profesije što mali procenat ove kategorije čine pseudodogađaji i promocija<sup>9</sup>. Nasuprot tome lošu praksu predstavlja podatak da je *Radio-televizija Vojvodine*, kao javni servis svih građana Srbije, za godinu dana posmatranog uzorka imala samo pet tekstova o medijskim temama koji su okarakterisani kao medijska inicijativa. To znači da RTV svoju publiku pravovremeno obaveštava o aktuelnim događajima, ali i da o njima i dubljim problemima i pitanjima koje sa sobom povlače izveštava tek nakon što se odigraju, umesto da izveštava preventivno i proaktivno.

Da su tekstovi o medijima na sajtu RTV-a tematski raznovrsni govori podatak da nijedna pojedinačna tema nije zastupljena u više od petine slučajeva. Najbrojniji bili su tekstovi sa temom „profesionalizam i etika drugog medija“ (18 posto). Većina ovih tekstova prikazuje pomenute medije u negativnom kontekstu, za razliku od onih iz varijable „profesionalizam i etika sopstvenog medija“ (šest posto) u kojima je *Radio-televizija Vojvodine* prikazana isključivo pozitivno. Ipak, za medije o kojima RTV negativno izveštava ne može se reći da pripadaju samo jednoj strani političkog spektra, jer su u isto vreme negativno prikazani televizija *NI* zbog dokumentarnog filma „Vladalac“, odnosno listovi *NIN* i *Danas* zbog svojih naslovnica koje se tiču afere Krušik, kao i RTS prilikom blokade ove televizije, kao i *Pink* i *Hepi* zbog rijaliti programa.

Druga najbrojnija tema bili su napadi na novinare (15 posto). O ovoj temi od velike važnosti za novinarsku profesiju (s obzirom na to da se radi o bezbednosti novinara) RTV je izveštavao reaktivno – bez medijske inicijative i preventivnog izveštavanja o napadima na

<sup>9</sup> Tekstovi koji za povod imaju promociju govore isključivo o poslovanju ove medijske kuće.

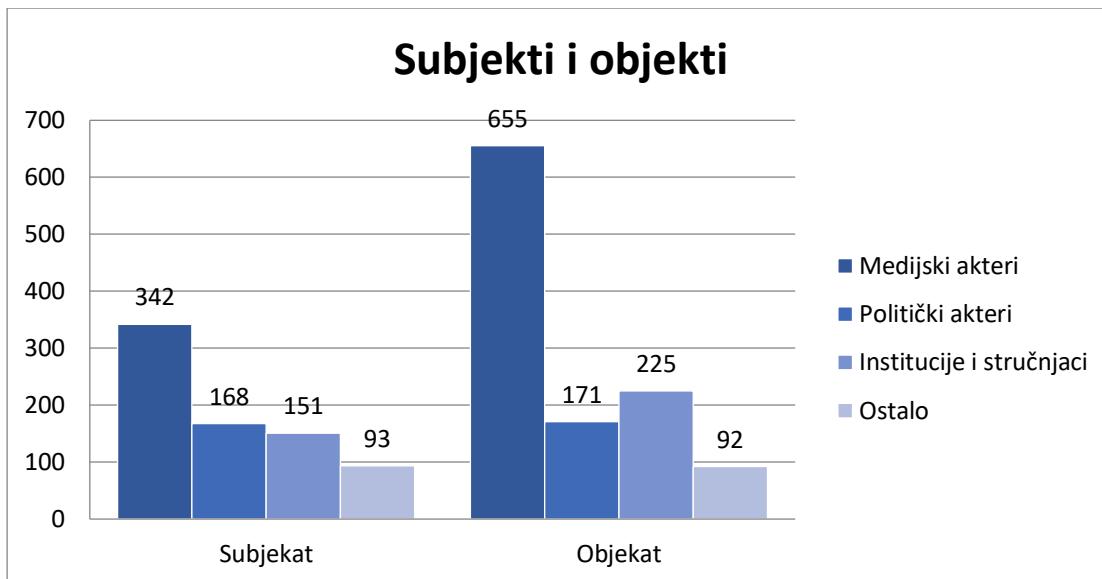
novinare kao pojavi koja karakteriše Srbiju danas. Još jedna prominentna tema bilo je poslovanje medija, ali potrebno je napomenuti da su u ovoj varijabli malobrojni bili tekstovi o dve relevantne teme: konkursnom finansiranju medija i sukobu Telekom Srbije i Junajted grupe.

S obzirom na to da je 2020. bila izborna godina, česte su bile i teme regulacije REM-a (10 posto) i dijaloga vlasti i opozicije o medijima, koja je smeštena u varijablu „drugo“. Ostale teme iz ove variable bile su pisanje ili izveštavanje drugih medija, tekstovi u vezi sa epidemijom virusa korona, kao i tekstovi u kojima se mediji samo sekundarno spominju.

Ukoliko se saberi pojavljivanja medija, urednika, novinara i novinarskih udruženja u ulozi subjekta dobije se udeo zastupljenosti od 41 posto u ovoj kategoriji. Ako se tome dodaju REM i medijske kompanije, udeo iznosi 45 posto. To znači da medijski akteri ne čine većinu subjekata u tekstovima o medijskim temama na portalu *Radio-televizije Vojvodine*. Istovremeno, politički akteri (predsednik, premijerka, ministri, narodni poslanici, političari na vlasti i opozicija) zastupljeni su kao subjekti u 22 posto slučajeva. To ukazuje na visoku politizovanost medijskih tema na sajtu RTV-a. Doduše, treba napomenuti da se predstavnici vlasti i opozicije kao subjekti pojavljuju skoro podjednako, sa opozicijom u blagoj prednosti u odnosu na vlast.

Treća brojčano značajna skupina može se kreirati od zvaničnih institucija (domaćih i stranih) i ostalih stručnih organizacija ili pojedinaca (udruženja građana, nevladinih organizacija i stručnjaka) čija zastupljenost iznosi 20 posto. Prema tome, političari se češće pojavljuju kao subjekti od institucija i stručnjaka.

Konačno, iako se radi o portalu *Radio-televizije Vojvodine, Savet za štampu* (jedino samoregulatorno telo za medije u Srbiji) nije imao nijedno pojavljivanje u ulozi subjekta za godinu dana monitoringa, dok je u ulozi objekta pomenut svega tri puta.



Grafikon 9: Subjekti i objekti u objavama na portalu RTV-a

Kao najbrojniji objekti pojavljuju se medijski akteri (mediji, urednici, novinari, udruženja novinara, *Savet za štampu*, REM i medijske kompanije) sa statističkim značajno većim procentom nego u ulozi subjekta (57 posto). Frekventnija zastupljenost u ulozi objekta je i očekivana s obzirom na to da su analizirane medijske teme. Najveća razlika u pojedinačnoj varijabli između dve kategorije uočena je za same medije, koji su procentualno dvostruko više zastupljeni kao objekti (30 u odnosu na 15 posto), a u apsolutnim brojkama trostruko više nego u ulozi subjekta (347 u odnosu na 113). Ovaj procentualni porast pojavljivanja medijskih aktera kao objekata u odnosu na subjekte odražava se u smanjenju prisutnosti političkih aktera u ulozi objekta naspram uloge subjekta.

Šest varijabli sa ovim akterima (predsednik, premijerka, ministri, narodni poslanici, političari na vlasti i opozicija) čine 15 posto kategorije objekta, a političari na vlasti zastupljeniji su od opozicionih političara u odnosu tri naprema dva (3:2). Prema tome, opozicioni političari češće imaju priliku da govore, dok se o političarima na vlasti češće govori kada su u pitanju tekstovi sa medijskim temama na portalu Pokrajinskog javnog servisa.

Konačno, skupina koju čine domaće i strane institucije, udruženja građana, nevladine organizacije i stručnjaci prisutna je u istom procentu (20 posto) u ulozi objekta kao i u ulozi subjekta.

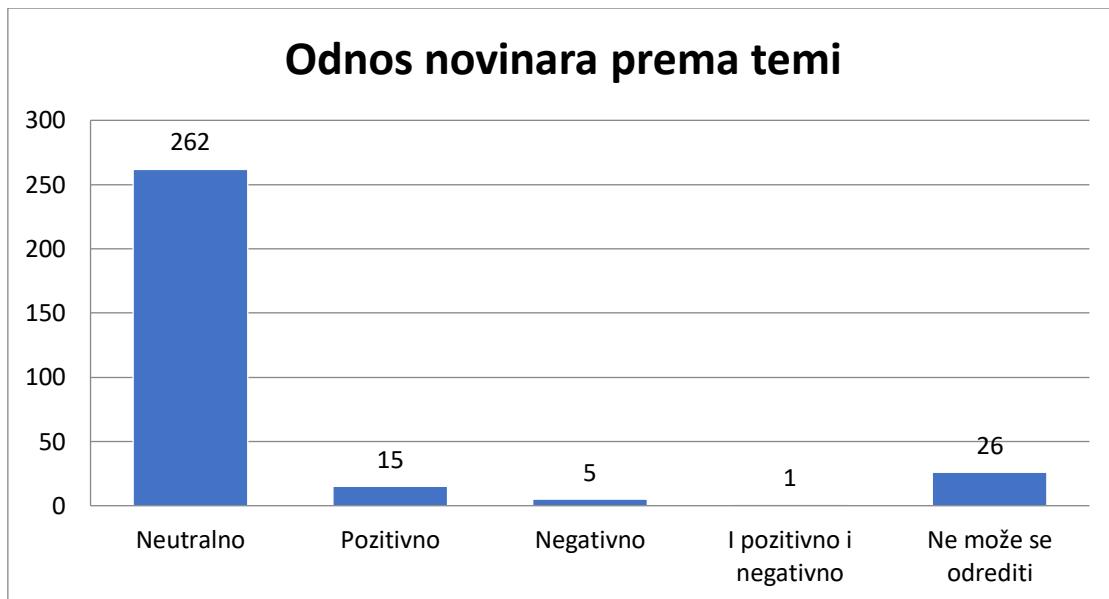
U najvećem broju tekstova na sajtu *Radio-televizije Vojvodine* novinari ovog medija bili su neutralni prema prići o kojoj izveštavaju (85 posto). Međutim, ovaj neutralan odnos ne ogleda se u podjednakom i ravnopravnom prikazivanju obe strane određene priče, ili kritičkom sagledavanju problema ili teme o kojoj se izveštava; neutralan odnos ogleda se u

nepristrasnosti novinara prilikom prenošenja izjava ili saopštavanja činjenica određenog događaja. Drugim rečima, u tekstovima o medijskim temama na sajtu RTV-a mogu se pročitati negativni, čak i zapaljivi stavovi, ali njihov izvor su aktera čije izjave ovaj medij prenosi, dok se sami novinari, u najvećem broju slučajeva, od njih ograđuju. Čak i malobrojni izuzeci ne odstupaju mnogo od ovog modela, jer se radi o prenošenju oštih i osuđivačkih saopštenja, ali bez navođenja izvora. Usled toga ona deluju kao stav redakcije, ali se daljom pretragom može utvrditi da je izvor npr. Tanjug, sa čim običan čitalac, naravno, ne mora biti upoznat pa zbog toga može steći pogrešan utisak. Primera radi, u vesti o naslovnicama NIN-a i *Danasa* u vezi sa aferom Krušik, RTV bez navođenja izvora (Tanjuga) piše:

„Na karikaturi Predraga Koraksića Koraxa, u gro planu je isti snajper sa fotografije objavljene na naslovnoj strani NIN-a, uperen u grudi predsednika Vučića, koji je razgrnuo košulju ispod koje je nacrtana meta. Varijacije NIN-ove poruke? Demonstracija stava – „šta nam možete?” Ironija? Zluradost? Ismevanje? Da li zaista cev uperena u bilo čije grudi, u zemlji u kojoj je ustreljen premijer reformator, u društvu u koje se indukuje politički razdor, može biti smešna? Da li je bio smešan napad na Vučića u Srebrenici? Može li biti smešno kada na prvog čoveka Srbije u Zagrebu nasrću sa porukama mržnje dok prolazi ulicom ka Banskim dvorima? U zemlji, čija istorija pamti ubistvo kraljeva, predsednika skupštine, premijera, cev koja nema drugu simboliku osim metka može slati samo opasnu poruku. Sa tim nema igre.“

Znatno su češći slučajevi poput onog u nastavku iste vesti, kada RTV samo prenosi problematičnu izjavu aktera, ovog puta urednika Informera Dragana Vučićevića: „Lopov i vlasnik medijskog šljama bi da ubija predsednika. E pa neće moći! Nije Srbija njegova crna naslovnica, napisao je Vučićević na svom Triter nalogu.“

Istovremeno, pozitivan odnos prema priči novinari RTV-a imali su u svega 5 posto tekstova iz analiziranog korpusa, i ovi tekstovi bili su ograničeni na dve vrste tema: 1) in memoriam i 2) izveštavanje o sopstvenom mediju. U prenošenju vesti o smrti medijskih radnika novinari RTV-a često su ukazivali poštovanje i govorili pohvalno o preminulom („naš kolega i prijatelj“, „Dopisnička mreža RTV ostala je bez dobrog novinara“), dok je prilikom izveštavanja o samoj *Radio-televiziji Vojvodine* bio prisutan promotivni ton: „Emisija Novosadski dani Đure Jakšića autora Vladimira Bajića i reditelja Nenada Miloševića u produkciji Radio-televizije Vojvodine na savremen i originalan način interpretira životni put Đure Jakšića i njegove novosadske dane.“



Grafikon 10: Odnos novinara prema temi na portalu RTV-a

Ton obraćanja novinara RTV-a u najvećem broju slučajeva je neutralan. Udeo novinara u tim slučajevima sastoji se od prenošenja izjava aktera i saopštavanja informacija vezanih za događaj, a nekad i samo od prenošenja saopštenja u celosti bez posredstva novinara. U manje od 10 posto tekstova novinari RTV-a pišu tonom koji nije neutralan. Radi se o pohvalnom ili promotivnom, odnosno osuđivačkom tonu, poput onih u gore navedenim primerima. Prema tome, ne može se reći da novinari *Radio-televizije Vojvodine* imaju svoj glas u izveštavanju o temama koje se tiču njihove profesije. Iznošenje kritičkih stavova i ocenjivanje prilika o medijskim temama prepušteno je akterima koji ne pripadaju ovoj medijskoj kući.

### 2.3. Zaključak i preporuke

Za većinu aspekata izveštavanja *Radio-televizije Vojvodine* o medijskim temama može se tvrditi da odgovaraju standarima profesije. Naslovi na portalu ovog medija odgovaraju onome što je sadržano u tekstu, a senzacionalističkih naslova gotovo da nije bilo. Povod za izveštavanje su aktuelni događaji; pseudodogađaji i promocija (iako nisu prisutni u nemalom procentu) retko su zastupljeni. Akteri sa obe strane političkog spektra pojavljuju se praktično u podjednakim količinama. Novinari RTV-a u najvećem broju slučajeva neutralni su i nepristrasni u svom izveštavanju.

Međutim, podjednako značajni jesu i trendovi u izveštavanju *Radio-televizije Vojvodine* koji ne odgovaraju zadacima i obavezama jednog javnog servisa. Analizirane tekstove odlikuje pre svega mala žanrovska raznovrsnost, skoro svi tekstovi mogu se svrstati ili u vesti ili u izjave, a složeni, analitički, žanrovi praktično i da ne postoje. Takođe, ne postoji ni medijska

inicijativa, tako da Pokrajinski javni servis ne postavlja sam teme od javnog značaja na društvenu agendu. Određene teme od javnog značaja, poput konkursnog finansiranja medija i sukoba dva najveća kablovska operatera u zemlji, vrlo malo su i bile obrađivane. Značajan broj medijskih tema je ispolitizovan te su na RTV-u politički akteri zastupljeniji od stručnih organizacija i pojedinaca. Konačno, iako se novinari ovog medija ograđuju od problematičnih izjava tako što navode njihov izvor, one ipak nisu kritički promišljane i preispitivane.

Čini se da bi značajan prvi korak za unapređivanje izveštavanja *Radio-televizije Vojvodine* o medijskim temama bila veća zastupljenost složenih, analitičkih, žanrovske formi. Na taj način, ovaj medij bi mogao opširnije da se bavi kompleksnim pitanjima koja se tiču medija, a samim tim i društva. Takođe, u takvim tekstovima više prostora trebalo bi da dobiju relevantni stručnjaci i medijski radnici, a manje politički akteri, dok bi zapaljiva retorika ovih i njima bliskih aktera tada mogla biti kritički analizirana i stavljena u širi kontekst. Uz to, veća medijska inicijativa je preporuka koja se uvek može uputiti svakom mediju, ali u slučaju javnog servisa ona ne sme ostati samo preporuka već mora biti i obaveza. Kao i za sve druge pa tako i za medijske teme javni servis ima obavezu da na dnevnu agendu postavlja pitanja od javnog značaja, i da o njima izveštava sveobuhvatno i pravovremeno.

### 3. N1

#### 3.1. Kontekst medija

Televizija *N1* je s radom počela pre šest godina kao emiter koji svoj program plasira putem kablovskih operatera. Osnovana je kao partner *CNN* mreže na Balkanu, a u vlasništvu je kompanije Adrija njuz (Adria News) koja posluje u okviru firme Junajted medija (United media), u čijem je vlasništvu i telekomunikaciona kompanija SBB. *N1* je osnovan kao televizijska kuća, a svoj sadržaj plasira i kroz tekstove na veb portalu rs.n1info.com i mobilnoj aplikaciji. Osim u produkciji u Beogradu, televizijski program realizuju i u Sarajevu i Zagrebu, a emituje se i u Makedoniji i Crnoj Gori putem različitih kablovskih operatera. U sve tri zemlje *N1* ima pojedinačne produkcije, uređivačke kolegijume, novinare i studije, u kojima se kreiraju različiti sadržaji. Iste programe emituju jedino ukoliko procene da je interesantan za građane sve tri zemlje u kojima imaju produkcione centre. I sajt i aplikacija ovog medija dostupni su u različitim domenima za građane Srbije, Hrvatske i Bosne i Hercegovine, a na svakoj je sadržaj moguć za čitanje i na engleskom jeziku.

Na televiziji dominira informativni program, a kao partner *CNN*-a *N1* ekskluzivno emituje i programe ove medijske mreže i ima pravo da sa tom kućom razmenjuje sadržaj. Partnerstvo sa američkom medijskom mrežom omogućava i isti pristup u radu, prikupljanju informacija i njihovom plasiranju. Prema istraživanju agencije Nielsen (Nielsen) *N1* je tokom 2018. godine na listi gledanosti domaćih televizijskih kanala bio na osmom mestu, s udjelom gledanosti od 0,55 odsto. Portal je takođe usmeren na informativni program, iako se u različitim rubrikama mogu pronaći i zabavne, magazinske teme.

„Televizija *N1* je kritički orijentisana prema vlasti. Mnogi intelektualci i opozicioni lideri hvale njen rad, navodeći je kao jedini TV kanal koji izveštava o koruptivnim praksama vladajućih struktura o kojima se druge televizije ne usuđuju<sup>10</sup>“. Na sajtu *N1* navedeno je da je urednički kolegijum „odgovoran za to da se u procesu proizvodnje programa *N1* kontinuirano pridržava striktnih smernica za integritet, tačnost i nepristrasno izveštavanje, koji

---

<sup>10</sup> <https://serbia.mom-rsf.org/rs/mediji/detail/outlet/n1-tv/>

predstavljaju principe primenjene na celu *N1* platformu”.<sup>11</sup> U nekim srpskim medijima se, ipak, neretko o *N1* izveštava kao o televiziji koja nije nezavisna, a osim toga često se spori i njeno vlasništvo.

„Istraživanje Medijske opservatorije za Jugoistočnu Evropu iz decembra 2014. pokazalo je da je pokretanje ove televizije bilo izlobirano u Evropskoj komisiji u Briselu od strane KKR-a<sup>12</sup> i Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD). Naime, istaživanje pokazuje kako su ljudi koji su radili u Evropskoj komisiji promenili srpsku verziju nacrtu medijskih zakona, nakon lobiranja KKR i EBRD, kako bi omogućili pokretanje TV *N1* i to tako što su dozvolili da distributeri sadržaja mogu ujedno biti i njegovi proizvođači. Odvojenost distribucije od sadržaja je ono za šta se sama Evropska komisija prethodno zalagala u slučaju Srbije i ostalih zemalja sa fragilnim medijskim sistemima”.<sup>13</sup>

U periodu od 1. avgusta 2019. do 31. jula 2020. godine na portalu *N1* objavljeno je i analizirano 678 tekstova, u kojima se govorilo o novinarima, medijima i medijskim slobodama.

## 3.2. Rezultati i diskusija

### 3.2.1. Kako i kada *N1* izveštava?

Iz sprovedenog istraživanja, a na osnovu zbirnog broja tekstova koji su se analizirali evidentirano je da se *N1* često bavi medijskim temama i da ih kontinuirano prati i obrađuje u svojim izveštajima, ali i da prenosi i tekstove drugih medija o novinarima, medijima i medijskim slobodama. Povod izveštavanja *N1* o medijima najčešće je uzrokovan aktuelnim događajima i takvi tekstovi činili su 72 odsto analiziranih jedinica (Grafikon br. 11). Budući da je procenat tekstova koji su uzrokovani aktuelnim događajima veoma visok zaključeno je da *N1* aktivno izveštava usled dešavanja koja se tiču srpskih i inostranih medija i novinara, medijskog sistema i regulatornih tela i kontinuirano prati sve aktuelnosti jednog događaja, stavljajući ga u odgovarajući kontekst i dajući pregled pozadine određene situacije. U isto vreme na ovom portalu se objavljuju autorske vesti o aktuelnostima koje se tiču medija, novinara i cenzure, i prenose se saopštenja svih relevantnih aktera tih dešavanja ili onih kojih se ona tiču, kojima se javnost poziva na akciju.

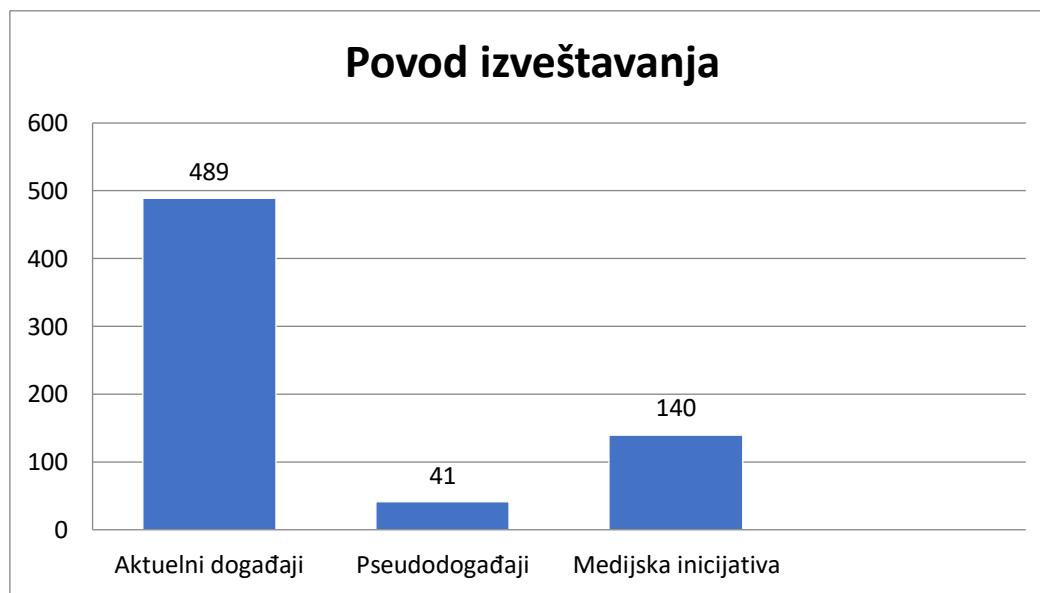
<sup>11</sup> <http://rs.n1info.com/O-nama>

<sup>12</sup> Američka investiciona kompanija Kohlberg Kravis Roberts

<sup>13</sup> <https://serbia.mom-rsf.org/rs/mediji/detail/outlet/n1-tv/>

Izveštavanje sa pseudodogađaja, tj. onih koji su otvoreni samo za predstavnike medija, uočeno je u tek šest odsto analiziranih tekstova. Primećeno je da je malo takvih događaja koji su organizovani da bi se na njima diskutovalo o stanju u medijima. Najčešće se sa takvih događaja izveštavalo usled slučajnih diskusija o novinarima i medijima.

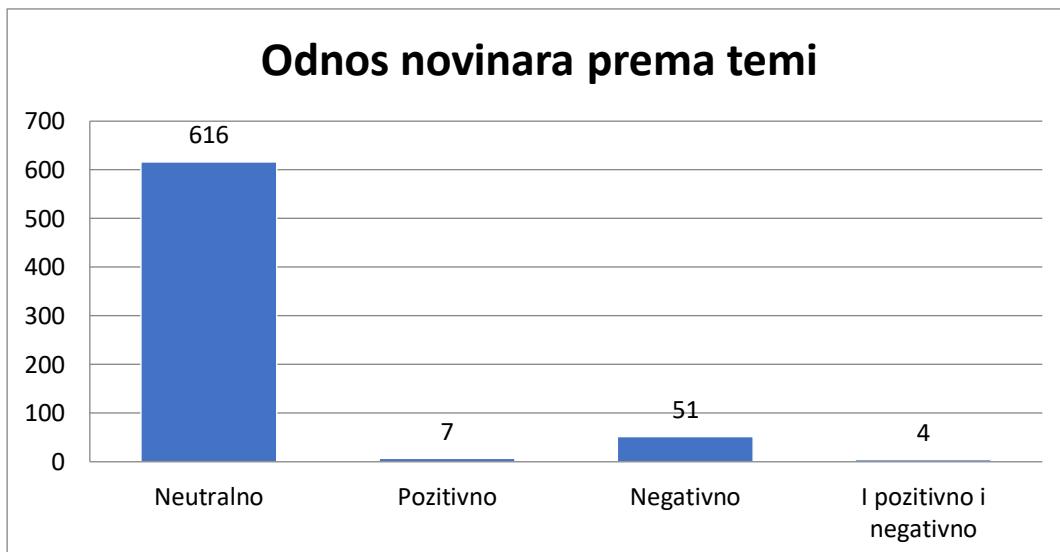
Medijski inicirani tekstovi su zabeleženi u 21 odsto slučajeva. Uredništvo *N1* je odlučilo da pokrene određene teme, ali i da ih usled aktualnosti dodatno dalje razlaže i pokuša da dođe do potencijalnih rešenja u vezi sa problemima u funkcionisanju medija, cenzure, odnosa drugih medija i kolega prema novinarima *N1* i drugima. Veći broj medijski iniciranih tekstova nastao je kao proizvod emisija koje su realizovane u okviru televizijskog programa *N1*. Tačnije, kao produkt emisija poput „Novi dan”, „Pressing”, „360 stepeni”. Tekstovi su, takođe, na sajt plasirani na osnovu televizijskih priloga koji su emitovani u centralno-informativnoj emisiji. *N1* je tako autorske tekstove pokretao zbog lažnih vesti tokom pandemije virusa korona, ali i centralizovanja informacija za medije tokom vanrednog stanja, napada i pritisaka na novinare (njihove najčešće), ali i zbog (ne)aktivnosti REM-a. U tim tekstovima novinari *N1* davali su čitaocima kontekst određenih problema i debatovali o njima detaljno sa raznovrsnim sagovornicima.



Grafikon br. 11: Povod izveštavanja za medijske objave na portalu *N1*

Utvrdjeno je da je *N1* u svojim objavama bio u velikoj, tačnije, najvećoj meri neutralan. Objektivno su pristupali temama u 91 odsto analiziranih tekstova (Grafikon br. 12). Objektivnost je jedan od osnovnih postulata na kojima počiva novinarska profesija, a biti neutralan je jedan od glavnih zadataka novinara i preduslova za profesionalno i izbalansirano

izveštavanje medija. Ukoliko se pogleda rezultat koji govori da je u gotovo svim tekstovima *N1* bio neutralan, može se zaključiti da je ovaj mediji uglavnom uspešno ispunjavao svoj zadatak.



Grafikon br. 12: Odnos novinara prema temi u medijskim objavama na portalu *N1*

Ipak, pozitivan stav novinara je uočen u jedan odsto analiziranog sadržaja, isto koliko je uočen podjednako i pozitivan i negativan pristup novinara prema priči. U osam odsto analiziranih tekstova uočen je negativan stav novinara prema priči. To su u velikoj meri bili tekstovi koji su se odnosili na napade drugih novinara ili medija na novinare, urednike i vlasnike ove medijske kuće, televizije i portala *Nova S.*

U tekstu pod naslovom „Optužbe rekordera lažnih vesti<sup>14</sup>“ *N1* reaguje na napad *Kurira* (kojeg naziva provladinim tabloidom) zbog toga što su optužili novinarku portala *Nova.rs* Anu Lalić da je prekršila novinarski kodeks jer je objavila tekst o stanju u Kliničkom centru Vojvodine tokom epidemije korona iako nije dobila odgovor od nadležnih iz ove institucije. Novinar *N1* u tekstu zaključuje kako je „apsurdno da 'presudu' o kršenju kodeksa donosi list koji je prema zvaničnim podacima *Saveta za štampu* samo za poslednjih šest meseci prošle godine 1106 puta prekršio novinarski kodeks u naslovima“ i dalje se poziva na portal *Raskrikavanje*, koji je objavio da je *Kurir* 2019. godine objavio 142 lažne vesti. Navedena tvrdnja je sporna jer novinar *N1* skreće pažnju sa problema povodom kog je *Kurir* reagovao, iznoseći podatke kojim se *Kurir* kao medij diskredituje. Ne izmišlja podatke, niti su oni upitni, ali, iako se poziva na izvore, *N1* jasno ukazuje da je *Kurir* mediji koji ne može da piše o kršenju novinarskog kodeksa. Pravilo argumentovane debate podrazumeva da se razgovara

<sup>14</sup> Dostupno na: <http://rs.n1info.com/Vesti/a586688/Optuzbe-rekordera-laznih-vesti.html>

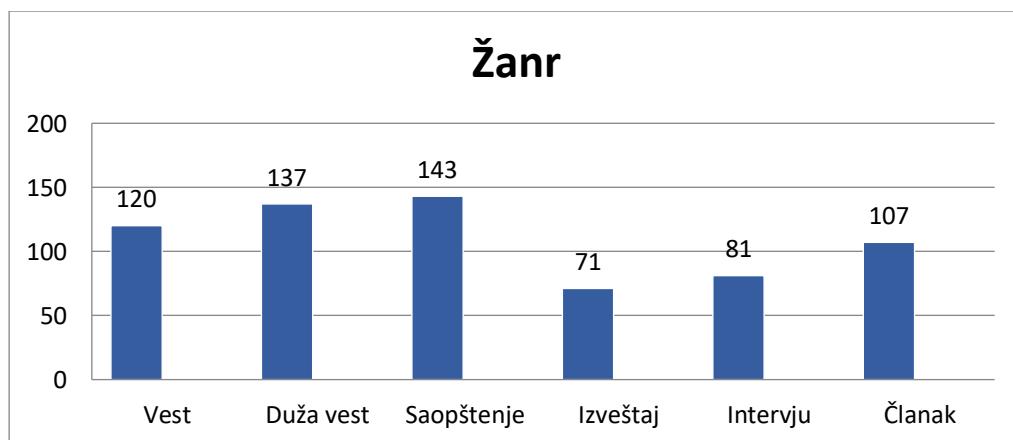
o problemu koji je bio povod diskusije, bez suptilnog premeštanja povoda diskusije na legitimitet izvora informacija.

U tekstu „N1 traži reakciju države na seksističke napade na novinarku“<sup>15</sup> objavljeno je da „provladini mediji“ vode rat protiv novinara *N1* kako bi diskreditovali ovaj medij. U tekstu se navodi:

„Jedan od modela tog specijalnog rata je da preko web sajtova, posebno kreiranih u tu svrhu, u najorem udbaškom maniru, kombinuju fotografije naših novinara i novinarki sa njihovih društvenih naloga iz različitih faza života, sa podmetnutim fotografijama i obrađuju ih tako kako se stvori kontekst nedoličnosti“.

Dalje objašnjavaju da pojedini mediji fotografišu novinarke *N1* kako bi ih ponizili. Podsećaju i da je glavni i odgovorni urednik *Informera* Dragan J. Vučićević na Triteru vređao njihovu novinarku Žaklinu Tatalović. Ovakvo ponašanje medija opisuju na sledeći način: „Divlje, neotesano i seksističko iživljavanje ovog čoveka, upereno protiv novinarke Žakline Tatalović, očigledno se događa uz prečutnu saglasnost države“.

Pristrasnost, kakva je primećena u ovakvim izveštajima *N1*, može biti vrlo delikatna jer u situacijama u kojima su se novinari ovog medija „branili“ od drugih često su bili veoma kritički nastrojeni prema objektima njihovih tekstova uz etiketiranje koje je u određenim momentima moglo skrenuti pravac diskusije sa argumenata. Na ovaj način pravila se distinkcija između medija i podela na „ove“ i „one“ medije i novinare, a nije se fokus stavio na to šta napadi na novinare govore o društvu i njegovom odnosu prema medijima.



Grafikon br. 13: Medijski žanr objava na portalu TV *N1*

<sup>15</sup> Dostupno na:

<http://rs.n1info.com/Vesti/a592978/N1-trazi-reakciju-drzave-na-seksisticke-napade-na-novinarku.html>

U žanrovskoj strukturi (Grafikon br. 13) na sajtu *N1* dominiraju saopštenja. Takvih objava je, od ukupno 678 analiziranih tekstova, bilo 143. *N1* je najčešće prenosiо saopštenja *Udruženja novinara Srbije*, čije su se objave našle na sajtu ovog medija 43 puta. Slede ih saopštenja *Nezavisnog udruženja novinara Srbije*, kojih je bilo 30 na sajtu *N1*. Preneseno je i 11 saopštenja Nezavisnog društva novinara Vojvodine, šest koje je objavila Junajted grupa, u okviru koje posluje *N1*. Objave u obliku saopštenja *N1* puštena su četiri puta. Ostatak saopštenja uglavnom se odnosio na prenošenje drugih medija (*Nova S* i *RTS* – po dva puta), Ministarstva kulture i informisanja (pet saopštenja), OEBS-a i drugih nevladinih domaćih i stranih organizacija, Fondacije Slavko Ćuruvija, Zaštitnika građana, Poverenika za zaštitu informacija od javnog značaja, REM-a, i političkih stranaka (Dveri, Nova Srbija, Demokratska stranka, Savez za Srbiju, Stranka slobode i pravde) i drugih.

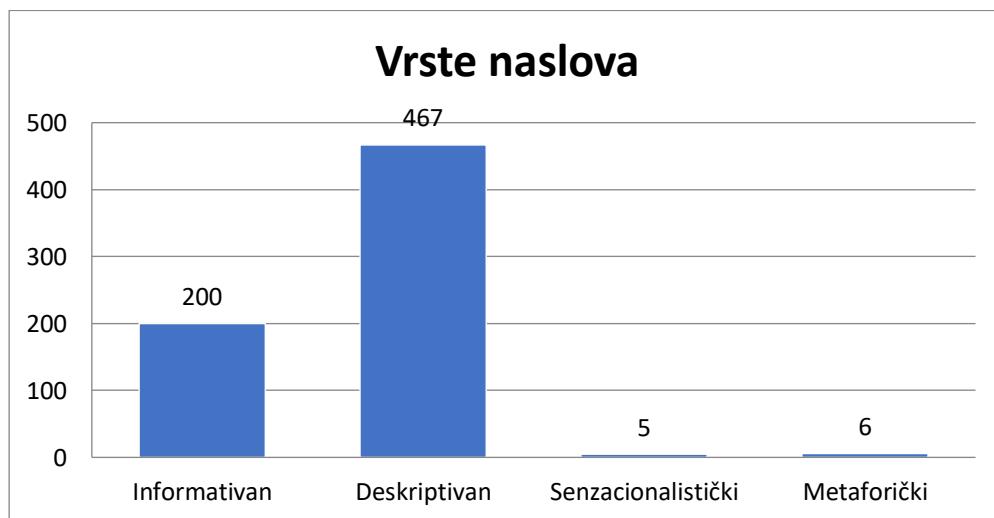
Iako u žanrovskoj strukturi objavljenih tekstova preovlađuju saopštenja, što bi značilo da na sajtu *N1* nedostaje više autorskih tekstova, ovakav rezultat može da se objasni time što je najveći broj tekstova na njihovom sajtu upravo uzrokovan aktuelnim događajima, a najčešće napadima na novinare, povodom kojih su i reagovala udruženja, organizacije, institucije, mediji i drugi čija su se saopštenja prenosila usled određenih dešavanja u vezi sa medijima i novinarima. Ipak, preporuka bi bila da novinari ovog medija iskažu veći stepen angažovanosti prilikom izveštavanja. Saopštenja drugih, međutim, mogu biti od koristi kao dobar povod za objavlјivanje više autorskih tekstova.

Saopštenja slede i duže vesti kojih je bilo 137, a potom i kratke vesti, koje su objavljene 120 puta. I ovi podaci ukazuju na to da je *N1* najčešće reagovao usled aktuelnosti, s obzirom na to da kraće forme uz saopštenja dominiraju na njihovom sajtu. Primećen je i velik broj članaka, kojih je bilo 107 u ukupnom zbiru. Intervjua je bilo 81. Tačnije, toliko tekstova evidentirano je u ovom žanru jer su nastali kao intervjui rađeni u televizijskom programu *N1*, pa su prepričani na sajtu. Forme pitanje–odgovor ipak na sajtu *N1* nije bilo. Evidentiran je i 71 izveštaj. Ukoliko se brojke intervjua, članaka i izveštaja saberu, onda je jasno da je u konačnom zbiru više bilo priča koje su podrazumevale detaljnije razgovore sa sagovornicima, dublje pronicanje u srž problema o kojima se izveštavalo na portalu *N1* televizije.

### **3.2.2. U kojim rubrikama na sajtu novinari *N1* objavljaju tekstove i kako ih naslovljavaju?**

Gotovo sve tekstove o medijima *N1* je smestio u rubriku „vesti“ (614 tekstova), ali ne zato što je ovaj medij objavljuvao tekstove ne analizirajući ih kroz društveno-politički kontekst događaja, pojava i ličnosti, već zato što je sajt *N1* televizije tako organizovan da sve informacije koje se tiču aktuelnosti u zemlji smešta u rubriku „vesti“. Rubrike „društvo“ i „politika“, u kojoj bi se, u najvećoj meri i našli gotovo svi tekstovi iz odeljka „vesti“, na ovom sajtu ne postoje. Ova rubrika je stoga i inače najbrojnija po količini tekstova na dnevnom nivou, te ovakvi rezultati ne odstupaju od uobičajene prakse drugih portala. U rubrici „svet“ našlo se 19 tekstova, a u kategoriju „drugo“ smešteno je 45 tekstova. Ti tekstovi su smeštani u rubrike: „lifestyle“ (1), „sci tech“ (2), „region“ (8) i „izbori 2020“ (33). U rubriku „izbori 2020“ smešteni su tekstovi koji su se ticali monitoringa medija tokom predizborne kampanje i rada REM-a u tom periodu.

Najveći broj tekstova na sajtu *N1* imao je deksriptivne naslove (u 69 odsto), a zatim i informativne (29 odsto). Ovakav rezultat (Grafikon br. 4) ukazuje da je ovaj medij faktografskim naslovima informisao javnost o najznačajnijim temama o medijima i novinarima, što bi trebalo da bude odlika profesionalnih medija, koji informisanje javnosti stavlja ispred senzacionalizma. Pet tekstova bilo je naslovljeno senzacionalistički i šest metaforički.



Grafikon br. 14: Vrste naslova u objavama na portalu TV *N1*

Među senzacionalističkim naslovima izdvaja se: „Vučić traži od N1 da krši zakon”<sup>16</sup> koji je označen kao senzacionalistički jer je izvučen iz konteksta. U objavljenom tekstu *N1* prenosi reči predsednika države Aleksandra Vučića koji je u gostovanju na *Prvoj* televiziji govorio o tome da televizija *N1* nije htela da iznajmi termine za reklamiranje predizbornog programa Srpske napredne stranke, na čijem je on čelu. Objasnio je i pod kojim uslovima su oni tražili od *N1* da emituje njihov program i rekao: „Nama je *N1* poslao dopis kako možemo da se reklamiramo. Mi smo juče rekli dajte nam pet termina po pola sata, hoćemo da emitujemo naš program”.

U tekstu je preneseno i saopštenje uredništva televizije *N1* koje je objasnilo nove uslove oglašavanja, prema kojima nije dozvoljeno da se emituje plaćeni termin programa, već samo pojedinačne političke oglasne poruke po zakonom utvrđenom trajanju. U saopštenju se navodi: „S obzirom na to da bismo prekršili Zakon o oglašavanju, što ni vi ni mi ne želimo, jedino čega se možemo držati su reklamni blokovi i regularno oglašavanje”.

Izjava Aleksandra Vučića je izvučena iz konteksta i upotrebljena za naslov, kojim se privlači pažnja javnosti, ali se ne daju informacije o tome šta će biti tema teksta. Evidentno je da je takav naslov uzet kako bi se ukazalo na to da je tretman predsednika Srbije prema ovom mediju negativan.

### **3.2.3. O čemu izveštava *N1*?**

Najveći fokus izveštavanja *N1* na portalu bili su napadi na novinare. O toj temi napisano je 186 tekstova (Grafikon br. 5). Poseban fokus stavljen je na napade na novinare televizije *N1*, kako uopšteno govoreći o novinarima te medijske kuće, tako i o pojedincima (najčešće Žaklina Tatalović, Jugoslav Čosić i Miodrag Sovilj). *N1* je kontinuirano i usled događaja na dnevnom nivou objavljivao često vesti, ali i članke u kojima je ukazivao na ugroženu bezbednost njihovih novinara, pritiske i pretnje koje su im bile upućene. Miodrag Sovilj koji je tada radio na televiziji *N1*, bio je npr. meta napada, kako je to ocenjeno na portalu *N1*, „provladinih tabloida”, koji su povezali njegova novinarska pitanja sa zdravstvenim stanjem Aleksandra Vučića. U tekstu „Pitanja N1 doveli u vezu s zdravljem Vučića, novinari kažu – opasna tumačenja”<sup>17</sup> uz prikaz izjava predstavnika jednog medija, analitičara i predstavnika vlasti, ukazano je zašto takva interpretacija događaja može da predstavlja pritisak na medije i

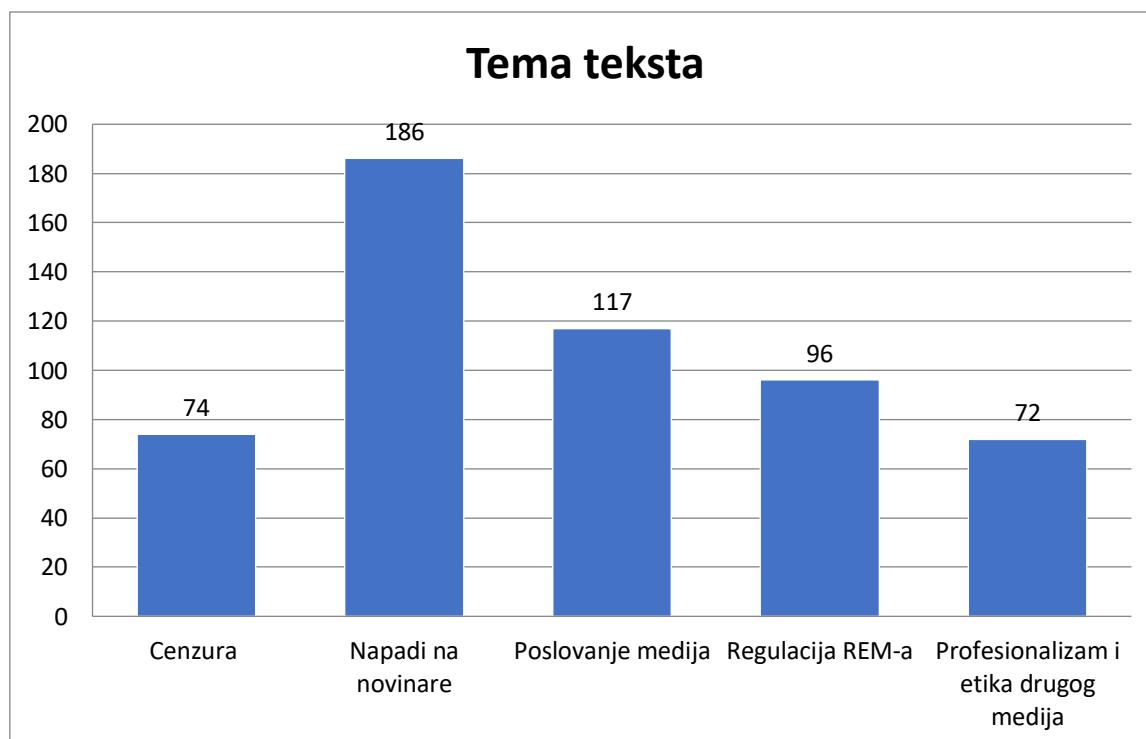
<sup>16</sup> Dostupno na: <http://rs.n1info.com/Vesti/a607277/Vucic-trazi-od-N1-da-krsi-zakon.html>

<sup>17</sup> <http://rs.n1info.com/Vesti/a544449/Pitanja-N1-doveli-u-vezu-s-zdravljem-Vucica-novinari-kazu-opasna-tumacenja.html>

ugrožavanje bezbednosti novinara. Aktivno su pisali i o napadima na njihove novinare tokom protesta protiv vlasti i zbog nezadovoljstva usled najave novih mera za suzbijanje virusa korona.

Osim o napadima na novinare *NI*, ovaj portal je često izveštavao i o pretnjama i napadima upućenim novinarima portala *Nova.rs* i televizije *Nova S*, koja je, kao i *NI*, u vlasništvu kompanije Junajted media. Evidentirano je 27 tekstova o napadima na novinare *Nove S* (i portala *Nova.rs*). Najviše se pisalo o verbalnim napadima na novinarku Anu Lalić, koja je uhapšena zbog pisanja o lošem stanju u Kliničkom centru Vojvodine usled pandemije koronavirusa (13 tekstova) i pretnjama koje je folk pevač Aca Lukas uputio voditeljima televizije *Nova S* Ivanu Ivanoviću i Zoranu Kesiću, ali i o pretnjama novinaru emisije „Mentalno razgibavanje“ Darku Mitroviću.

Osam tekstova na portalu *NI* posvećeno je napadima na novinarku portala KRIK (*Mreža za istraživanje kriminala i korupcije*) Bojanu Pavlović, kojoj je nekoliko momaka otelo telefon kojim je uslikala sina Aleksandra Vučića u društvu navijača i obrisalo joj fotografiju, a u 12 tekstova tema je bio novinar portala *Žig info* Milan Jovanović i suđenje optuženima za paljenje njegove kuće, uz stalno podsećanje na taj događaj. Napadi na novinare tokom protesta u julu 2020. godine bili su tema u devet tekstova.



Grafikon br. 15: Teme tekstova na portalu TV *NI*

Na portalu *N1* objavljeno je i 30 tekstova koji su uopšteno govorili o napadima na novinare u Srbiji i u inostranstvu. Uz takve tekstove uglavnom se govorilo i o slobodi govora u medijima i pritiscima na novinare, šireći tako priču o stanju u medijima. Takođe, i ubistva novinara okupirala su pažnju uredništva portala *N1*.

Izveštavajući o napadima i pritiscima na novinare *N1* je ukazao na vrlo važnu temu, s ciljem da se svest društva o novinarima i novinarskoj profesiji promeni. Prenošena su i saopštenja važnih institucija kao što su Zaštitnik građana ili Poverenik za informacije od javnog značaja, državnih organa, ali i nevladinih organizacija, udruženja novinara i samih predstavnika medija.

Kao važna tema izdvojilo se i poslovanje medija, čemu je na ovom portalu posvećeno 117 tekstova. Pojedini su se ticali funkcionalnosti medija tokom vanrednog stanja i širenja koronavirusa, kako u zemlji tako i u inostranstvu, a često su se prenosila i saopštenja udruženja novinara s apelom da se medijima i novinarima olakša funkcionalnost tokom tog kriznog perioda. Pažnju *N1* okupiralo je i osnivanje televizije *Kurir*, prema čemu je, kako je već rečeno, izražen negativan stav, ali i prodaja kompanije *Novosti*. Bavili su se i finansiranjem medija, a posebno konkursnim pribavljanjem novca, ponajviše u lokalnim medijima.

Tako su u tekstu „Budžetski novac namenjen za medije u Nišu mahom dodeljen medijima bliskim SNS<sup>18</sup>“ preneli članak sa portala *Južne vesti*, koji je istraživao kojim medijima se dodeljuje novac iz gradske kase. Preneli su i tekstove UNS-a i drugih medija o malverzacijama u vezi sa konkursnim finansiranjem medija. Pisali su i o novoj medijskoj strategiji, izboru novog generalnog direktora RTS-a, pokretanju novog informativnog programa *Njuzmaks adrija* (Newsmax Adria) kompanije Junajted medija i portala televizije *Nova S*, kao i pokretanju istrage o transakcijama nevladinih organizacija, udruženja građana i medijskih radnika. Kontinuirano su objavljivani i tekstovi o sukobu kompanije Junajted medija pod čijim je *N1* okriljem i Telekoma Srbija zbog toga što su pojedini kanali kompanije povučeni iz ponude kablovskog distributera. *N1* je pratio i opstanak i lošu poziciju *Kragujevačkih novina*, ali i štrajk glađu vlasnice *Kanala 9*. Sveobuhvatnim pristupom, kritičkim pregledom poslovanja medija, *N1* je pokušao da ukaže na malverzacije u medijima i njihovom osnivanju, gašenju, prodaji i slično. Takva praksa otvara mogućnost da se

---

<sup>18</sup> Dostupno na: <http://rs.n1info.com/Vesti/a596999/Budzetski-novac-namenjen-za-medije-u-Nisu-mahom-dodeljen-medijima-bliskim-SNS.html>

izveštavanjem o sličnim temama radi na sprečavanju malverzacije i otvara prostor za transparentne transakcije u medijskim tokovima.

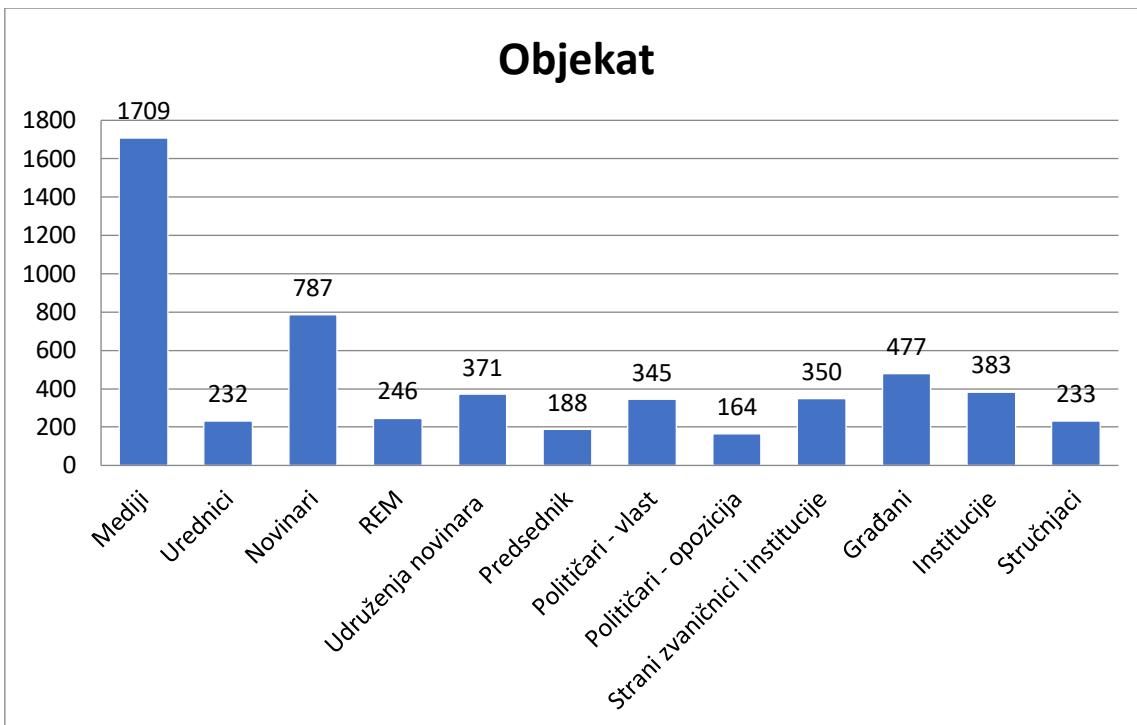
Regulacija REM-a bila je tema u 96 objavljenih tekstova na portalu *N1*. REM je bio predmet rasprave budući da su u godinu dana, koliko je trajalo istraživanje Novosadske novinarske škole, raspisani i održani parlamentarni, lokalni i pokrajinski izbori, tokom kojih je *N1* obraćao pažnju na to na koji način REM prati i analizira izveštavanje elektronskih medija o izborima i izbornim učesnicima. Osim toga, *N1* je istraživao i pritiske na REM, izbor njihovih novih članova, skupštinsku proceduru u vezi sa glasanjem za nove članove itd. Cenzura je bila tema u 74 teksta. Profesionalizmu i etici drugog medija posvetili su 72 teksta, a o svojoj 11.

### **3.2.4. O kome izveštava *N1*, a kome daje reč?**

Na portalu *N1* su se kao objekti (Grafikon br. 16) u najvećem broju tekstova pojavili mediji (s različitim varijacijama te reči u sintagmama poput „tabloidni medij“, „prorežimski medij“, t“ajkunski medij“) ili njegove vrste, ali i pojedinačno navedeni nazivi određenih srpskih ili inostranih medijskih kuća. Mediji su spomenuti 1709 puta u tekstovima, a citirani su 82 puta. Novinari su bili objekti 787 puta, a reč su dobili 177 puta. Urednici su bili objekti (Grafikon br. 17) 232 puta, a govorili su 105 puta.

Pisalo se gotovo svim domaćim medijima i njihovim novinarima (a najviše o televizijama, dnevnim i nedeljnim listovima, kao i internet portalima). Najviše se spominja *N1*, *Nova S*, RTS, *Pink*, NIN, *Informer*, *Alo*, *Hepi*, *Kurir* i drugi mediji (ali i njihovi novinari). Veliki udeo pažnje na portalu *N1* bio je posvećen novinarki Ani Lalić s portala *Nova.rs*. *N1* je o tome izveštavao serijski nekoliko dana. Pratio je ceo tok događaja, dao mu kontekst i pitao i prenosio reči sagovornika novinara, predstavnika udruženja novinara, medijskih stručnjaka, ali i predstavnika određenih institucija. Na ovaj način podstiče se bolji položaj novinara i radi na jačanju svesti o pravu na slobodu govora u javnosti.

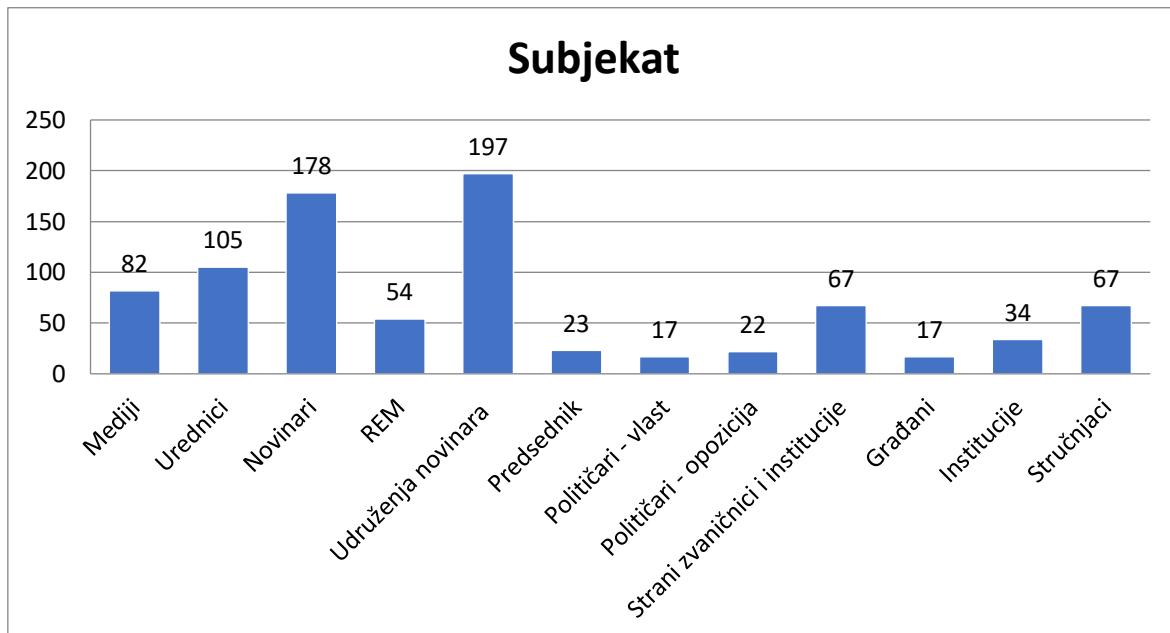
Na portalu *N1* televizije listovi *Kurir*, *Informer*, *Alo* i *Srpski telegraf* neretko su predstavljeni uz konstrukciju „(pro)režimski tabloidi“, a televizija *Pink* kao „provladina televizija“. Takvo tumačenje ovih medija primećeno je u nekoliko tekstova. Te konstrukcije ispred naziva medija nisu koristili sagovornici *N1* nego novinari koji su bili autori priča.

Grafikon br. 16: Objekat u objavama na portalu *NI*

Istovremeno reč su najčešće dobili predstavnici portala *Nova.rs* i televizije *Nova S*. Među njima je najviše citirana Ana Lalić (koja je govorila o svom hapšenju) – 11 puta, Vojislav Milovančević koji je bio subjekat zbog toga što je tokom protesta u julu 2020. godine zbog nezadovoljstva najave novih mera protiv suzbijanja virusa korona napadnut, Nataša Miljković, Maja Nikolić, kao i Rada Đurić, Darko Mitrović, Zoran Kesić, Ivan Ivanović i Vesna Dedić. Osim njih često citirani su i novinari Gordana Suša, Nedim Sejdinović, Vesna Mališić (NIN), Slobodan Georgiev (*BIRN i Njuzmaks adrija*), Vuk Cvijić (NIN), Milan Jovanović (*Žig info*) i drugi. Uočeno je i da su govorili često i predstavnici *NI* televizije (Žaklina Tatalović, Miodrag Sovilj, Petar Gajić, Adam Santovac). U znatno manjoj meri prenosile su se reči predstavnika televizije *Pink*, *Informera*, *Kurira* i drugih medija o kojima su često pisali. I kada bi ih u svojim izveštajima citirali to bi uglavnom bilo praćeno negativnom konotacijom uz davanje određenih vrednosnih predznaka. Ovakvi rezultati ukazuju na to da se na *NI* češće reč daje onim predstavnicima medija koji su kritički nastrojeni prema vlasti. Veoma retko mišljenje traže od drugih medija.

U 197 slučajeva subjekti su bili predstavnici udruženja novinara ili su se citirala saopštenja određenih medijskih udruženja u zemlji. To su najčešće bili *Udruženje novinara Srbije*, *Nezavisno udruženje novinara Srbije* i *Nezavisno društvo novinara Vojvodine*, odnosno njihovi predsednici. Udruženja novinara su najčešće bili i objekti u tekstovima, tačnije u 371

slučaju, a najčešće su govorili sami o sebi ili su spominjani u tekstovima kao neko ko je izražavao stav o događajima u vezi sa novinarima ili reagovali u određenim situacijama.



Grafikon br. 17: Subjekti u medijskim objavama na portalu *N1*

Ukoliko se uzme u obzir da su napadi na novinare bili najveći fokus izveštavanja na portalu *N1* onda je ovakav rezultat dobar pokazatelj da *N1* pita novinare, urednike i medije, ali i medijske stručnjake o problemima i stanju u medijima, ali i podstiče borbu za slobodu govora upravo kroz činioce medijskog sistema. Međutim, primetno je da se određeni sagovornici ponavljaju, pa nedostaje raznovrsnijih predstavnika medija i medijskih udruženja, a posebno onih o kojima su u svojim izveštajima izražavali negativan stav, kako bi javnost čula i drugu stranu.

*Regulatorno telo za elektronske medije* je bilo objekat 245 puta. Kao subjekat REM je na portalu *N1* zabeležen 54 puta. REM je kao regulatorno telo citiran 13 puta, tačnije u toliko tekstova su citirane odluke ovog tela ili njegova saopštenja usled određenih događaja. Članica Saveta REM-a Olivera Zekić govorila je u izveštajima *N1* 17 puta, Slobodan Cvejić 13 puta, Judita Popović pet, a Višnja Aranđelović jednom. Uopšteno govoreći, ovi članovi Saveta REM-a se i inače u medijima pojavljuju kao subjekti, pa praksa *N1* da od njih potražuje odgovore nije izuzetak.

Političke stranke bile su objekti 203 puta, a subjekti 20 puta. Najviše se govorilo o Srpskoj naprednoj stranci (46 puta), Savezu za Srbiju (15 puta), Srpskoj radikalnoj stranci (devet puta), Ujedinjenoj demokratskoj Srbiji (osam puta) i Pokretu slobodnih građana (sedam

puta). Međutim u subjektima je mali broj njih bio citiran. Srpska napredna stranka koja je daleko ispred svih najviše puta bila tema tekstova na portalu *N1* nijednom nije bila subjekat. Po tri puta su se među subjektima pojavili Savez za Srbiju, Stranka slobode i pravde, a po dva puta Dveri, 1 od 5 miliona, Nova stranka i Demokratska stranka. Jednom su subjekti bili i Ujedinjena demokratska Srbija, Nova Srbija, Srpska lista i Srpska radikalna stranka. Treba reći da su se među subjektima ipak javljali njihovi predstavnici i to kao političari na vlasti ili opoziciji. Predstavnici vlasti bili su objekti u tekstovima *N1* 345 puta, a govorili su tek 17 puta. Političari u opoziciji spomenuti su 164 puta, a govorili su 22 puta. Treba reći i da je 188 puta predsednik države Aleksandar Vučić bio objekat, a da je u tekstovima na *N1* bio citiran 23 puta.

Iako je u pojedinim tekstovima na portalu *N1* istaknuto da su više puta pozivali predstavnike vlasti u emisije ove televizije i da se oni nisu odazivali, mora se podvući da u ovom mediju ipak nedostaje reči predstavnika vlasti. Posebno vladajuće političke stranke, koja je mnogo puta spomenuta, a nijednom citirana. Davanje prilike drugoj strani da kaže je jedan od osnovnih zadataka novinara, što je ponekad nedostajalo u izveštajima ovog medija.

### **3.3. Zaključak**

Na osnovu sprovedenog istraživanja može se zaključiti da je na portalu *N1* veliki broj tekstova na dnevnom nivou bio posvećen medijima, medijskoj slobodi i novinarima. Primećeno je da je ovaj medij na svom portalu kontinuirano pratilo teme o radu medija i odnosu prema novinarima i kritički se osvrtao na događaje koji su te teme uslovljavali. Posebno je to činio usled aktuelnih događaja, koji su najčešće i bili povod izveštavanja *N1* u ovom kontekstu. Na ovaj način su i sami radi aktuelnosti podsticali određene teme jer je uočeno da su dalje govorili o problemima u funkcionisanju jednog medijskog sistema i odnosom društva prema novinarima kroz medijski inicirane teme, koje su bojili društveno-političkim kontekstima i na taj način ukazivali na važnost svojih izveštaja, ali i pokazivali da profesionalno pristupaju temama. Najčešće su teme njihovih medijski iniciranih tekstova bile lažne vesti drugih medija, funkcionisanje medija tokom vanrednog stanja, poslovanje REM-a, ali i napadi i pritisci na novinare i to najčešće novinare *N1* i *Nove S.* O aktuelnim temama najčešće su izveštavali objavljajući saopštenja drugih medija, ali i udruženja ili institucija. Iako u žanrovskoj strukturi dominiraju saopštenja, ipak je u najvećem broju, kada se tekstovi sabiju, bilo analitičkih i faktografskih žanrova poput izveštaja, članaka i intervjuja. Može se reći da bi saopštenja trebalo da bude u manjoj meri, bez obzira na to da li su povod za njihovo

izveštavanje bili aktuelni događaji ili ne i što su ona na ovom portalu objavljivana kao reakcija na određene događaje, pojave i ličnosti.

*N1* je kao ključnu temu o medijima izdvojio napade na novinare, kojima je pridavao najveću pažnju. Međutim, i ovde je fokus stavljen samo na jednu stranu medija i novinara, što opet govori o neizbalansiranosti novinara i urednika *N1* i nepoštovanju principa objektivnosti kada su pojedine teme u pitanju. Tako npr. u analiziranom periodu novinarka *Kurira* Ljiljana Stanišić fizički je napadnuta, zbog čega je organizovana i pres konferencija, a *N1* o ovom događaju nije izvestio javnost. Povodom tog napada oglasilo se i *Udruženje novinara Srbije* osuđujući događaj, ali to saopštenje na portalu *N1* nije preneto.

Nedostajalo je i reči druge strane, što je posebno vidljivo u brojkama onih koji su govorili i koji su u tekstovima spomenuti. Priliku da govore češće je i gotovo jedino davao samo onim predstavnicima koji su se svojim javnim nastupima kritički odnosili prema vlasti. Veoma retko čuli su se i oni koji su drugačije uređivačke politike od *N1*. Stoga bi ovaj medij morao da izbor sagovornika proširi i oslobodi se, prilikom odabira, mišljenja o uređivačkoj politici medija iz kojeg sagovornik dolazi ili njegovog političkog stava, jer je neosporno da su se na osnovu toga i birali oni koji će da govore.

## 4. PINK

### 4.1. Kontekst medija

Televizija *Pink* je svoj rad započela kao radijska stanica 1993. godine, a godinu dana kasnije pokrenut je i lokalni televizijski kanal, koji je tada emitovao samo zabavni program, koji su činili serije i filmovi strane produkcije, ali i muzičke emisije u kojima je obilovala folk muzika. „*TV Pink* je počela sa radom 1994. godine nakon potpisivanja ugovora o poslovnoj i tehničkoj saradnji sa tadašnjom nacionalnom televizijom RTS (danac javni servis) zahvaljujući bliskim vezama Željka Mitrovića (vlasnik *Pinka*) sa vladajućom elitom.”<sup>19</sup>

Informativni program počinje da emituje tek u januaru 2001. godine, a prema istraživanju agencije Nilsen iz 2018. godine *Pink* je danas najgledanija komercijalna televizija u Srbiji. U njenom programu, koji se osim informativnog i zabavnog sastoji i od serijskog, danas značajan ideo u programu zauzima rijaliti program koji se emituje više sati u toku dana i noći. U pređašnjim istraživanjima koje je ranije sprovodila Novosadska novinarska škola, utvrđeno je da informativnim programom ove televizije promoviše aktuelnu vlast. Između ostalog, u publikaciji Novosadske novinarske škole „Monitoring informativnih emisija komercijalnih televizija sa nacionalnom frekvencijom“ navedeno je da centralno-informativna emisija „Nacionalni dnevnik“ uvek kao najvažnije vesti predstavlja aktuelnosti o predsedniku države.

„Početak Nacionalnog dnevnika, kao po pravilu, posvećen je aktivnostima predsednika Vučića. Izveštavanje o ovoj temi je bez ikakvog kritičkog osvrta, ili analize, njegovih aktivnosti, namera je da se obavesti javnost o tome šta trenutno radi predsednik i time populariše i neguje dobar imidž predsednika. Prilozi su, bez izuzetka, afirmativnog tona i prikazuju Vučića u pozitivnom svetlu“.<sup>20</sup>

Televizija je u vlasništvu kompanije *Pink internešnal* (*Pink International*). Uređivačka politika *Pinka* danas je često tema istraživačkih novinara, a često se spekulisalo i o poreskim

<sup>19</sup> <https://serbia.mom-rsf.org/rs/mediji/detail/outlet/pink-tv/>

<sup>20</sup> Valić Nedeljković, D. i Isakov, S. (2020) Monitoring informativnih emisija komercijalnih televizija sa nacionalnom frekvencijom. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2020/03/komerc.pdf>

dugovanjima ove kompanije. Prema pisanju *Centra za istraživačko novinarstvo*<sup>21</sup> država je *Pinku* omogućila da poreski dug od oko 1,52 milijarde dinara otplaćuje na rate. Ova, kako je *Centar za istraživačko novinarstvo Srbije* (CINS) ocenjuje, „provladina televizija” tako je imala povlašćen tretman u odnosu na druge medije.

Pre nekoliko godina pokrenut je i veb portal čija je parola „najbrži portal u Srbiji”. Na njemu se osim vesti o dešavanjima u zemlji i inostranstvu objavljuju i tekstovi iz sveta sporta, crne hronike, kulture, zabave i drugih rubrika. Na samom vrhu sajta nalazi se kajron na kojem se smenjuju najaktuelnije vesti.

Analizom je utvrđeno da je u periodu od 1. avgusta 2019. godine do 31. jula 2020. na ovoj internet adresi objavljeno 64 teksta koja su se bavila medijima i medijskim slobodama i novinarima.

## 4.2. Rezultati i diskusija

### 4.2.1. Kako i kada *Pink* izveštava?

Osnovni zaključak nakon sprovedenog monitoringa jeste da se *Pink* nije toliko često bavio temom medija, medijskih sloboda i novinara, niti da je određene teme o novinarskoj profesiji pratio u kontinuitetu. Veoma mali broj tekstova primećen je na njihovom portalu u odnosu na druge medije koji su se analizirali u istom periodu u okviru ovog istraživanja.

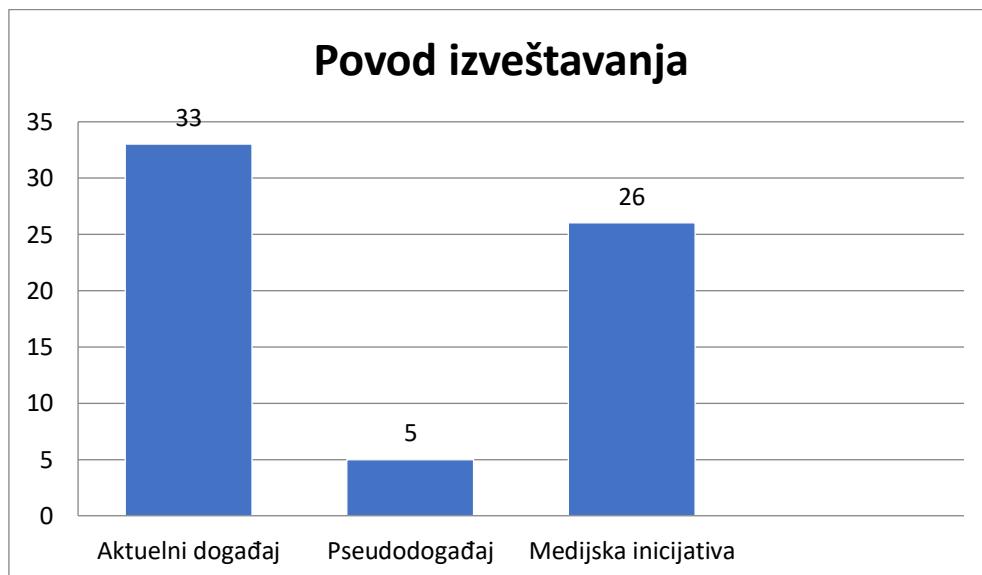
Pet odsto tekstova na *Pinkovom* veb portalu o ovoj temi nastalo je na pseudodogadajima (Grafikon br. 18), tj. onim koja su organizovana samo radi okupljanja medija i sticanja medijske pažnje. Najčešće se o novinarima i medijima izveštavalo ipak sa aktuelnih događaja, tačnije, onda kada bi ovu temu pokretala aktuelna dešavanja u zemlji i inostranstvu, koja su bila povod izveštavanja na portalu *Pink.rs* u 52 odsto analiziranih tekstova. To znači da je *Pink* reagovao na aktuelnosti i izveštavao javnost pravovremeno o medijskim temama, donoseći o njima duže ili kraće vesti, izveštaje i saopštenja.

Skoro pa jednako često je bilo i medijske inicijative. *Pink* je samoinicijativno pokretao temu o medijima i novinarima u čak 41 odsto slučajeva. Bitno je istaći da je medijska inicijativa primećena u gotovo polovini analiziranih tekstova zbog toga što su se o ovoj temi tekstovi najčešće mogli čitati nakon emisija koje su realizovane na *Pink* televiziji, na osnovu kojih su naknadno objavljeni i kraći tekstovi kao svojevrsni transkripti samih emisija uz video materijal celokupnog razgovora sa gostima u studiju. To bi se po značaju medijske inicijative

<sup>21</sup> Milivojević, A. (2019) Država Pinku odložila plaćanje preko 1,52 milijarde duga (onlajn) CINS. Dostupno na: <https://www.cins.rs/drzava-pinku-odlozila-placanje-preko-152-milijarde-duga/>

u suštini moglo oceniti kao vrlo pozitivno jer bi to u praksi trebalo da znači da je ovaj medij u velikom procentu odlučio da samoinicijativno na medijsku agendu postavi teme kojima bi se profesionalizacija medija i novinara mogla unaprediti ili kojim bi se ukazalo na probleme i stanja u profesiji. Pohvalno je za jedan mediji kada samostalno pokreće određene teme i postavlja ih kao važne za javni interes, jer se time građanima nameću određena pitanja, razvija kritički stav prema društvu i daje mogućnost za unapređivanje medijske pismenosti.

Međutim, tekstovi inicirani na portalu televizije *Pink*, uglavnom su nastali na osnovu intervjeta u emisijama *Pink* televizije, u kojima su gosti, a najčešće predstavnici medija, politički analitičari ili marketinški stručnjaci (koji su izabrani na osnovu političke opredeljenosti ili stavova o čemu će kasnije biti reči) komentarisali situacije u koje su dovođeni mediji i novinari usled određenih društvenih zbivanja. Takođe, analizom se nije moglo ustanoviti da je *Pink* na portalu samoinicijativno objavljivao tekstove koji objektivno i analitički zadiru u probleme stanja u medijima i odnosa koji se u društvu neguje prema novinarima. Iz tog razloga je vrlo bitno ovde razlikovati važnost takvih medijski iniciranih tekstova u odnosu na ono što bi po teoriji trebalo da bude njihov cilj.



Grafikon br. 18: Povod izveštavanja u objavama na portalu TV *Pink*

Neutralnost u izveštavanju uočena je u 67 odsto tekstova, ali je negativan odnos prema priči zabeležen u 28 odsto sadržaja koji su plasirani (Grafikon br. 19). U jednom tekstu se pozitivno izveštavalo o temi, a u dva se mogao uočiti i pozitivan i negativan stav novinara. Zauzimanje stava u izveštavanju ne može da bude dobra praksa jer odstupanje od objektivnog izveštavanja znači i odstupanje od poštovanja novinarskog kodeksa i profesionalnosti.

Tako se u tekstu<sup>22</sup> pod naslovom „NAŠIM VRHUNSKIM LEKARIMA CRTAJU METE! Dok se trude da pravovremeno i tačno izveste javnost, pojedini novinari ih na konferencijama ISLEĐUJU!” za koji se kao autor navode i portal *Pink.rs* i *Kurir* i to ne u samom sadržaju teksta, već ispod naslova (zbog čega ostaje nejasno da li je *Pink* preuzeo deo teksta iz *Kurira* ili ga u potpunosti preneo) zauzima vrlo negativan stav prema pojedinim novinarima tokom vanrednog stanja, proglašenog zbog pandemije virusa korona. U tekstu je navedeno da epidemiolozi i infektolozi svakodnevno informišu građane o virusu korona i strpljivo odgovaraju na pitanja novinara, ali da „neki predstavnici medija doktore ne tretiraju na najprimereniji način, šta više, opohode se prema njima kao da ih isleđuju!”.

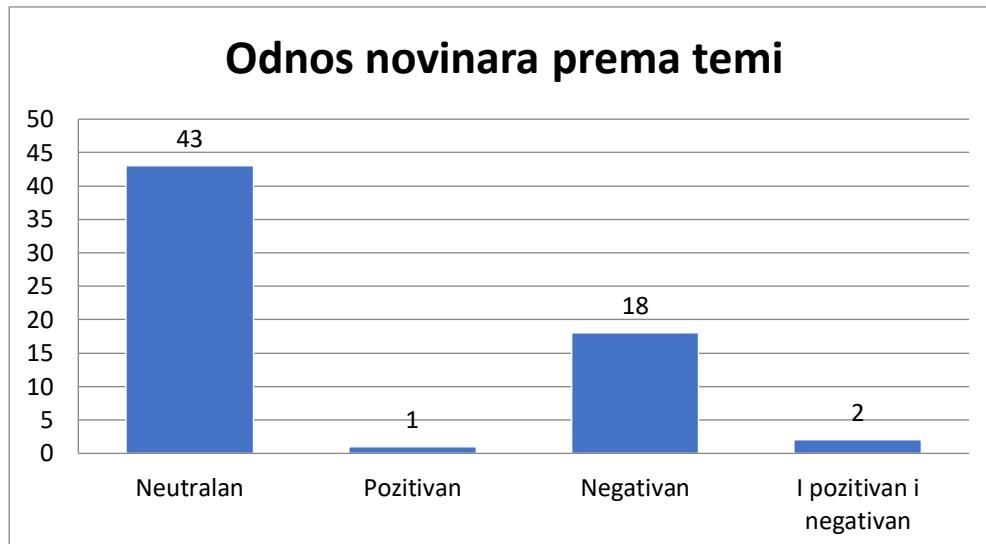
U istom tekstu se poziva na anonimni izvor koji je istakao da pitanja koja postavljaju stručnjacima na konferencijama za medije sadrže i optužbe i ideje koje oni imaju o samoj pandemiji, što je kako ocenjuje izvor, a *Pink* prenosi na portalu, neprofesionalno i nepristojno.

Ovakvim tekstrom *Pink* ne zauzima stav samo prema tim „pojedinim” novinarima o kojima piše, već uopšte o profesiji. Na ovaj način diskredituje se sama uloga medija jer je iz načina izveštavanja evidentno da je stav novinara portala televizije *Pink* da bi novinari trebalo da budu zahvalni stručnjacima što odgovaraju na njihova pitanja, a ne navode da je osnovni zadatak i novinara i medija da postavljaju pitanja važna za celokupnu javnost. Posebno se izostavlja važnost postojanja medija u delikatnom trenutku kao što je pandemija virusa korona, tokom koje mediji imaju zadatak da usled nepoznanica i straha informišu građane, pitaju stručnjake i objavljaju pravovremeno sve informacije u vezi sa zarazom. Ovakvim tekstrom se obesmišljava i uloga medija i zadatak novinara da pitaju. Takođe, u tekstu nisu uključene izjave svih relevantnih sagovornika, tj. predstavnika medija ili medijskih stručnjaka koji bi na to ukazali, pa javnost koja čita ovakav tekst može da stekne utisak da su novinari neprijatelji koji nisu na istoj strani borbe protiv virusa.

Kada su konkretni pojedinci u pitanju, na *Pinkovom* portalu se negativan stav zauzuma prema novinarima *Balkanske istraživačke mreže* (BIRN) (poput vesti koju su napisali na osnovu Fejsbuk statusa zamenika gradonačelnika Beograda Gorana Vesića, koji je širio govor mržnje prema njihovoj novinarki), a tekstove o novinarima *N1* i *Nove S*, uredništvu, vlasnicima i programu tih medija najčešće su objavljivali uz negativne konotacije i etiketiranje odrednicama „opozicioni mediji”, „tajkunski mediji”, „Đilasovi” ili „Šolakovi mediji” i

<sup>22</sup> Dostupno na: <https://pink.rs/drustvo/196652/nasim-vrhunskim-lekarima-crtaju-mete-dok-se-trude-da-pravovremeno-i-tacno-izveste-javnost-pojedini-novinari-ih-na-konferencijama-isledjuju>

slično tome. Negativan stav zauzeli su i prema nedeljniku NIN i njegovom uredniku zbog naslovne strane koja je povučena, a koja je sadržala fotografiju na kojoj je snajper uperen na predsednika države Aleksandra Vučića uz naslov „Ko ruši Krušik?“.



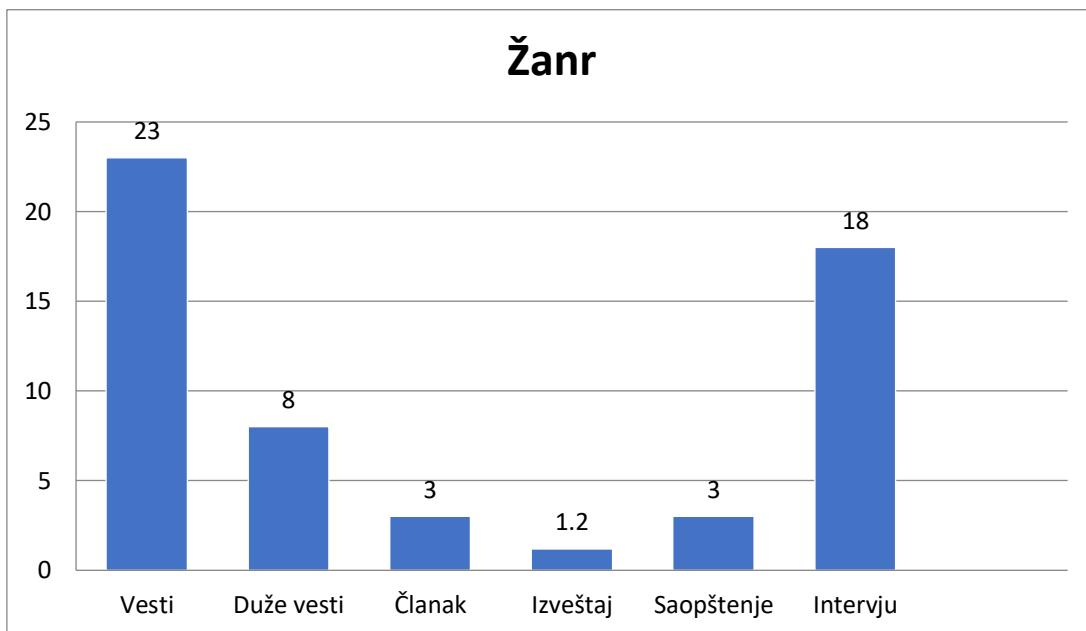
Grafikon br. 19: Odnos novinara prema temi u objavama TV Pink

Na portalu *Pink.rs* tekstovi na ovu temu su najčešće predstavljeni kroz kratke vesti (36 odsto), a potom i kroz intervjuje (28 odsto). Tačnije, intervju u formi pitanje–odgovor i pravoj žanrovskoj formi nije bilo na portalu, ali je 18 analiziranih tekstova beleženo pod tim žanrom jer su oni nastali na osnovu intervjuja koji su voditelji *Pink* televizije vodili u emisiji „Novo jutro“, a koji su potom prepričani i preneti kao tekstovi na portalu. Ti tekstovi se ne mogu odrediti ni kao članci ni kao izjave ili vesti, stoga su se kroz monitoring beležili kao intervjuji (Grafikon br. 20).

Slede ih i duže vesti kojih je bilo u 13 odsto analiziranih tekstova, izveštaji u osam odsto i članci i saopštenja u po pet odsto.

Zaključak je da na *Pinkovom* portalu nisu uočeni analitički žanrovi poput članaka, kojim bi se istraživačkim pristupom i detaljnijem pregledu situacije s više različitih strana, njihovi novinari bavili temama o svojoj profesiji i kolegama. Uzevši u obzir da se gotovo polovina analiziranih tekstova koji su objavljeni na portalu može okarakterisati kao medejska inicijativa, može se zaključiti da je medij imao dovoljno kapaciteta da se opširno i analitički bavi ovim temama. Da su ti tekstovi napisani kao analitički članci koje odlikuje profesionalni pristup novinara, nepristrasan odabir sagovornika te neutralan odnos prema temi, zaključci teksta bili bi relevantni i korisni i javnosti i novinarima. Takođe, vesti koje dominiraju u

žanrovskoj strukturi tekstova na *Pinkovom* portalu ukazuju na to da nedostaje više autorskih tekstova, budući da su ih uglavnom prenosili od drugih medija.



Grafikon br. 20: Medijski žanr objava na portalu TV *Pink*

#### 4.2.2. U kojim rubrikama *Pink* objavljuje tekstove i kako ih naslovljava?

*Pink* je na svom veb portalu tekstove o novinarima, medijima i medijskim slobodama u najvećem broju, tačnije u 59 odsto slučajeva pozicionirao u rubriku Politika, što ukazuje na to da su teme o medijima uglavnom bile politizovane. To se može dovesti u vezu i s tim što su novinari u tekstovima na tom portalu najčešće povezivani sa političarima i to opozicionim ili su određeni mediji koji važe za nezavisne okarakterisani kao „nečiji“. Najčešće je to bio Dragan Đilas, pa su novinari i mediji na *Pinkovom* portalu nazivani „Đilasovim“. Osim toga, i političari su dovođeni u vezu sa medijima.

U rubrici „društvo“ našlo se 22 odsto analiziranih tekstova. Ostali tekstovi (19 odsto) našli su se u drugim rubrikama. Pet tekstova je smešteno u rubriku „izbori 2020“, dva u „hroniku“, a po jedan u „auto/tech“, „vesti“, „koronavirus“, „svet“ i „domaći“.

Najveći broj tekstova plasira se uz deskriptivne naslove (u 59 odsto slučajeva). Informativnih naslova bilo je pet odsto, a metaforičkih dva odsto. Dobrom praksom se može smatrati to što je *Pink* imao više faktografskih naslova koji daju informacije i opise tekstova koji nisu senzacionalistički već informativni. Međutim, čak 34 odsto analiziranih tekstova bilo je naslovljeno senzacionalistički, kao na primer: „OBORILI SU ME NA ZEMLJU I

ŠUTIRALI! Novinarka Ljiljana Stanišić otkrila detalje brutalnog napada koji je preživeli: PRETILI SU MOJOJ DECI! (VIDEO)". Takvom vrstom naslova mediji se služe kako bi privukli veći broj čitalaca sadržaju koji se u tekstu nalazi.

Ipak, *Pinkov* portal je pojedinim naslovima više nego očigledno davao do znanja javnosti stav i političku opredeljenost. Uglavnom su to naslovi usmereni protiv nezavisnih novinara i medija, koji su predstavljeni kao akteri koji deluju protiv vlasti i predsednika države. Neki od takvih naslova glase:

„POZIV NA UBISTVO PREDSEDNIKA? Nedeljnik NIN napravio naslovnu stranu s puškom uperenom u Vučića – čitaoci ZGROŽENI SKANDALOZNOM NASLOVNICOM!“;

„Evo ko stoji iza tekstova iz Figaroa koje prenose Đilasovi mediji – politički ostrašćena Čubrilo zbog izgubljenih privilegija blati Srbiju“;

„SMAJLOVIĆ RAZOTKRILA NAMERE TAJKUNSKIH MEDIJA: Lajete uz pogrešno drvo, malo je nategnuto kada pokušavate da nađete manu Vučiću u načinu na koji vodi spoljnu politiku“.

Može se tumačiti da ovakvim naslovima *Pink* direktno optužuje medije o kojima je pisao da pozivaju na smrt ili da rade protiv države. Oni koji nisu čitali tekstove, već samo naslove mogli bi da steknu pogrešnu sliku o određenim događajima ili konkretno medijima kojima su i posvećeni ovako ostrašćeni, eksplicitni i neobjektivni naslovi. *Kodeks novinara Srbije*<sup>23</sup> propisuje da naslov teksta ne sme da bude suprotan od samog sadržaja teksta, ali i da i za naslove važe ista etička pravila kao i za tekst. Ako je jedno od glavnih etičkih pravila da novinar tačno, objektivno, potpuno i blagovremeno izveštava o događajima, pojivama i ličnostima, a ako se uzme u obzir da je ovakvim naslovima *Pink* radio suprotno – neobjektivno i nepotpuno izvestio javnost, onda se ovakva objava može posmatrati kao neetička i neprofesionalna, koja apsolutno krši norme novinarske profesije.

Bilo je i onih naslova koji bi služili tome da se ukaže kako nezavisni mediji zapravo nisu nezavisni i da su njihovi vlasnici odgovorni za cenzuru. Takvi su bili naslovi:

„Ne smemo da pristanemo da živimo u zemlji u kojoj Đilas tuži – Đilas sudi! Vučićević za Pink o sramnoj presudi kojom se pokušava gušenje slobode medija!“;

„NE LIBE SE DA PROZIVAJU, A SAMI SU NAJGORI CENZORI! Opozicioni medij postavio pitanje o Vučićevom zdravlju, pa objavio samo DEO ODGOVORA! (FOTO)“;

<sup>23</sup> [http://www.savetzastampu.rs/doc/Kodeks\\_novinara\\_Srbije.pdf](http://www.savetzastampu.rs/doc/Kodeks_novinara_Srbije.pdf)

„Saša Radulović ODUVAO N1 sa konferencije za novinare pokreta Dosta je bilo: SRAM VAS BILO! VI NISTE MEDIJ, VI STE PROPAGANDNI KANAL! (VIDEO)“.

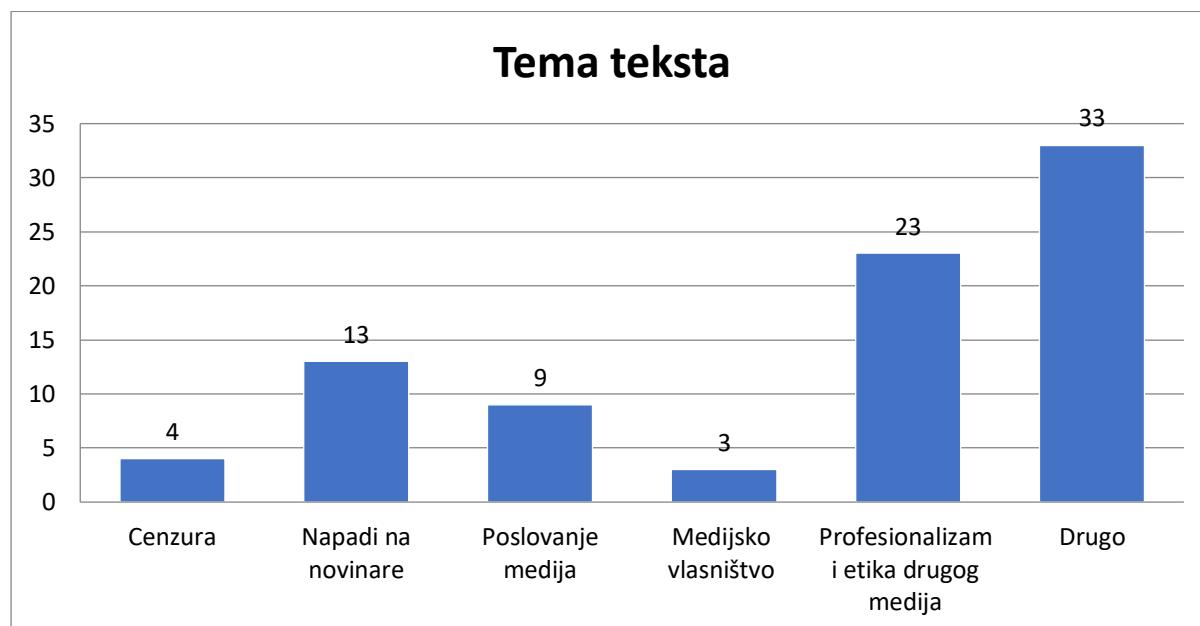
#### **4.2.3. O čemu izveštava *Pink*?**

Najveća pažnja u izveštavanju o medijima i novinarima na *Pinkovom* portalu posvećena je profesionalnosti i etici drugih medija (Grafikon br. 21). To je bila centralna tema koju su predstavljali javnosti kao važnu. U 25 odsto tekstova evidentirana je ova tema tokom istraživanja, a najčešće se govorilo o lažnim vestima koje su po tvrdnjama *Pinkovog* portala, širili drugi mediji. U periodu vanrednog stanja, koje je u zemlji proglašeno zbog epidemije virusa korona, *Pink* je često proveravao profesionalnost medija, teme o kojima izveštava i način na koji se „ophode” prema lekarima i epidemiologima. Mediji su iz ugla *Pinkovog* portala uglavnom ocenjeni kao neprofesionalni i to najčešće televizije *N1* i *Nova S* i nedeljnik *NIN*. Kao što je već rečeno, u tekstovima na *Pinkovom* portalu su prema ovim medijima zauzimali negativan stav. Tadašnji novinar *N1*, Miodrag Sovilj, u jednom tekstu okarakterisan je kao nevaspitan, jer je predsedniku na jednom od događaja „gurao telefon u lice” kako bi mu pokazao dokument o kojem ga je pitao, a *Pink* navodi da: „njegovo ponašanje, očigledno, nema nikakve veze sa nezavisnošću medija, već očigledno sa manjkom kućnog vaspitanja jer je apsolutno neprihvatljivo ulaziti u nečiji lični prostor, pa mu čak gurati mobilni telefon u lice”.

U tekstu pod naslovom „SRAMOTA! Šolakov portal izmislio da volonteri SNS uzimaju novac penzionerima!” *Pinkov* portal prenosi članak koji je objavio *Informer*, koji piše da je „portal Dragana Šolaka” *Nova.rs*, objavio senzacionalističku vest, koju su, kako tvrde, preneli i „Đilasu bliski mediji”, o tome da volonteri Srpske napredne stranke u Smederevskoj Palanci naplaćuju usluge penzionerima tokom vanrednog stanja (odlazak u prodavnici, apoteku itd.) i do 1.000 dinara. *Informerova* saznanja koja prenosi *Pink* ukazuju na to da je ova vest „izmišljotina“. Osim toga što se bave profesionalnošću portala *Nova.rs*, u tekstu je navedeno i da ovaj medij širi dezinformacije u trenutku dok se cela Srbija bori protiv virusa korona.

Time se, ponovo, medij predstavlja kao neprijatelj, koji u ovom slučaju izmišlja lažne vesti kako bi skrenuo pažnju javnosti sa borbe protiv virusa. U tekstu se tvrdi i da su nadležni organi razgovarali i sa svim akterima priče, pa i novinarkom portala *Nova.rs* koja nije želela, kako kažu, da govori o tome zašto je napisala lažnu vest. Ipak, u tekstu koji su objavili nije poštovano pravilo druge strane, pa se to i izdvaja kao loš primer izveštavanja. *Informer*, pa

samim tim i *Pink*, koji je preneo ovu vest, u tekstu jednostrano optužuje drugi medij da širi lažne informacije o vladajućoj partiji. Ovakav tekst mogao bi da bude profesionalan da su nepristrasno istražili ceo događaj i utvrdili da li je novinarka portala zaista vest izmisnila ili ne. U ovom tekstu je ipak nedostajalo objektivnosti, jer nisu izneti zvanični dokazi kojima bi se ovi navodi i potvrdili.



Grafikon br. 21: Teme tekstova na portalu TV *Pink*

*Pink* se, u odnosu na druge teme kojima se sporadično bavio, profesionalnošću i etikom nedeljnika *NIN*, koji je na naslovnu stranu stavio fotografiju predsednika države u kojeg je uperen snajper, bavio kroz četiri teksta. U jednom od tekstova<sup>24</sup> *Pink* piše:

„Najnovija naslovna strana NIN-a primer je alhemije srpskog opozicionog novinarstva, kada se navodni profesionalizam i borba za slobodu medija pretvore u bruku i sramotu. Nekada ugledni list NIN došao je do jezive naslovne strane koja teško da bi se pojavila i u zlatnim danima Divljeg zapada”.

*Pink* navedene tvrdnje iznosi bez mišljenja sagovornika i stručnjaka i vrlo ostrašćeno. Ove dve rečenice navode se u lidu i ističu kao ključne u vesti o uređivačkoj odluci NIN-a da na naslovnu stranu stavi snajper uperen u predsednika države. Takođe, u tekstu su prenesene i reakcije onih korisnika Twitera, koji su u skladu sa stavovima autora teksta. Ovakve ocene

<sup>24</sup> Dostupno na: <https://pink.rs/politika/169072/poziv-na-ubistvo-predsednika-nedeljnik-nin-napravio-naslovnu-stranu-s-puskom-uperenom-u-vucica-citaoci-zgrozeni-skandaloznom-naslovnicom>

Pink ne bi trebao da iznosi u svojim tekstovima budući da se na taj način jasno iskazuje stav prema drugom mediju, čime se krše načela neutralnosti i nepristrasnosti.

U drugim tekstovima *Pink* prenosi reakcije predstavnika vlasti na objavljinje ovakve naslovne strane, a od predstavnika udruženja novinara ili medijskih asocijacija jedino izjavu predsednika UNS-a Vladimira Radomirovića. Ovakav pristup temi je problematičan pre svega jer je jednostran i neobjektivan. Na *Pinkovom* portalu objavljeni su tekstovi o odluci *NIN-a*, a da nije preneta nijedna reč predstavnika ili uredništva ovog nedeljnika, kojim bi se ona opravdala. *Pink* nije dao priliku drugoj strani da se uključi u diskusiju o naslovnoj strani, kao ni ostalim predstavnicima medija, nevladinim organizacijama i institucijama. *Pink* je jednostrano prenosio samo izjave predstavnika vlasti ili onih komentara na društvenim mrežama koje su u skladu s tonom priče, što može da govori o tome s kojim ciljem su ti tekstovi objavljeni.

Takođe, u članku koji je nastao na osnovu intervjeta sa sagovornicima u jutarnjem programu na *Pink* televiziji, ceo slučaj komentarisali su marketinški stručnjak Nebojša Krstić, novinar *Medijske mreže Antidot* Marko Matić i urednik *Srpskog telegraфа* Milan Lađević. U tom tekstu ocenjeno je da je „NIN postao bilten u rukama Dragana Đilasa i Saveza za Srbiju”.

*Pink* je zbiru procenata u analiziranom periodu najveću pažnju posvetio raznovrsnim temama koje se tiču medija, novinara i medijskih sloboda. U kategoriji „drugo” našlo se 33 teksta, koji nisu mogli da se smeste u kategorije koje su se po svom broju izdvojile. Ipak, nije utvrđeno da se među njima neka tema posebno izdvojila po brojnosti da bi se vrednovala kao posebna kategorija u izboru tekstova. U kategoriji drugo se npr. pisalo o tehnološkom napretku i produkciji *Pink* televizije (ovde je zabeleženo da je bilo reči i o poslovanju samog medija), ali i npr. o tome da američka tehnološka kompanija Majkrosoft (Microsoft) planira da otpusti desetine novinara koji rade na njihovom sajtu MSN i da umesto njih želi da uposli automatizovane sisteme za izbor vesti.

U 14 odsto analiziranih tekstova novinari ovog portala su se bavili problemom napada na novinare. Izdvajaju se dva teksta o urednici lista *Jedinstvo Radi Komazec* kojoj su putem društvenih mreža upućene pretnje zbog pitanja koja je postavljala ministru zdravlja Zlatiboru Lončaru na konferencijama Kriznog štaba, a nakon što se o tome diskutovalo u emisiji „Utisak nedelje”.

Pisalo se i o napadima na ekipu *Pinka* tokom protesta protiv vlasti zbog epidemiološke situacije, a objavljena je i vest da je uhapšen napadač na ekipu televizije *N1* takođe tokom protesta. Osim toga, objavljeno je i to da je potpredsednica Stranke slobode i pravde (SSP)

Marinika Tepić tražila od narko dileru Novaku Filipovića da „iseli” bivšeg urednika *RTV Pančevu* Miroslava Miću Milakova. *Pink* je u jednom tekstu preneo izjavu Milakova o ovom slučaju, a u drugom objavio opsežan članak čiji povod jeste bio pretnja upućena bišem uredniku i novinaru *RTV Pančevu*, ali je o poslanici Tepić i o tome kako je povezana sa narko dilerom i o njegovom pređašnjem hapšenju, govorio više nego o pretnji upućenoj novinaru. Još jedan tekst iniciran je zahtevom Marinike Tepić da Novak Filipović „iseli” novinara. U tom, trećem, tekstu čiji je povod bila pretnja upućena novinaru *RTV Pančevu*, govorilo se o tome da se svaki napad i pretnja upućena novinaru mora osuditi. Ipak, i ovaj tekst je politizovan, kao i prethodna dva, pa se govorilo o Mariniki Tepić i tome kako pojedini novinari prečutkuju ovaj događaj.

U 10 odsto tekstova tema je bila poslovanje medija. Pisalo se o poslovanju medija tokom vanrednog stanja, pa je uopšteno govoreći o srpskim medijima, njihovo stanje tokom pandemije virusa korona ocenila savetnica predsednika Aleksandra Vučića Suzana Vasiljević, o proslavi rođendana lista *Alo* i njegovom dosadašnjem poslovanju, poslovanju *Pink* televizije i o njihovoj produkciji serija i emisija (o čemu je govorio direktor televizije Željko Mitrović), o poslovanju i vlasništvu televizije *N1*. Spor kompanije Telekom Srbija i Junajted medija zbog neprodužavanja ugovora o emitovanju kanala Junajted grupe bio je tema izveštaja u dva navrata i u oba u fokus stavlja televiziju *N1* koja je u vlasništvu Junajted grupe, kao uzroka ovog sukoba.

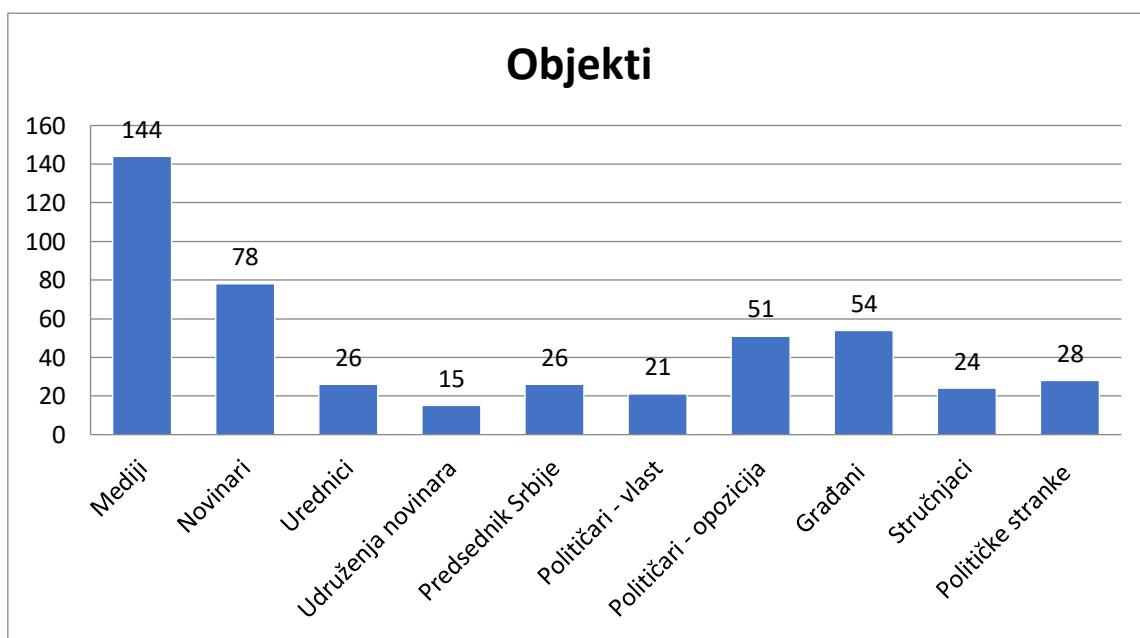
#### **4.2.4. O kome izveštava *Pink*, a kome daje reč?**

Jednogodišnjom analizom *Pinkovog* portala zabeleženo je da je taj portal najviše izveštavao o medijima – 144 puta su se spominjali pojedinačni medij, ali se govorilo i o odrednici „medij” u raznim varijacijama. Istovremeno, tek u tri teksta su citirani i to jednom televizija *N1*, a dva puta list *Informer*.

O novinarima se govorilo 78 puta (Grafikon br. 22). Osim same odrednice „novinari”, upotrebljavale su se i odrednice „pojedini novinari”, „Đilasovi novinari” ili „novinarka opozicionog portala”. Imenovani su i pojedinačni novinari, a primećeno je da su se često spominjali novinari ili novinarke *N1*. Novinari su subjekti bili 15 puta (Grafikon br. 23). Imajući u vidu da su se kao glavne teme izveštavanja na ovom portalu izdvojile „profesionalizam i etika drugih medija“ i „napadi na novinare“ mora se zaključiti da je *Pink* veoma malo puta pozvao novinare da o ovim temama govore. Preporuka bi bila da *Pink* češće kao sagovornike uvodi upravo one o kojima i govori ili koji su pozvani da o određenoj temi

govore, a to bi u ovom slučaju bili predstavnici medija, koji bi najpre mogli da pričaju o profesionalizmu i etici, ali i napadima na novinare i ukažu javnosti zašto je ova tema važna za sve.

Kao subjekti izdvojili su se novinar *Medijske mreže Antidot* Marko Matić (tri puta), novinar i bivši urednik *RTV Pančeva* Miroslav Milakov (dva puta), a ostali sagovornici *Pinka* ili oni koji su citirani su kao subjekti uočeni jednom (novinarke Ljiljana Smajlović, Tamara Skrozza i Ljiljana Stanišić i novinari Aleksandar Apostolovski i Slobodan Georgiev). Ostali subjekti evidentirani su kao novinari određenih medija (*Pinka*, *N1* i *Nove S*) i njihova imena i prezimena nisu navođena.



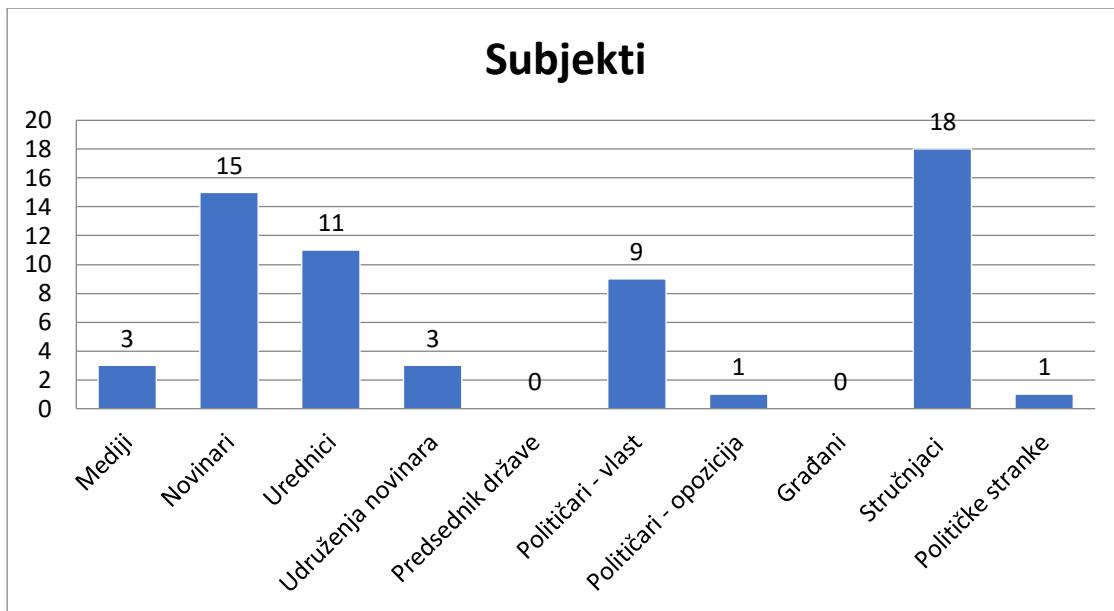
Grafikon br. 22: Objekti u objavama na portalu TV *Pink*

Urednici medija bili su objekti 26 puta, a citirani su 11 puta. Najviše spomenut i citiran bio je glavni i odgovorni urednik lista *Informer* Dragan J. Vučićević (pet puta je spomenut, a četiri puta bio sagovornik *Pinka*), zatim glavni i odgovorni urednik *Srpskog telegraфа* Milan Lađević (tri puta bio objekat, a dva puta subjekat). O uredništvu NIN-a govorilo se tri puta, a nijednom nisu dobili priliku da govore, niti su citirani u tekstovima na *Pinkovom* portalu. Dva puta se govorilo o urednici lista *Jedinstvo Radi Komazec*, koja takođe nije dobila priliku da se njene reči prenesu, kao ni Jugoslav Ćosić o kojem se govorilo u četiri teksta, a nijednom nije citiran. Po jednom su spomenuti i glavni i odgovorni urednik KRIK-a Stevan Dojčinović i urednica bugarskog portala *Arms voč* (*Arms Watch*) Dilijana Gajtandžijeva koji takođe nisu bili subjekti. Po ovim rezultatima najbolje se može ilustrovati jednostranost koja se evidentira

u objavama na portalu *Pink.rs*. I urednici su birani spram njihovih političkih stavova, a drugoj strani o kojoj su u tekstovima diskutovali nisu dali reč, što opet ukazuje na neobjektivnost u izveštavanju.

Građani su, takođe, često spominjani u tekstovima ali uglavnom kao javnost, publika medija ili svedoci određenih događaja u vezi sa medijima, ali u tekstovima nisu dobili priliku da govore. Političke stranke su bili objekti u tekstovima 28 puta, a citrane su jednom i to stranka Pokret socijalista. Među objektima najviše su se pojavljivale Srpska napredna stranka (12), Savez za Srbiju (5) i Demokratska stranka (2), a ostali (Dveri, Dosta je bilo, Stranka slobode i pravde, Pokret slobodnih građana, Dveri i Narodna stranka) su bili po jednom evidentirani kao objekti.

Predsednik države Aleksandar Vučić bio je objekat tekstova 26 puta, ali nije citiran. Političari na vlasti bili su objekti u tekstovima 21 put, a citirani su devet puta. Opozicija je bila tema *Pinkovih* priča 51 put, a priliku da kaže dobila je samo jednom. Citiran je samo Saša Radulović, predstavnik stranke Dosta je bilo u tekstu u kojem se spominje da je poručio novinarima *N1* da su propagadni kanal, a ne medij. Za razliku od njega, Dragan Đilas o kojem se govorilo u 16 tekstova nije dobio priliku da govori. Boško Obradović i Boris Tadić bili su objekti po pet puta, Marinika Tepić četiri, Vuk Jeremić dva puta, a Zoran Lutovac i Sergej Trifunović po dva puta. Osim njih po jednom su spomenuti Vojislav Šešelj, Saša Radulović, Aleksandar Šapić i Borko Stefanović. Na *Pinkovom* portalu jednom je, kako bi se označili političari u opoziciji, upotrebljen i izraz „žuti“. U izveštavanju o vlasti i opoziciji se videla jasna razlika jer su opoziciju sagovornici *Pinka* osuđivali, a vlast branili. Opozicija je često bila u ulozi objekta na ovom portalu, ali vrlo malo u ulozi subjekta. Treba uzeti u obzir i to da se opozicija neretko u javnosti oglašava po pitanju medijskih sloboda, rada javnih servisa, *Regulatornog tela za elektronske medije*, pa i televizija sa nacionalnom frekvencijom, ali čitaoci portala *Pink.rs* o tome nisu obaveštavani. Time su ostali uskraćeni da saslušaju šta druga strana ima da kaže, te da na osnovu toga samostalno donose zaključke. I u ovim podacima, dobijenim iz monitorovanja *Pinkovog* portala, evidentira se jednostranost u izveštavanju.

Grafikon br.23: Subjekti u objavama na portalu TV *Pink*

Stručnjaci su dobili reč 18 puta u tekstovima na *Pinku*. Najvažnije je reći da je najviše prilike da govori dobio marketinški stručnjak Nebojša Krstić, koji je bio subjekat u tekstovima devet puta, a sledi ga medijski analitičar Ištvan Klaić – tri puta. Njih dvojica su evidentirani često i kao objekti upravo zato što su u mnogo prilika govorili pa su u tekstovima spomenuti. Marketinški stručnjak Nebojša Krstić u svojim gostovanjima na *Pink* televiziji, koja su prenošena u tekstovima na portalu ovog medija, nije govorio o svojoj profesiji, niti je bio pozivan da govori o marketingu i uopšte mogućnostima koje pruža za razvoj medija ili manipulaciju građana, već je govorio o predstavnicima vlasti i osuđivao predstavnike opozicije, dovodeći ih u vezu sa predstvincima medija, pa se može zaključiti da ga je *Pink* pozivao da govori upravo zbog političkih stavova.

### 4.3. Zaključak

*Pinkov* portal u manjoj meri obrađivao je teme koje se tiču pozicije novinara u zemlji i inostranstvu, ali i slobode govora u medijima i uopšte stanja u medijima. Način na koji se, ipak, bavio novinarskom profesijom ne može se nazvati profesionalnim. Naprotiv, umesto da u fokus stavi probleme sa kojima se novinari susreću, *Pink* je novinare i medije dovodio u vezu sa političarima, zbog čega je velika većina tekstova politizovana ili se u njima beleži negativan odnos novinara prema priči. To je zbog toga što je *Pink* pažnju najčešće posvećivao medijima koje je nazivao opozicionim, a u kojima je jasno isticao stav o njihovim vlasnicima, koje smatra degradirajućim za stanje u medijima i slobodu govora u Srbiji.

Iako je uočena medijska inicijativa *Pink* je neprofesionalno i neetički pristupao medijskim temama i to najčešće zbog toga što je kao sagovornike uzimao one koji su iskazivali negativan stav prema određenim medijima, kao i prema njihovim vlasnicima, ili pozitivan i zaštitnički stav prema aktuelnoj vlasti i režimu Srpske napredne stranke. Iako se u medijski iniciranim tekstovima *Pink* sa više sagovornika osvrtao na događaje u zemlji, privid je da su teme obrađivali iz više uglova. Sporno je upravo to što su isti sagovornici, koji jasno pokazuju stav prema vlasti i opoziciji, često bili akteri u tekstovima, a javnosti jednostrano predstavljali probleme u vezi sa medijima.

Takođe, uočeno je da *Pink* nije beležio niti kontinuirano izveštavao o određenim događajima kao što je to slučaj sa izborom novih članova REM-a i kritikama koje je javnost upućivala na rad ovog regulatornog tela. Prećutkivanje određenih događaja jasno je i u slučaju hapšenja novinarke Ane Lalić sa portala *Nova.rs*, koje se, prema *Pinkovom* portalu, praktično nije ni desilo. Neizveštavanjem o određenim događajima, pojavnama i ličnostima uskraćuje se pravovremeno, tačno i jasno informisanje javnosti koja ima pravo da bude obaveštena o svemu. Takođe, neprofesionalnost *Pinkovog* portala ogleda se i u senzacionalističkom izveštavanju i naslovljavanju tekstova. Senzacionalistički naslovi u slučaju *Pinkovog* portala ciljano su kao mete stavljeni u fokus njihove neistomišljenike, koje označavaju kao neprijatelje zemlje.

Preporuka je da se izveštava profesionalno, objektivno i bez izražavanja stava prema objektima u tekstovima. Takođe, uočen je nedostatak raznovrsnijeg izbora sagovornika u tekstovima o medijima, predstavnika svih medija, novinarskih udruženja i medijskih stručnjaka, koji su u njihovim izveštajima izostali. Preporuka je, stoga, da ovaj medij daje priliku upravo i njima da govore o medijskom sistemu, kako bi javnost mogla da iz više različitih izvora saznaće o medijima kao nosiocima demokratije u društvu i problemima u vezi sa slobodom govora i položajem novinara.

## 5. UPOREDNA ANALIZA IZVEŠTAVANJA PORTALA O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA

Jednogodišnji monitoring portala četiri televizije pokazao je da se izveštavanje monitorovanih medija razlikuje kako u pristupu, tako i u krajnjoj svrsi kojom se uredništvo vodilo izveštavajući o medijima, slobodi medija i novinarima. Prvi kvantitativni pokazatelj ove razlike jeste broj tekstova objavljen na svakom portalu (Tabela 1). Najistaknutiji portal po ovom parametru jeste portal televizije *N1*, koji je sa 678 objavljenih tekstova o medijima pisao više nego preostala tri portala zajedno (ukupno 635). Portal televizije *N1*, kao i portali oba javna servisa odlikuju se najčešće neutralnim izveštavanjem (od 85% do 91%). Tekstovi portala televizije *Pink* takođe su bili neutralni u više od polovine tekstova (67%), međutim u odnosu na druge medije su procentualno najređe bili neutralni, čime se ovaj portal, osim po malobrojnosti tekstova, dodatno istakao.

RTS	RTV	N1	Pink
262	309	678	64

Tabela 1. Broj objavljenih tekstova tokom jednogodišnjeg monitoringa

Neutralnost u izveštavanju kada je reč o portalima RTS-a, RTV-a i televizije *N1* praćena je naslovima koji su najčešće bili informativni, ili deskriptivni (od 98 do 100 posto), sa gotovo nepostojećim senzacionalizmom (od nula do jedan posto), koji je, istovremeno, prisutan u 34 posto naslova portala televizije *Pink*.

Parametri kojima se meri nivo profesionalizma jednog medija pokazuju relativnu ujednačenost portala, sa izuzetkom portala *Pinka*, koji senzacionalizmom i pristrasnošću koja je prisutna u nezanemarljivom procentu (33 posto) nedvosmisleno ispoljava ideoološku opredeljenost koja podrazumeva da je sfera medija sredstvo za postizanje partikularnih interesa koji se ne moraju nužno poistovećivati sa zahtevima profesije. Osim ideoološke, u izveštavanju *Pinka* se najjasnije očitavala i politička opredeljenost izražena prvenstveno kroz upotrebu propagandnih narativnih tehnika, koji su igrali ulogu argumenata u obrađivanju tema od javnog interesa. Baveći se „profesionalizmom i etikom drugih medija“

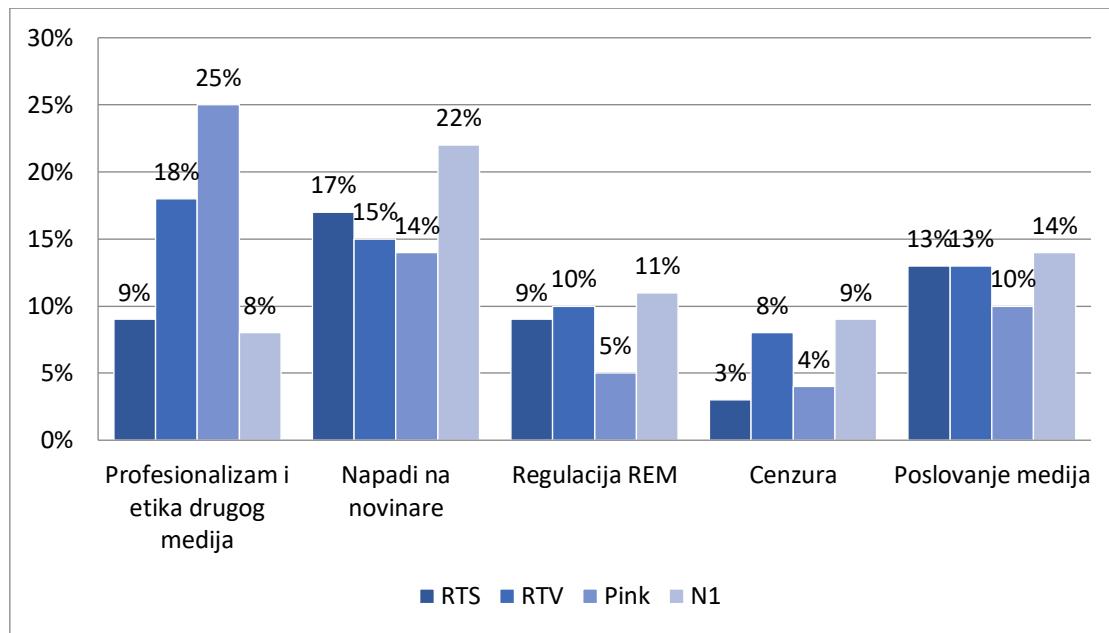
(najzastupljenija tema na ovom portalu sa 25 posto u dela), novinari *Pinka* kvalifikuju pojedine medije kao „tajkunske“, „opozicione“, kao one koji „crtaju metu na čelu predsednika“ kao i da „isleđuju“ i „crtaju mete našim vrhunskim lekarima“. Teme i povodi preispitivanja etike i profesionalizma drugih medija najčešće za cilj imaju odbranu i pohvalu državnog aparata i odluka najviših predstavnika vlasti.

Pomenuta relativna ujednačenost u profesionalizmu u izveštavanju preostala tri portala kvalitativnim parametrima poput odabira tema, subjekata i objekata, biva raslojena na različite nivoje svršishodnosti, angažovanosti i proaktivnosti u profesionalnoj introspekciji.

Tema (Grafikon 24) kojom se pomenuti portali bave najujednačenije jeste „poslovanje medija“ (od 13 do 14 posto u ukupnom udelu različitih tema kod sva tri portala). Međutim, najjasnija razlika u odabiru relevantnih tema u okviru samog problema poslovanja medija ogleda se u pristupima koji su imali RTV i *N1*. Naime, teme koje se tiču veze između javnih preduzeća kao i finansiranja medija budžetskim novcem, nisu bile predmet pisanja portala pokrajinskog javnog servisa, odnosno nisu to bile u meri niti žanrovsкоj formi (najzastupljeniji žanrovi na portalima prikazani su na Grafikonu 25) kojom se građanima može na objektivan način približiti tema koja jeste u njihovom interesu, prvenstveno jer se radi o trošenju budžetskog novca u oblasti medijskog poslovanja i proizvodnje medijskog sadržaja kojim se krše profesionalni standardi, a javnost se neretko dezinformiše. Istovremeno, portal *N1* o ovim temama piše kontinuirano i sveobuhvatno, iznoseći činjenice i relevantne podatke u složenim žanrovskim formama.

Tema na osnovu koje se može odrediti kvalitativna nijansa medijskog profilisanja monitorovanih portala jeste tema „napadi na novinare“. Iako ova tema na portalima oba javna servisa zauzima nezanemarljiv procenat (RTS 34 posto i RTV 15 posto) primetno je da je izveštavanje oba portala bilo reaktivno, koristeći jednostavne žanrovske forme i uz preuzimanje tuđih vesti i saopštenja. Izuzetkom se mogu smatrati napadi na novinare RTS-a koji su bili povod za veće angažovanje novinara ovog medija. Istovremeno, portal *N1* najveći procenat svog izveštavanja posvećuje upravo ovoj temi (34 posto), takođe ističući napade na novinare svoje medijske kuće, kojima, međutim, priključuje i izveštavanje o napadima na istraživačke novinare, medijske radnike u Srbiji i inostranstvu, obrađuju se teme slobode govora, pritisaka, ubistava novinara, uz konsultacije sa relevantnim institucijama i sagovornicima. Ipak, izostanak izveštavanja o napadu na novinarku *Kurira Ljiljanu Stanišić* ukazuje na polarizaciju koja postoji u medijima. Portal televizije *Pink* u okviru teme „napadi na novinare“ izveštava o napadu na Ljiljanu Stanišić, kao i o napadima na svoje medijske

radnike. Analizom načina na koji ovaj portal bira napade o kojima će izveštavati ustanovljena je dodatna linija polarizacije među domaćim portalima. Naime, napadi na novinare o kojima se izveštava na ovom portalu često su kontekstualizovni sukobom pristalica vlasti i opozicije, pri čemu se o opoziciji i njenim političkim akterima gotovo bez izuzetka izveštava u negativnom kontekstu.



Grafikon 24: Teme u objavama na analiziranim portalima, uporedni pristup

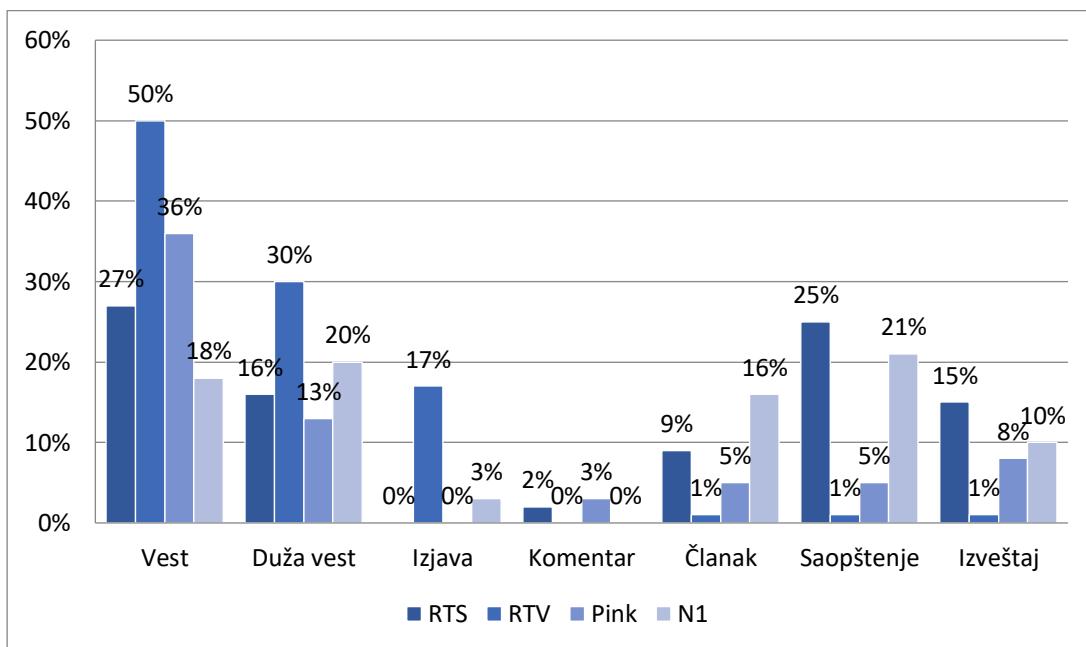
O visokoj politizovanosti teme medija svedoči i procentualni udeo tekstova smeštenih u rubrici „politika“. Na portalu televizije *Pink* ovo je najzastupljenija rubrika (59 posto), na portalu RTS-a ona je druga po zastupljenosti (14 posto), a na portalu RTV-a treća (15 posto).

Istovremeneno, visoka zastupljenost političkih aktera i na poziciji objekta i na poziciji subjekta (Tabela 2.) prilikom medijskog izveštavanja o medijima, slobodi medija i novinarima ukazuje na zavisnost medija od društveno-političkog konteksta.

MEDIJ	SUBJEKAT	OBJEKAT
<b>RTS</b>	20%	16%
<b>RTV</b>	22%	15%
<b>N1</b>	26%	23%
<b>PINK</b>	16%	17%

Tabela 2: Zastupljenost političkih subjekata i objekata na portalima, uporedni pristup

Sloboda govora, nezavisnost medija i autonomija novinara predstavljaju ciljeve i prioritete kojima se teži u medijskoj sferi u Srbiji, a koji i dalje nisu postignuti, odnosno nisu na zadovoljavajućem nivou. Ovaj podatak potvrđila su istraživanja<sup>25</sup> sprovedena prethodnih godina, kao i fokus grupa sa medijskim radnicima sprovedena u okviru ovog istraživanja. Upravo iz tog razloga je neophodno naznačiti koje žanrovske forme i koje teme su bile ili izostavljene, ili slabije zastupljene, na monitorovanim portalima.



Grafikon 15: Medijski žanr u objavama na analiziranim portalima, uporedni pristup

Kada su u pitanju žanrovske forme, uočljiv je nedostatak kompleksnijih žanrova, prvenstveno članaka, a potom i komentara. Jedini medij kod kog je u dvocifrenom procentu (16 posto) uočena zastupljenost članaka bio je *N1*, dok je, istovremeno, udeo zabeleženih članaka na portalu RTV-a iznosio jedan posto. Pogodnost koju nudi relativno nova medijska forma – internet portal, upravo je u mogućnosti plasiranja raznovrsnijih, sveobuhvatnijih, proaktivnih medijskih članaka koji zbog vremenske i formatske ograničenosti na televizijskom programu ne bi imali mesta. Upravo suprotno tome, portali se problemom svoje profesije bave

<sup>25</sup> Jaraković, V. (2019). „Četvrti deo: Mediji u Srbiji – u slobodnom padu“. CRTA. Dostupno na: <https://crt.rs/mediji-u-srbiji-u-slobodnom-padu/>;

Valić Nedeljković, D., Janjić, S., Đurić, V. (2017). Pritisci na medije u Srbiji i metode odupiranja. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/publication/pritisci-na-medije-u-srbiji-i-metode-odupiranja/>;

Valić Nedeljković, D. i Janjatović Jovanović, M. (2020). Medijski sistem u Srbiji obeležen delovanjem medija koji sistematično šire dezinformacije, govor mržnje i propagandu. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://novinarska-skola.org.rs/sr/publication/medijski-sistem-u-srbiji-obelezan-delovanjem-medija-koji-sistematično-šire-dezinformacije-govor-mržnje-i-propagandu/>

jednostavnijim faktografskim formama, čime se sužava polje kontekstualizacije problema i smanjuje mogućnost iniciranja sistemske promene.

MEDIJ	ČLANAK	KOMENTAR
<b>RTS</b>	<b>9%</b>	2%
<b>RTV</b>	1%	0%
<b>N1</b>	<b>16%</b>	0%
<b>PINK</b>	5%	3%

Tabela 3: Zastupljenost složenih žanrova po medijima, uporedni pristup

Odabir forme i najčešćih tema (Grafikoni 24 i 25) o kojima su ovi mediji izveštavali, jasno pokazuju da je takođe nedostajalo više inicijative za obradu tema kojima bi se pokrenula sistemska promena u oblasti medija. U Tabeli 4. prikazana je zastupljenost tema koje se bave regulatornim i zakonodavnim okvirom rada medija i medijskim vlasništvom. Zastupljenost ovih tema je, dakle, gotovo nepostojeća, izuzev rada REM-a, koji se pominja u značajnijem procentu usled monitoringa sprovođenja predizborne kampanje na televizijama, dok je portal televizije *N1* jedini monitorovani portal koji je intenzivnije pratilo i kontekstualizao sam rad regulatornog tela. O samom regulatronom telu, izboru članova, njegovoj nezavisnosti ukupno gledano, gotovo da nije izveštavano.

MEDIJ	REGULACIJA SAVET ZA ŠTAMPU	REGULACIJA REM	ZAKONODAVNA PITANJA	MEDIJSKO VLASNIŠTVO
<b>RTS</b>	0%	9%	1%	1%
<b>RTV</b>	0%	10%	1%	0%
<b>N1</b>	1%	11%	1%	1%
<b>PINK</b>	0%	5%	0%	3%

Tabela 4. Tematska zastupljenost regulacije rada medija i medijskog vlasništva, uporedni pristup

Na osnovu sinteze podataka dobijenih monitoringom portala četiri televizije odnosno načina na koji su izveštavali o medijima, medijskim slobodama i novinarima može se izvesti nekoliko zaključaka. Pre svega uočen je izuzetno visok stepen polarizovanosti komercijalnih televizija i politizacije u medijskoj sferi. Mediji se međusobno nazivaju „opozicionim“ i „provladinim“. Polarizovanost medija praćena je izrazito različitim pristupima izveštavanju. Tako portal *Pinka* upotrebljava propagandne tehnike poput pristrasnog izveštavanja,

senzacionalizma, tendencioznog odabira tema, aktuelnosti i sagovornika u svihu promocije vladajućeg režima, čak i kada se govori o samim medijima i medijskim slobodama. Ovakva praksa može biti objašnjiva materijalnim povoljnostima koje televizija *Pink* dobija od države<sup>26</sup>. Istovremeno, izveštavajući o drugim medijima *N1* najčešće objektivno i sveobuhvatno ukazuje na loše medijske prakse i povezanost medija sa vladajućom strukturom, dok izbegavajući da izveštava o napadima na novinare medija koji su predmet kritike indirektno doprinosi polarizaciji. Medijsko izveštavanje javnih servisa o medijima moglo bi se svrstati između dva pola koji čine komercijalne televizije. Održavanje profesionalizma kroz formu neutralnosti kojoj nedostaje konkretan sadržaj da bi se moglo govoriti o objektivnosti ovih medija, na indirekstan način doprinose održavanju lošeg stanja u medijima i stagnaciji u oblasti medijskih reformi.

Opšti je zaključak da portali monitorovanih televizija nisu pokazali dovoljno inicijative za pokretanje tema od suštinskog značaja za pitanje profesionalizacije medijske sfere. Uočeni su izuzetno dobri i za profesiju značajni primeri reagovanja na aktuelne događaje koji se direktno tiču rada i bezbednosti medijskih radnika. Međutim, nedostajuća proaktivnost bi apel pretvorila u reformu, a medije od instrumenta za postizanje interesa u sredstvo slobode govora i mišljenja.

---

<sup>26</sup> Milivojević, A. (2019). Podobnim medijima milioni iz džepa građana (onlajn). CINS. Dostupno na: <https://www.cins.rs/podobnim-medijima-milioni-iz-dzepa-gradjana/>



# DNEVNE NOVINE

## 6. BLIC

### 6.1. Kontekst medija

Dnevne novine *Blic* osnovane su 1996. godine i trenutno su najtiražniji dnevni list<sup>27</sup> u Srbiji sa više od 140.000 prodatih primeraka dnevno. Nastao je kao opozicioni list koji je zapamćen kao jedini koji je tokom demonstracija 1996. izveštavao o protestima Demokratske stranke (DS) i Srpskog pokreta obnove (SPO) zahvaljujući čemu mu je tiraž u jednom trenutku iznosio 250.000. Od 2004. je u vlasništvu švajcarske kompanije Ringier Axel Springer (Ringier Axel Springer) koja takođe izdaje dnevne novine *Alo*, *24 sata*, magazine *Blic žena* i *Puls*, kao i nedeljnik NIN.

Prema načinu izveštavanja, ovaj dnevni list može da se svrsta među „polutabloide“ s obzirom na to da redovno izveštavaju o aktuelnim političkim i društvenim događajima iz zemlje i sveta, ali su takođe uočljivi učestali tekstovi o dešavanjima sa estrade. Takođe su primetni česti senzacionalistički naslovi, kao i klikbejt tekstovi objavljeni na portalu<sup>28</sup> ovog medija. Kada je u pitanju pisanje dnevnog izdanja o medijima, ovo istraživanje je pokazalo da *Blic* pažljivo prati ovakve novosti i da daje prostora akterima sa obe strane političkog spektra da iznesu svoje mišljenje. Tokom trajanja monitoringa zabeležena su 702 teksta koja se bave medijima, medijskim slobodama i novinarima.

### 6.2. Rezultati i diskusija

Dve rubrike koje dominiraju u tekstovima *Blica* kada je reč o medijskim temama jesu „društvo“ (49 posto) i „politika“ (33 posto), a iza njih sledi „estrada“ sa udedom od 11 odsto. Podatak da je društvo na prvom mestu je razumljiv s obzirom da se medijske teme uglavnom tiču sfere društva u šta spadaju i reklame, ali je i veliki procenat tekstova u političkoj rubrici s obzirom da je sloboda medija u Srbiji česta tema pogotovo među opozicionim političarima. S obzirom da se mediji bave raznim temama koje se tiču javnosti, komentarisanje načina njihovog izveštavanja se najčešće svrstava u društvo, osim ako nije u pitanju konkretna tema

<sup>27</sup>Marketing mreža. *Kraj zablude o čitanosti novina!* Preuzeto sa: <https://marketingmreza.rs/kraj-zablude-o-citanosti-novina/>

<sup>28</sup> <https://www.blic.rs/>

(na primer politika ili sport). Velikom procentu tekstova u rubrici „politika“ doprinosi i to što je deo jednogodišnjeg monitoringa obuhvatao i parlamentarne izbore tokom kojih su se spominjali nepošteni uslovi<sup>29</sup>. U primerima ispod se vidi da se *Blic* trudio da prenese mišljenje opozicije o problemima zastupljenosti političkih aktera u pojedinim medijima i privrženosti članova komisije REM-a vlasti.

„Predsedavajući SzS Nebojša Zelenović rekao je da Savez zahteva da Skupština Srbije promeni kompletan sastav REM-a do 15. septembra ili će uslediti bojkot. Dodao je da vlast, međutim, pokazuje da ne želi da odstupi ni za milimetar i da ih svesno gura u neizlazak na birališta. Aleksandar Marton iz Lige socijaldemokrata Vojvodine je rekao da je problem izveštavanje na lokalnu na jezicima nacionalnih manjina.“

„Predstavnik DSS Uroš Piper imao je konkretnе predloge. On je rekao da je stanje u medijima bilo loše i od 2008. do 2012. godine. – Na svim televizijama s nacionalnim fekvencijama i na N1 treba uvesti segment u informatinoj emisiji od 15 minuta u kojem bi opozicija i vlast bili zastupljeni proporcionalno prema odnosu u parlamentu. 10:5 minuta – naveo je Piper. On je dodao i da je „medijsko stanje loše, ali da nije rešenje ni TV Naša koja cenzuriše pojedine goste.“

U primeru ispod vidi se kroz izjavu<sup>30</sup> predsednika Stranke slobode i pravde i lidera Saveza za Srbiju Dragana Đilasa da su, prilikom opravdavanja bojkota najčešće mete bile REM i RTS, a *Blic* je pravilno postupio prenoseći sve izjave i lične tekstove predstavnika opozicije:

„Lider saveza za Srbiju (SZS) i predsednik Stranke slobode i pravde (SSP) Dragan Đilas ponovio je da će ta stranka bojkotovati naredne izbore, čak i ako dođe do promena ljudi u REM i RTS, što je bio uslov opozicije za nastavak razgovora oko izlaska na birališta. – Definitivno bojkotujemo izbore. Ne postoji mogućnost da to preispitamo jer u roku od šest meseci nema mogućnosti da se to sproveđe.“

To se takođe vidi i u tekstu<sup>31</sup> predsednika Demokratske stranke Zorana Lutovca objavljenom narednog dana:

„Samo promene u RTS-u i u sastavu Regulatornog tela za elektronske medije nisu dovoljne za izlazak na izbore, ali to bi bio znak dobre volje da postoji spremnost da se možda napravi i sveobuhvatan sporazum. Ako se ne izvrše promene u RTS-u i sastavu REM-a do 15. septembra, kako su to predložili nezavisni stručnjaci, znači da nisu spremni uopšte da prave sveobuhvatan sporazum već da žele samo da razgovaraju o tehničkim detaljima, na šta mi ne pristajemo.“

<sup>29</sup> Blic, 20.08.2019. SzS traži smene u REM ili preti bojkotom izbora. *Blic*, 2019.

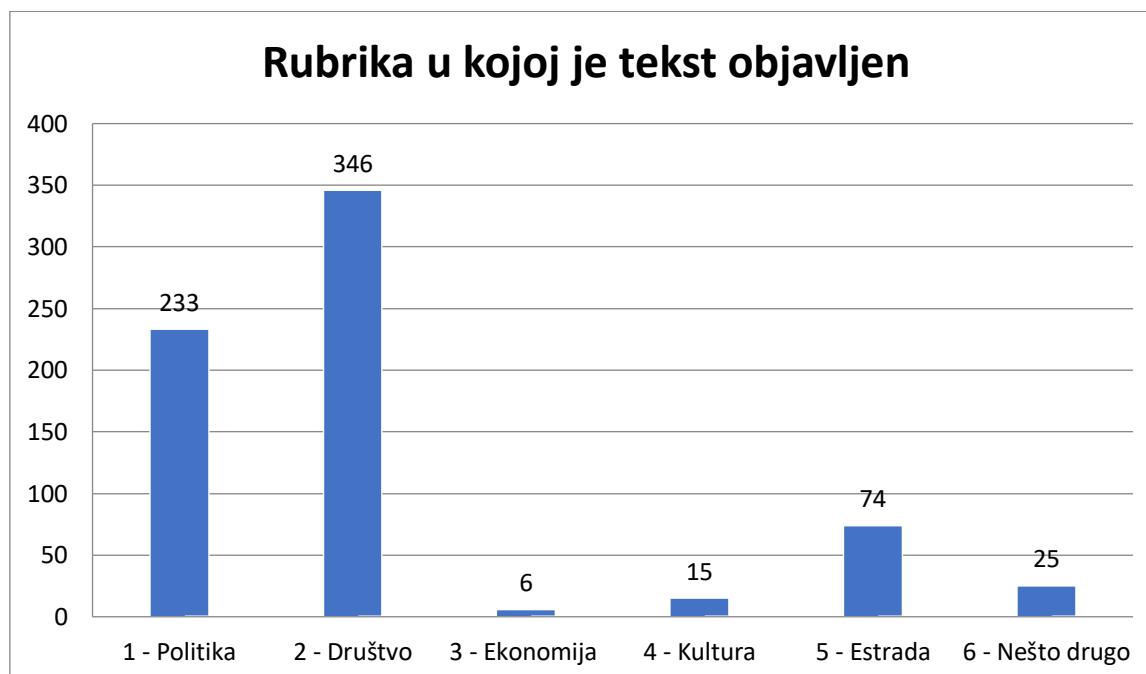
<sup>30</sup> Blic, 03.09.2019. Đilas: Prava opozicija za bojkot izbora. *Blic*, 2019.

<sup>31</sup> Lutovac, Z. 04.09.2019. Rok – 15. septembar. *Blic*, 2019.

*Blic* je takođe neprekidno izveštavao o okruglim stolovima održanim<sup>32</sup> u organizaciji Fondacije za otvoreno društvo (FOD), a koji su se ticali vlasti i opozicije i na kojima je najčešće bilo reči o slobodi medija, ponašanju javnih servisa i radu *Regulatornog tela za elektronske medije* (REM). U primeru ispod prikazana je izjava organizatora okruglih stolova Milana Antonijevića (FOD)<sup>33</sup> koji se takođe slaže sa problemom zastupljenosti političara iz opozicije na javnom servisu uoči izbora:

„Taj sastanak se bavio i nezaobilaznom temom REM-a i RTS-a i njihovom uspavanošću tokom izbora, kao i ravnopravnom zastupljenosti političkih stranaka. REM nije opravdavan, ali ocenjeno je da ne radi svoj posao, što je, priznaćete, uspeh, ako imate u vidu da na FPN-u na sastancima sede sve političke stranke, i vladajuće i opozicione.“

*Blic* kao dnevni list je koncipiran kao „polutabloid“, te su se tekstovi pojavljivali i u rubrici „estrada“ često u vidu kratkih izjava ili intervjuja sa medijskim radnicima (uglavnom voditeljkama raznih televizija).



Grafikon 27: Rubrika u kojoj je objavljen tekst u *Blicu*

Od ukupno 702 teksta zabeležena tokom jednogodišnjeg monitoringa svega osam procenata je dobilo prostora na naslovnoj strani *Blica*, dok se većina nalazi samo unutar novina.

<sup>32</sup> Blic, 04.09.2019. *Vlast i opozicija ponovo na FPN, SzS ne dolazi na okrugli sto.* Preuzeto sa: <https://www.blic.rs/vesti/politika/vlast-i-opozicija-ponovo-na-fpn-szs-ne-dolazi-na-okrugli-sto/wzj9bvk>

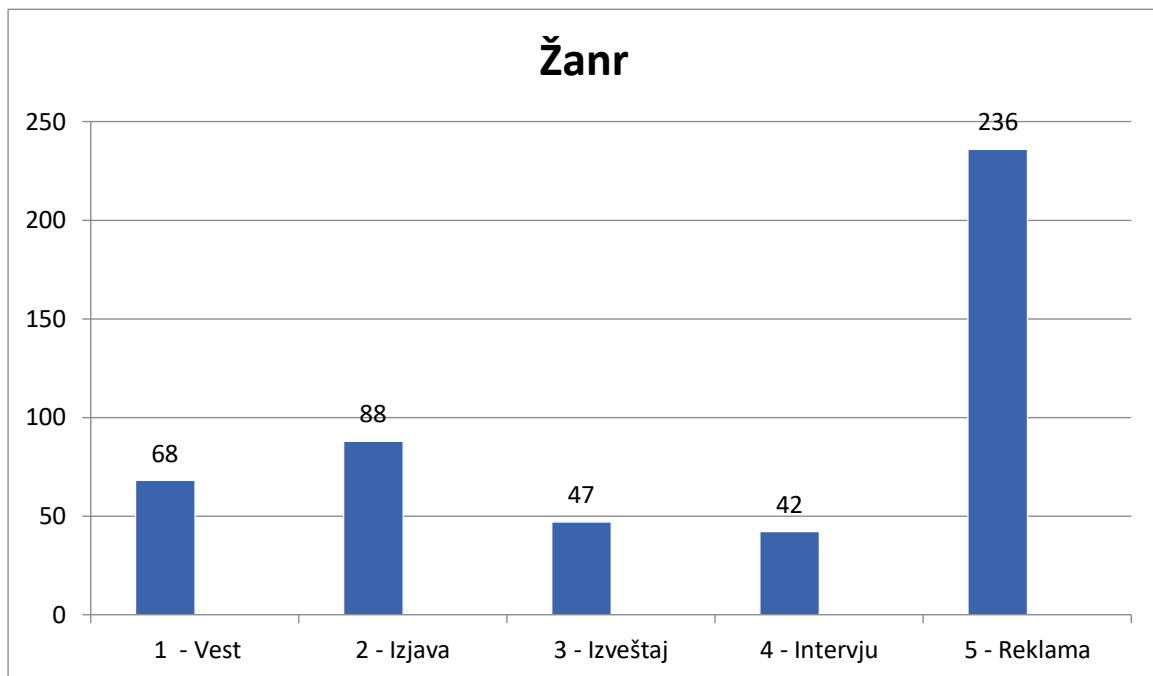
<sup>33</sup> Blic, 29.08.2019. *Milan Antonijević: Okrugli sto je otvorio tešku temu.* Blic, 2019.

Tekstovi koji se pojavljuju i na naslovnoj strani i u rubrici najčešće su reklame i intervjuji sa medijskim radnicima, ili sa drugim ličnostima iz javne sfere koji komentarišu stanje u medijima. Iz toga se može zaključiti da uređivačka politika *Blica* ne gleda na medijske teme kao prioritet. Osim toga, skoro polovina tekstova (43 posto) sadrži deskriptivan naslov što je razumljivo s obzirom da se, kada se gledaju žanrovi, na drugom i trećem mestu nalaze autorski tekstovi (18 posto) i izjave (13 posto), a intervju sa šest posto na šestom mestu. To ukazuje na neutralnost ovog dnevnog lista kada je u pitanju izveštavanje u medijima, te da se većinom oslanja na tuđe kolumnе, komentare, izjave i intervjuje. Kada samoinicijativno pišu o medijima, monitoring je pokazao da su to reklame, koje ujedno imaju i najveći procentualni ideo kada je reč o žanru (34 posto), kao i izveštaji i vesti koje pozitivno opisuju rad i zalaganje *Blica* tokom humanitarnih akcija<sup>34</sup> ili izveštavanja o nekoj temi, zbog čega tema „profesionalizam i etika sopstvenog medija“ zauzima šest procenata ukupnog broja tekstova. Tokom jednogodišnjeg monitoringa uočeno je da se mediji, a pogotovo ophođenje vlasti prema njima, satirično prikazuju kroz stripove (dva posto ukupnog udela) koji se nalaze na drugoj stranici novina u političkoj rubrici. Jedan od primera datira od 6. septembra 2019. godine i prikazan je na slici ispod.

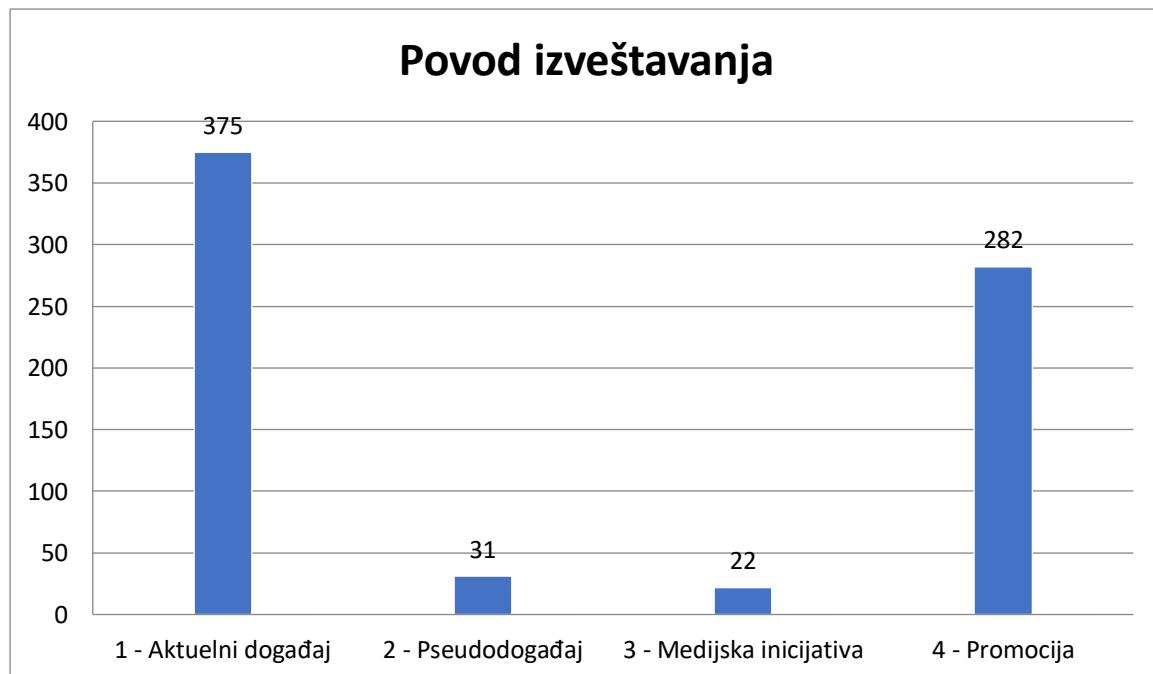


Slika 1: Blic strip

<sup>34</sup> Primer: „Velika ekološka akcija Blica“.

Grafikon 28. Medijski žanr u dnevnim novinama *Blic*

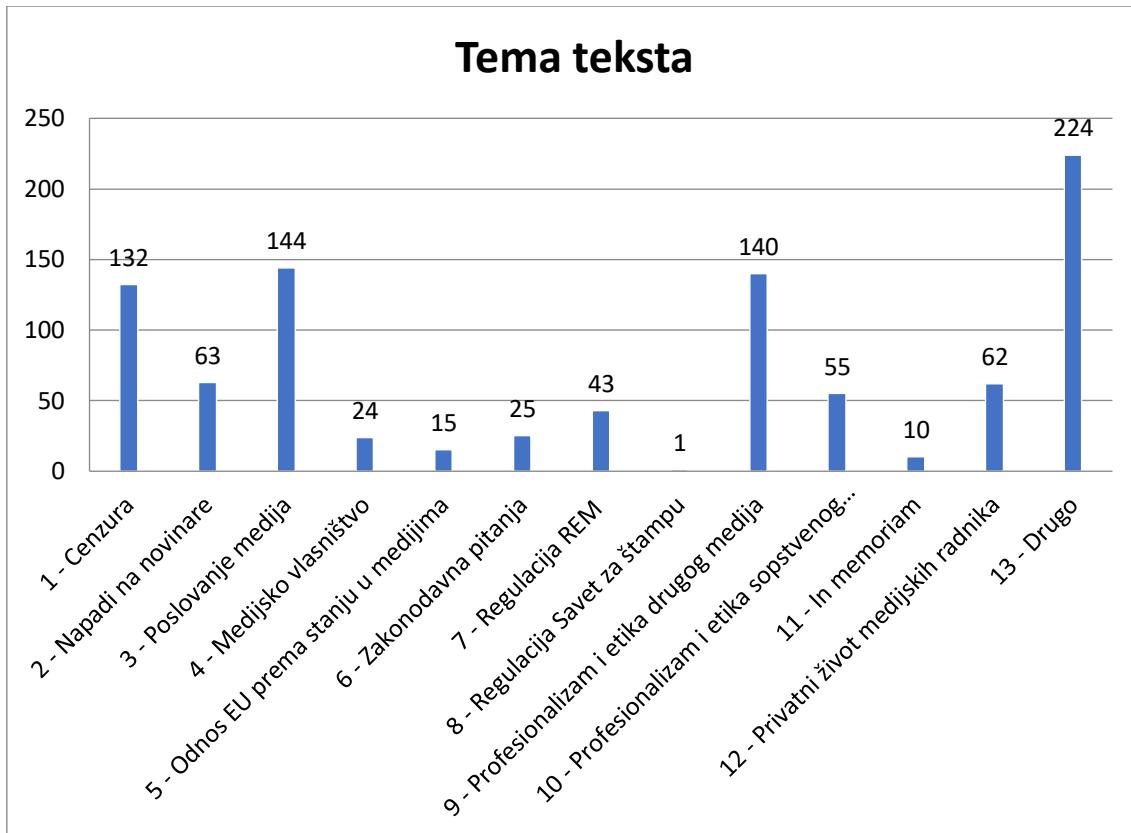
Najčešći povod za izveštavanje *Blica* o medijima bio je aktuelni događaj (53 posto), ali se zbog reklama i promotivnih intervjeta medijskih radnika na drugom mestu po udelu nalazi promocija (40 posto), dok su pseudodogađaj i medijska inicijativa retka pojava u ovim novinama.

Grafikon 29. Povod izveštavanja tekstova u *Blicu*

Teme uočene tokom jednogodišnjeg monitoringa variraju, ali se zbog reklama<sup>35</sup> najviše tekstova svrstalo pod „drugo“ (24 posto), za njim slede sa po 15 posto udela „poslovanje medija“ i „profesionalizam i etika drugog medija“. Izveštavanje o poslovanju medija najčešće se ticalo kompanija Telekom i Junajted grupe, kao i konflikta između ova dva operatera do kog je došlo početkom 2020. godine. Veliki deo tekstova pod ovom temom zauzelo je i izveštavanje o radu *Blica* uoči dvadeset trećeg rođendana dnevnog lista (12. septembar 2019). Što se tiče teme „profesionalizam i etika drugog medija“, ona se najčešće uočavala u kolumnama koje su pisali Vladimir Đukanović, Nebojša Krstić i Biljana Srbljanović. Đukanović i Krstić, kao akteri bliski vlasti, često su koristili prostor u ovom dnevnom listu da kritikuju izveštavanje opozicionih medija, pogotovo televizija *N1* i nedeljnika *NIN*, dok je Srbljanovićeva najčešće kritikovala pisanje tabloida o određenim temama. Istovremeno, u nekoliko svojih tekstova medije i novinare spominje i Petar Peca Popović, ali najčešće pozitivno u vidu prisećanja na nekog medijskog radnika ili sam medij. Osim gorepomenutih, imenovanih aktera, medijske teme bile su uočljive u nedeljnoj kolumni „Pisma poslušnog građanina Srbe“ u kom anonimni autor oštro kritikuje predstavnike vlasti, medije, a najviše predsednika Srbije. „Cenzura“ je takođe zauzela značajan procenat (14 posto) jer je *Blic* skoro svakodnevno izveštavao o okruglim stolovima održavanim u avgustu i septembru 2019. na Fakultetu političkih nauka. Ta tema preklapala se i sa najavom, a kasnije kampanjom bojkota u kojima su opozicioni političari često naglašavali da je jedan od glavnih razloga loših izbornih uslova upravo cenzura. Osim toga, oni su neprestano kritikovali rad REM-a zbog čega je udeo te teme pet odsto. „Napadi na novinare“ pojavljuju se u sedam procenata tekstova, a mnogi od njih su se ticali ubistava Džamala Kašogija i Jana Kucijaka, kao i suđenje Džulijanu Asanžu. Što se tiče tekstova na ovu temu iz Srbije, pojavljivali su se povremeno, kao na primer tekstovi o ubistvu Slavka Ćuruvije i paljenju kuće Milana Jovanovića, te su se one preklapale sa temom „zakonodavna pitanja“ (tri posto) s obzirom na to da se izveštavalо o novostima iz sudskih procesa povodom ovih događaja.

---

<sup>35</sup> Tekstovi za promociju uvek se tiču poslovanja ovog medija.

Grafikon 30: Tema u tekstovima objavljenim u *Blicu*

Mediji se nalaze na prvom mestu po zastupljenosti i kao subjekat i kao objekat (subjekat 25 posto, a objekat 31 posto). Procentualno gledano, na drugom mestu se na listi subjekata sa po 13 odsto nalaze novinari i akteri koji se svrstavaju pod drugo (najčešće poznate ličnosti). Novinari se u većem procentu pronalaze i među objektima (osam posto) pošto je često bilo komentarisano izveštavanje ili ponašanje nekog medijskog radnika. Već ranije je pominjano da je opozicionim političarima dat prostor u ovom dnevnom listu da komentarišu stanje u medijima i druge probleme u društvu, te je njihov procentualni udeo deset odsto, dok se kao subjekti predstavnici vlasti pojavljuju u dva puta manjem procentu (pet posto). Političari su kao objekte najčešće spominjali medije, novinare i urednike, druge političare (vlast pet posto, opozicija osam posto), kao i REM sa dva posto udela o kom je najviše govorila opozicija sa negativnim stavom. Među političarima se kao objekat sa tri odsto udela nalazi i predsednik Srbije Aleksandar Vučić, a kako se govorilo o njemu zavisilo je od političkog opredeljenja subjekta. Građani takođe predstavljaju značajan udeo i kao subjekti (osam posto) i kao objekti (11 posto). U ulozi objekta pojavljuju se s obzirom na to da se tema medija često tiče njih, bilo da je reč o cenzuri, manipulaciji ili nekom drugom fenomenu prouzrokovanim stanjem u medijima. Sa druge strane, značajnijem procentu kada je su u pitanju građani kao subjekti doprinosi činjenica da se oni kao akteri pojavljuju tokom humanitarnih i ekoloških

akcija koje *Blic* organizuje. Primer za to je akcija čišćenja reka pod nadnaslovom „Velika ekološka akcija *Blica*<sup>36</sup>, gde se građani se pojavljuju u tekstovima kao volonteri<sup>37</sup>. U tim tekstovima uvek su uzimane izjave od građana prisutnih tokom čišćenja koji su ukratko iznosili mišljenje o akciji i svom doprinosu. U primerima ispod, uzetih iz teksta „Više od sto volontera čistilo Ibar u Kraljevu“, primetno je da je u svim objavljenim izjavama građana i zvaničnika pohvaljena akcija koju *Blic* organizuje.:

„Ni sam nisam verovao kako je ispod mosta dok nisam sišao. Verujte mi da nisam imao pojma čega sve ovde ima. Ovo je užasno – rekao nam je Miroslav iz Kraljeva koji se priključio čišćenju kada je video najavu u novinama“;

„Veliku pomoć dali su nastavnici i učenici čak tri odeljenja Poljoprivredne škole. – Bitno je da proradi svest kod građana da čuvamo okolinu. Srbija je zapuštena i treba posvetiti veliku pažnju čišćenju. Na poslednjem sajmu za zaštitu životne sredine poredstavili smo jedan takav projekat. Drago mi je što sada vidim ovako veliku akciju – kaže učenik Ognjen Ašanin.“;

„Poslanik Branislav Jovanović iz Kraljeva se uključio u *Blicovu*“ akciju čišćenja. Kaže da je ideja postojala i ranije, ali da ipak do sada nije uspeo da je sprovede. – Zahvalujem *Blicu*“ na ovakovom potezu. Važno je da pošaljemo poruku sugrađanima da je potrebno da se menjamo i da prestanemo da zagađujemo okolinu.“

Kao i tokom ekoloških akcija, građani su se kao subjekti pojavljivali kako bi izrazili zahvalnost dnevnom listu *Blic*<sup>38</sup> tokom inicijativa *Blic fondacije*“ za prikupljanje novca za pomoć siromašnim porodicama<sup>39</sup>.

„Marija Dojčinović još uvek ne može da veruje kako im se život promenio za samo nekoliko dana. – Bile smo više gladne nego site, nismo imale šta da jedemo, sada bukvalno ne znamo šta prvo da uzmemo da probamo. Imamo jogurt, mleko, suhomesnato, makarone, keks, čokolade, paštete, gotova jela, ma ne mogu da stignem sve da vidim. Dobile smo hranu da imamo za čitavu zimu, plus brašno, šećer, zejtin. Hvala, svima, hvala *Blic fondaciji*“, hvala dobrim ljudima – kroz osmeh govori Marija.“

Slična situacija je i kada se gleda na aktere pod kategorijom strani zvaničnici i institucije koji su govorili i o kojima se govorilo u okviru tema koje se tiču medija. Čest akter iz ove varijable su bili predstavnici Evropske unije i takvi tekstovi su se pojavljivali pod temom „odnos EU prema stanju u medijima“.

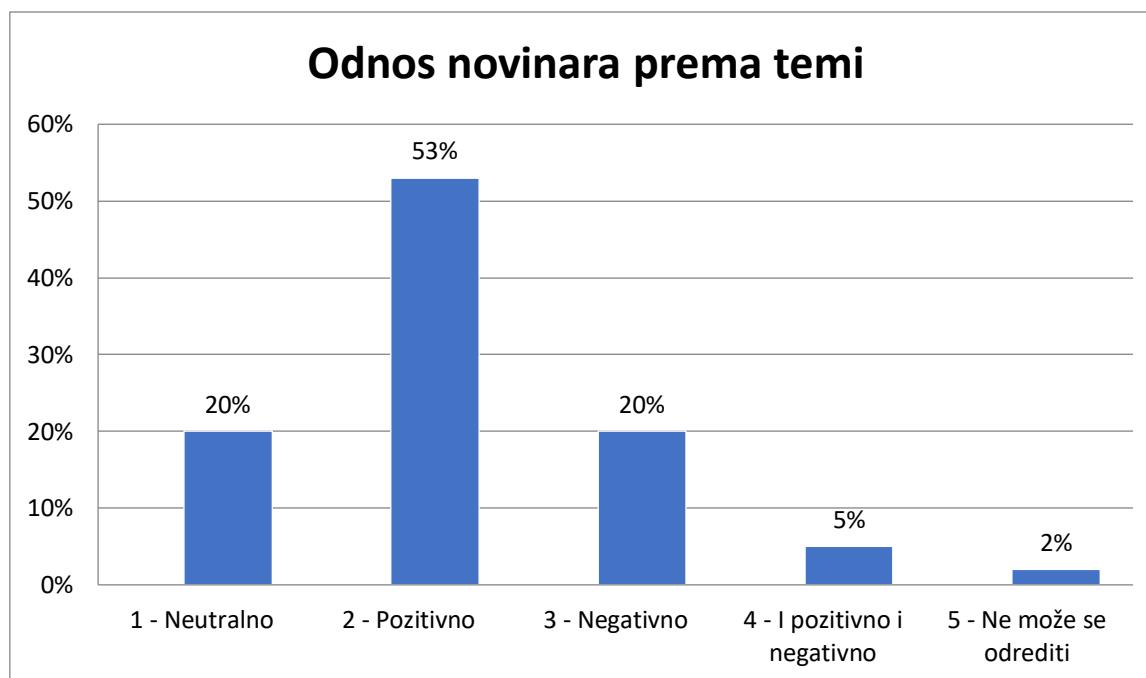
<sup>36</sup> *Blic* (12.10.2019.). Više od sto volontera čistilo Ibar u Kraljevu. *Blic*, 2019.

<sup>37</sup> *Blic* (18.10.2019.). Očišćena Moravica, biser prirode. *Blic*, 2019.

<sup>38</sup> *Blic* (26.09.2019.). Tijana više nije gladna, ali još živi u udžerici. *Blic*, 2019.

<sup>39</sup> *Blic* (23.09.2019.). Teodora, Maksim i Luka dobiće novu kuću. *Blic*, 2019.

U više od pola tekstova odnos novinara prema temi je pozitivan (53 posto), ali se mora uzeti u obzir da se velik broj tih tekstova svrstava u reklame. Pozitivno je pisano i o medijskim radnicima koji su se pojavljivali u okviru teme „privatni život medijskih radnika“, ali i o sopstvenom mediju, pogotovo sa naglaskom na iniciranje humanitarnih akcija i zaslugama *Blica* za poboljšanje nečijeg života ili životne sredine. Sa skoro jednakim udelom od po 20 procenata se na drugom mestu nalaze neutralan (140 tekstova) i negativan odnos (135 tekstova). U ranijem pasusu ovog izveštaja već je bilo pomenuto da je uređivačka politika *Blica* usmerena tako da izbegavaju zauzimanje stava kada su u pitanju medijske teme, ali se, gledajući na dobijene rezultate, mora u obzir uzeti da je postojalo mnogo autorskih tekstova i komentara u kojima se kritikuju mediji, novinari ili opšte stanje u toj socio-političkoj sferi, ali se često radi o pojedincima koji nisu zaposleni u ovom dnevnom listu. Gledajući na autore tih kolumni i činjenicu da se među njima nalazi i bivši dugogodišnji urednik ovog dnevnog lista Veselin Simonović koji takođe kritički gleda na stanje u medijima, može se zaključiti da stavovi *Blica* ipak podržavaju borbu za slobodne medije. Međutim, dajući prostora komentatorima poput Krstića i Đukanovića, čiji tekstovi uvek brane stavove i delovanje vlasti i njih bliskih medija, oni u svom štampanom izdanju uspevaju da prikažu svojim čitaocima razmišljanja oba politička spektra.



Grafikon 31: Odnos novinara *Blica* prema temi

### 6.3. Zaključak

Dnevne novine *Blic* trude se da u svojim izdanjima obuhvate sva najbitnija dešavanja koje s tiču medija kako u Srbiji, tako i u ostatku sveta. To je dobra praksa s obzirom na to da se radi o najtiražnijem štampanom izdanju u zemlji.

Veoma je bitno bilo njihovo gotovo svakodnevno izveštavanje sa okruglih stolova na Fakultetu političkih nauka održanih u avgustu i septembru 2019. u kom su učestvovali predstavnici vlasti i opozicije, a na kojima su najčešće teme bile sloboda medija, ponašanje javnih servisa i rad *Regulatornog tela za elektronske medije* (REM). Kulminacija tih događanja bila je odluka dela opozicije da proglaši bojkot izbora održanih u julu 2020. godine, a *Blic* je i povodom toga izveštavao o stavu svih predstavnika političke sfere u Srbiji i dao prostora različitim akterima sa oba politička spektra da se izjasne o toj temi.

Takođe je zapažena intenzivna samopromocija ovog dnevnog lista što kroz prikazivanje njihovih inicijativa i humanitarnih akcija, što kroz pohvale magazina koje izlaze u okviru njihove izdavačke kuće (najzapaženije magazin *Blic žena*).

U mnogim izveštajima o ekološkoj akciji *Blica* da se očiste reke i deponije u Srbiji, kao i u pružanju pomoći siromašnim porodicama kroz *Blic* fondaciju, zapaženo je neprestano isticanje važnosti njihove uloge u ovim akcijama, koje su i sagovornici redovno hvalili.

U većini tekstova o medijima koji su zabeleženi tokom jednogodišnjeg monitoringa, osim kod reklama, vidi se neutralnost dnevnog lista kada su u pitanju ovakve teme. Subjektivnost je jedino prikazana u malobrojnim tekstovima koji se tiču napada na novinare i promocije voditelja i voditeljki, dok su novosti od javnog značaja prenošeni većinom kroz izjave, intervjuje i kolumnе ili, u ređim slučajevima, kroz kraće vesti. Najoštrije kritike na ovakve teme zabeležene su u autorskim tekstovima, to jest redovnim kolumnama Nebojše Krstića, Vladimira Đukanovića, Biljane Srbljanović i anonimnog autora iz rubrike „Pisma poslušnog građanina Srbe“ ali ih je bilo i u pojedinim plaćenim tekstovima političara kao što su, između ostalih, lideri opozicije Boško Obradović, Dragan Đilas i Vuk Jeremić, ali i predstavnika vlasti među kojima je najzapaženiji zamenik gradonačelnika Beograda Goran Vesić.

Kada je u pitanju izveštavanje o medijima, *Blic* doprinosi javnoj diskusiji o profesionalizaciji i slobodi medija u Srbiji. Pišući o bitnim dešavanjima i držeći se podalje od iznošenja sopstvenog mišljenja tokom izveštavanja o medijskim temama koje su od javnog interesa, oni daju prostor obema stranama da izraze svoje mišljenje o aktuelnim dešavanjima u ovoj sferi. Na taj način čitaocima omogućavaju širu perspektivu preko koje oni mogu sami da dođu do

zaključaka šta funkcioniše, a koji aspekti treba da se poboljšaju kako bi se stanje u srpskim medijima poboljšalo.

---

## 7. KURIR

### 7.1. Kontekst medija

Dnevne novine *Kurir* osnovane su 2003. godine i trenutno su u vlasništvu kompanije Adri medija grupa (Adria Media Group). Osim štampanog izdanja, čiji je glavni i odgovorni urednik Aleksandar Đondović, ovaj medij ima svoj portal, kao i svoju televiziju nastalu 2020. godine. *Kurir* je tabloidni list koji u svojoj političkoj rubrici aktivno promoviše predstavnike vlasti, a pogotovo predsednika Srbije Aleksandra Vučića<sup>40</sup>. Osim toga, u njemu su često vidljivi napadi na opozicione političare, pristalice drugačijeg političkog opredeljenja i medije koji kritički izveštavaju o političarima sa vlasti.

Tokom jednogodišnjeg monitoringa uočeno je da većina tekstova koji se tiču medija nastaje u svrhu propagande protiv opozicije i medija koji kritikuju vlast i daju prostor drugim političarima da iznesu svoje mišljenje. Dnevni list *Kurir* se tokom svog izveštavanja služi raznim sredstvima poput uvreda (pisanih ili ilustrovanih), manipulativnih i senzacionalističkih naslova, prozivke i kritike medija koji kritikuju vlast, zbog čega ih oni nazivaju opozicionim. S obzirom na to da se radi o tabloidu, vidljivi su tekstovi koji često zadiru u privatnost medijskih radnika, a osim toga su se bavili i cenzurom i napadima na novinare, kao i čestom samopromocijom i promocijom drugih medija koji su izdavaštvu kompanije Adri media.

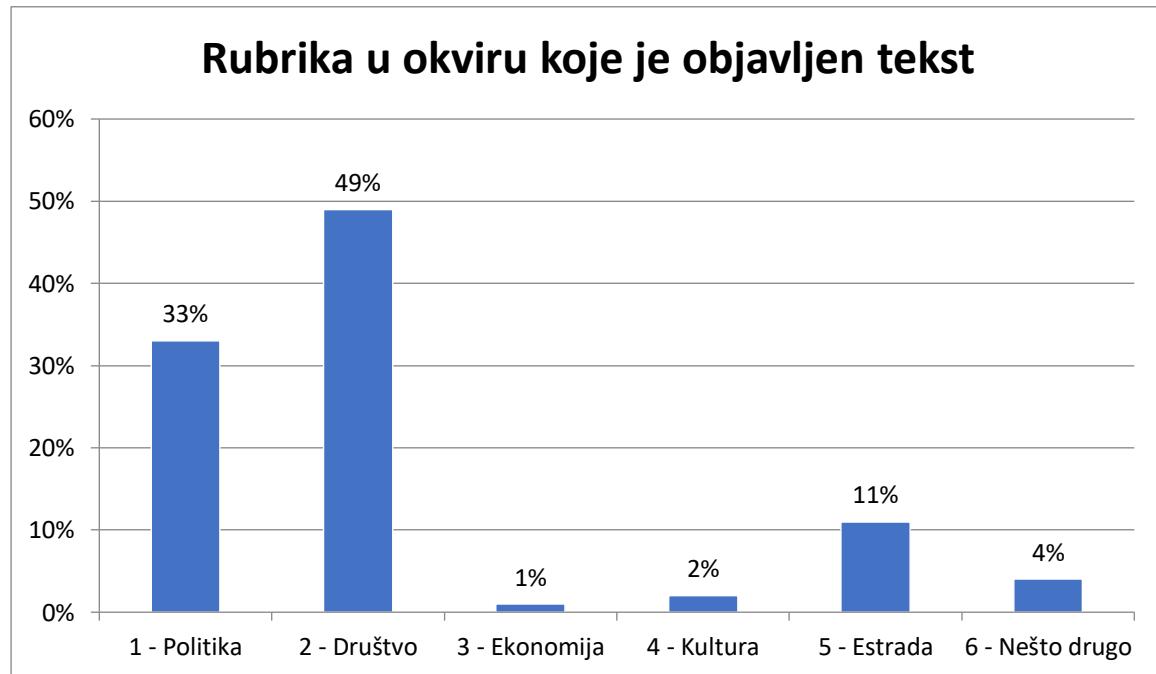
### 7.2. Rezultati i diskusija

Tokom jednogodišnjeg monitoringa dnevnih novina *Kurir* zabeleženo je ukupno 496 tekstova koji se tiču medija i najveći udio po rubrikama čini „društvo“ (41 posto) što je razumljivo s

<sup>40</sup>Valić Nedeljković, D. i Janjatović Jovanović, M. (2020). Medijski sistem u Srbiji obeležen delovanjem medija koji sistematično šire dezinformacije, govor mržnje i propagandu. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://novinarska-skola.org.rs/sr/publication/medijski-sistem-u-srbiji-obelezen-delovanjem-medija-koji-sistematično-sire-dezinformacije-govor-mržnje-i-propagandu/>

obzirom na to da je ova tema najčešće socio-političkog karaktera. S obzirom da se mediji bave raznim temama koje se tiču javnosti, komentarisanje načina njihovog izveštavanja se najčešće svrstava u „društvo“, osim ako nije u pitanju konkretna tema (na primer politika ili sport). Sa 33 odsto udela za ovom rubrikom najviše sadržaja zabeleženo je u „politici“, a i taj podatak je očekivan s obzirom na privrženost *Kurira* vlastima i neprestanog povezivanja predsednika Stranke slobode i pravde (SSP) i Saveza za Srbiju (SzS) Dragana Đilasa sa kompanijom Junajted grupa, ali i čestog isticanja kontrole medija za vreme koje je ovaj političar proveo kao gradonačelnik Beograda. Na taj način je u ovom dnevnom listu često prekršen član IV *Kodeksa novinara Srbije* (Odgovornost novinara): „Novinar/urednik ne sme da pristane da u bilo kojoj novinarskoj formi plasira bilo kakav oblik komercijalnog oglašavanja ili političke propagande.“<sup>41</sup>

Treća i poslednja rubrika sa značajnijim procentom jeste „estrada“ (21 posto) s obzirom na to da je *Kurir* tabloid kod kog se često pojavljivala tema „privatni život medijskih radnika“ (devet posto). U ovu rubriku spadaju kratke izjave, vesti o tome gde koja voditeljka odlazi na odmor, kao i promotivni intervjuji koji se najčešće bave porodicom intervjuisane osobe, a veoma čest akter bila je popularna voditeljka Jovana Joksimović<sup>42</sup>.

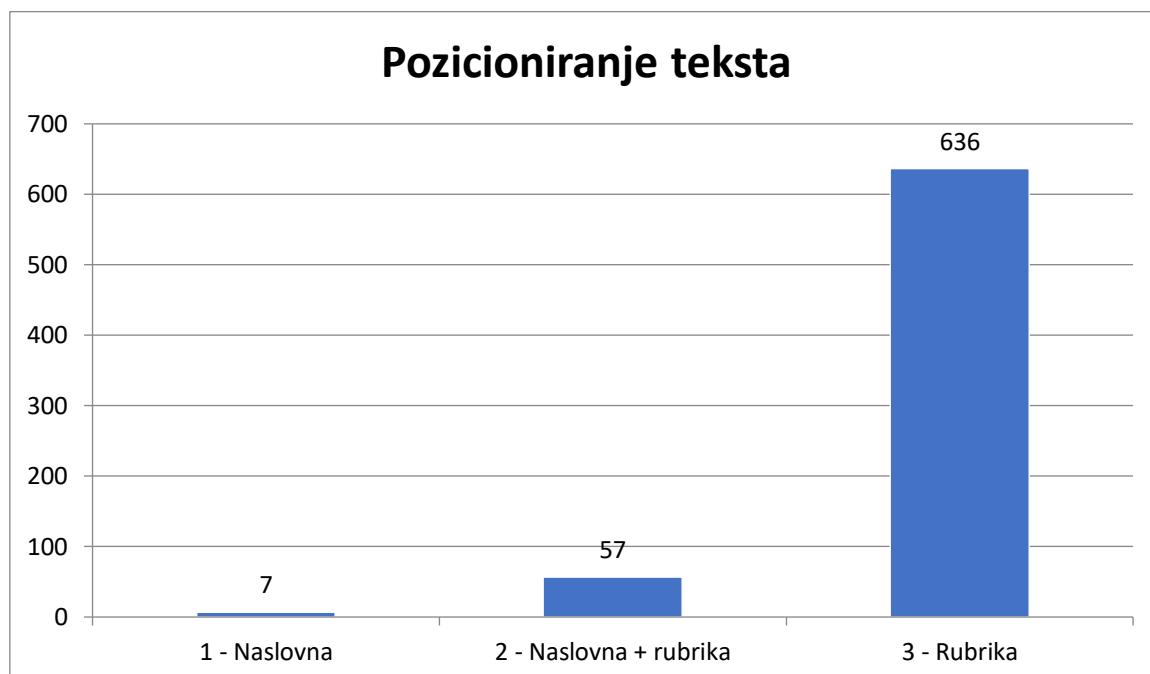


Grafikon 32: Rubrika u okviru koje je objavljen tekst u *Kuriru*

<sup>41</sup> Savet za štampu. *Kodeks novinara Srbije*. Savet za štampu, 2015.

<sup>42</sup> Kurir, 17.04.2020. Jovana Joksimović: *Deca će ukrašavati jaja, to je za njih zabava*.

Oko dve trećine tekstova zabeleženih tokom jednogodišnjeg monitoringa dnevnog lista *Kurir* nalaze samo u rubrici (67 posto), dok se 32 odsto sadržaja pojavljuje i na naslovnoj strani, a samo na njoj je zabeleženo svega četiri teksta. Što se tiče kombinacije naslovna strana i rubrika najčešće se radilo o takozvanim „skandalima“ povezanim sa kompanijom Junajted grupa, televizijom *N1* i opozicionim liderom Dragom Đilasom, a navjeći deo njih se svrstava u dve teme sa najvećim udelom: „poslovanje medija“ (23 posto), „profesionalizam i etika drugog medija“ (20 posto), ali i „medijsko vlasništvo“ (ukupno sedam posto).



Grafikon 33: Pozicioniranje teksta u *Kuriru*

Upravo se u tim kampanjskim tekstovima protiv navedenih aktera nalazi većina senzacionalističkih naslova koji sa 34 procenta imaju velik udio u ukupnom broju zabeleženih tekstova tokom jednogodišnjeg monitoringa, a isto tako i većina objava sa negativnim stavom novinara (ukupno 27 posto). Neki od primera su: „Svesno ruše Kona i zdravstveni sistem“<sup>43</sup>, „Zloupotrebljavaju pandemiju korone“<sup>44</sup>, „Interes vlasnika važniji od istine“.<sup>45</sup>

Osim ovih podataka, u većini ovih tekstova uočene su i uvredljive ilustracije programskog direktora televizije *N1* Jugoslava Ćosića i predsednika SSP i lidera SzS Dragana Đilasa. Oni su u mnogo slučajeva prikazani kao lažovi sa montiranim izduženim nosem<sup>46</sup> ili su korišćene

<sup>43</sup> Kurir, 15.04.2020. *Svesno ruše Kona i zdravstveni sistem.*

<sup>44</sup> Kurir, 27.03.2020. *Zloupotrebljavaju pandemiju korone.*

<sup>45</sup> Kurir, 08.02.2020. *Interes vlasnika važniji od istine.*

<sup>46</sup> Kurir, 06.02.2020. *Lažu i strance da su skinuti kod Telekoma.*

fotografije sa licima koja deluju podmuklo čime je prekršen je član IV *Kodeksa novinara Srbije* (Odgovornost novinara):

„Novinarska profesija nespojiva je sa širenjem bilo koje vrste: polnih, rodnih, etničkih, rasnih, socijalnih, ili verskih stereotipa. Predrasude koje novinari privatno imaju, ne smeju da budu emitovane/objavljene ni u kakvom kontekstu, ni otvoreno, ni prikriveno“. <sup>47</sup>

„Nedopustivo je kolokvijalno, pogrdno i neprecizno nazivanje određene grupe“.<sup>48</sup>

Uz to, *Kurir* je imao i dve potkampanje u vezi sa akterima koje ovaj list najčešće kritikuje. Prva se odnosi na optuživanje televizije *NI* za širenje lažnih informacija (nazivajući ih „fejk njuz šampionima“<sup>49</sup>), a druga je kampanja koju je ovaj list pokrenuo zahtevajući da kompanija Junajted grupa i svi ostali kablovski operateri dozvole građanima pristup svim televizijskim kanalima u svom vlasništvu. Zbog ovih kampanja osam posto u dela po žanru imaju „vesti u nizu“ jer su tekstovi bili objavljeni iz dana u dan. Često su se isticale poznate ličnosti koje podržavaju inicijativu *Kurira*<sup>50</sup>, a kritikuju iste aktere o kojima ovaj list negativno izveštava. Tematski su ovakve objave svrstane pod „profesionalizam i etiku sopstvenog medija“ (šest posto ukupno). Takođe je zabeležen izvestan broj tekstova koji osuđuje izveštavanje novinarke portala *Nova.rs* Ane Lalić<sup>51</sup> nakon objavljenog teksta da Klinički centar Vojvodine nije dobro opremljen za borbu protiv epidemije virusa korona. Povodom njenog teksta oglašavali su se članovi kriznog štaba, novinari i političari kritikujući njene postupke, ali su takođe isticali izjave onih koji se protive njenom hapšenju kao što je predsednik *Udruženja novinara Srbije* (UNS) za vreme ovog monitoringa Vladimir Radomirović. Zbog čestog optuživanja drugih medija za širenje lažnih vesti *Kurir* je optuživao i portale koji se bave dekonstrukcijom istih. Tako su na njihovoj meti u više navrata bili portali *Fejk njuz tragač Fake News Tragač* i *Raskrikavanje*<sup>52</sup> zajedno sa njihovim urednicima Stefanom Janjićem (i zamenikom urednika Milovanom Nikolićem) i Vesnom Radojević, kritikujući ih za navodno selektivno izveštavanje i dozvoljavanje

<sup>47</sup> Savet za štampu. *Kodeks novinara Srbije. Savet za štampu*, 2015.

<sup>48</sup> Savet za štampu. *Kodeks novinara Srbije. Savet za štampu*, 2015.

<sup>49</sup> *Kurir*, 30.01.2020. *NI šampion fejk njaza za 2020.*

<sup>50</sup> *Kurir*, 30.01.2020. *Građani treba da dobiju sve kanale.*

<sup>51</sup> *Kurir*, 07.04.2020. *Novinarka svesno lagala.*

<sup>52</sup> *Kurir*, 10.04.2020. *NI preko korone gura svoje ljudi na vlast.*

televiziji *N1* da širi dezinformacije. U ovu grupu tekstova takođe spada i većina članaka zabeleženih tokom monitoringa čiji je ukupan ideo osam odsto.

Primer ispod prikazuje način izveštavanja *Kurira* o televiziji *N1* i kompaniji Junajted medija koje su optužili za kampanjsko širenje lažnih vesti:

„Televizija N1 i Junajted medija iz dana u dan nastavljaju sa fejk njuz kampanjom. Oni su juče uputili, kako su saopštili, „upozoravajuće pismo brojnim međunarodnim organizacijama“ zbog spora koji vode sa Telekomom Srbije.“

„Izvršna direktorka Junajted medija Aleksandra Subotić juče je izjavila da ‘N1 ima ogromnu podršku i popularnost kod naših gledalaca zbog objektivnog izveštavanja’. I ovo je još jedna u nizu upitnih izjava jer se N1 zapravo samoproglašio za objektivni medij.“



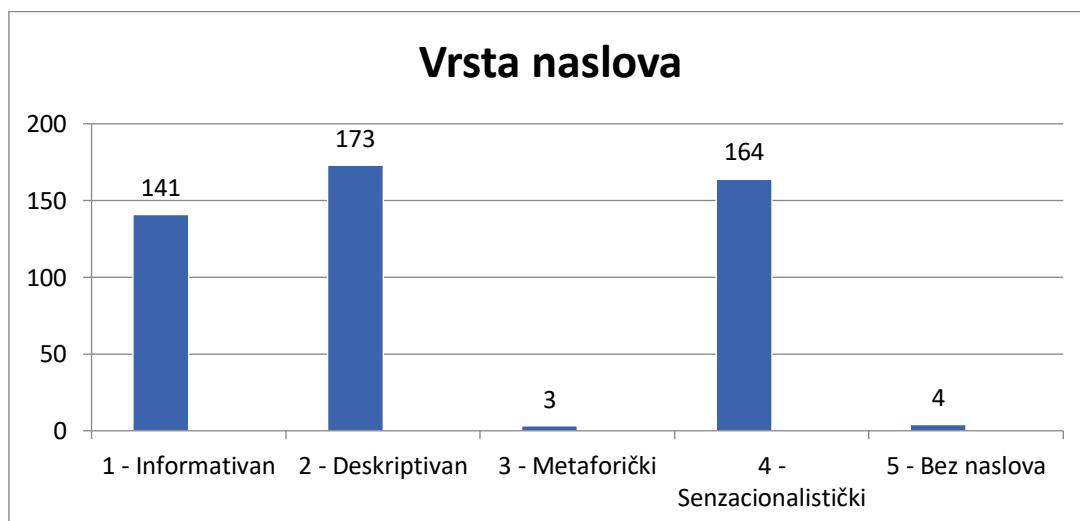
Slika 2: Primer neetičkog formatiranja teksta u *Kuriru*

Osim pomenutih medija, *Kurir* je povremeno na sličan način izveštavao i protiv portala *Direktno.rs*. Njega su takođe povezivali sa opozicionim liderom Dragom Đilasem i iznosili navodna saznanja o uredniku ovog medija Igoru Velimiroviću radi njegove diskreditacije. Oni su, navodno, kroz anonimne izvore, došli do informacije da je on seksualno uzneniravao bivšu koleginicu. Način pisanja o Velimiroviću prikazan je u primeru ispod, koji je deo teksta pod naslovom „Đilasov urednik osuđivan. Bludničio nad maloletnicom“<sup>53</sup>. Izbor izraza kojima opisuju urednika portala *Direktno.rs* namenjen je stvaranju što gore slike o njemu:

„Glavni i odgovorni urednik koji je seksualno uzneniravao koleginicu novinarku, zbog čega je ona morala da promeni posao, jeste Igor Velimirović, prvi čovek portala Direktno, bliskog Dragana Đilasu i njegovom Savezu za Srbiju (SZS), saznaje Kurir! Velimirović, kako naš izvor ekskluzivno otkriva, već je osuđivani seksualni manjak, a njegova žrtva bila je maloletnica.“

<sup>53</sup> Kurir, 03.04.2020. Đilasov urednik osuđivan. Bludničio nad maloletnicom.

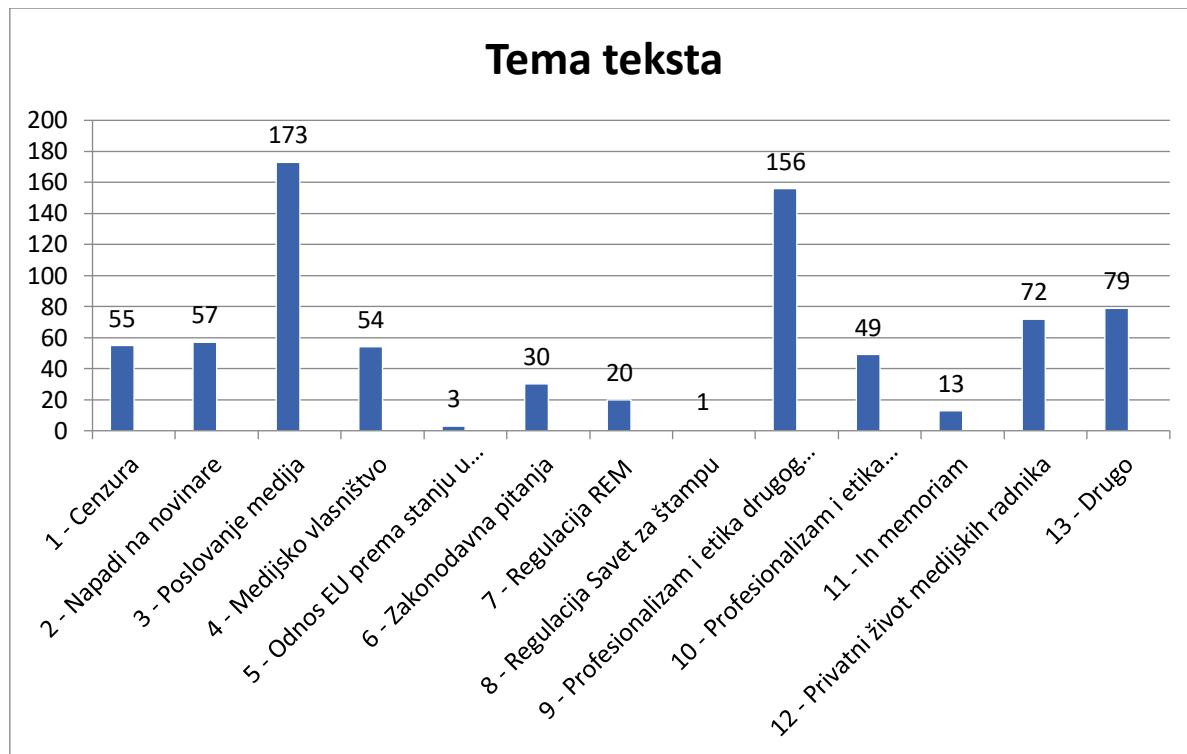
Najveći broj naslova tokom jednogodišnjeg monitoringa bio je deskriptivan (36 posto), a na trećem mestu iza senzacionalističkog bio je informativni (29 posto). Ovaj procenat razumljiv je s obzirom na brojne izjave (17 posto), intervjuje (šest posto) i izveštaje (pet posto) koje je *Kurir* objavljivao najviše o poznatim ličnostima, a već je spominjano da je zabeleženo mnogo tekstova koji se bave privatnim životom medijskih radnika. Osim toga, u naslovima sa izjavama i intervjuiima uvek su bili deskriptivni naslovi, ali i u brojnim izveštajima. Uočeno je, takođe, da je ovaj dnevni list detaljno izveštavao povodom smrti novinara i to često u više brojeva zaredom koji su uključivali biografiju, izveštaj sa sahrane i komemoracije i oproštajna pisma kolega i prijatelja, a značajan primer je smrt novinara RTS-a Igora Bulata<sup>54</sup>. Što se tiče preminulih novinara, uočeno je povremeno pisanje o razvoju sudskog procesa za ubistvo Slavka Ćuruvije, a sama tema „napadi na novinare“ ima sedam posto udela. Tu spadaju i tekstovi o ubistvima Jana Kucijaka i Džamala Kašogija, kao i verbalni i fizički napadi na novinare koji su se desili u prethodnih godinu dana. Sedam odsto udela pripalo je i temi cenzure tokom kog je čest akter bio uhapšeni osnivač i glavni urednik organizacije Vikiliks Džulijan Asanž<sup>55</sup>.



Grafikon 34: Vrsta naslova u *Kuriru*

<sup>54</sup> Kurir, 01.08.2019. *Merlin ispratio Bulata pesmom.*

<sup>55</sup> Kurir, 13.08.2019. *Asanža likvidiraju polako i okrutno.*

Grafikon 35: Tema u tekstovima *Kurira*

Tokom jednogodišnjeg monitoringa uočena je i značajna samopromocija dnevnog lista *Kurir* koji se ogleda i u isticanju sopstvene profesionalnosti, ali i reklamiranja magazina koje ovaj list izdaje, kao na primer *Lena*<sup>56</sup>. Osim toga, značajan broj tekstova krajem juna i početkom jula 2020. godine bavio se pokretanjem televizije *Kurir*<sup>57</sup> zbog čega je list imao promotivnu kampanju tokom koje je objavio imena svih zaposlenih i dao prostora urednicima, političarima i poznatim ličnostima da iskažu stav o ovom mediju. Posle toga se tokom jula skoro svakodnevno pojavljivala reklama za televiziju *Kurir*.

Tokom jednogodišnjeg monitoringa u ulozi subjekta su se najčešće pojavljivali mediji (26 posto), a za njima akteri koji se svrstavaju pod drugo (13 posto) što je razumljivo jer se monitoring prvenstveno bavio izveštavanjem medija o medijima, ali i tabloidna uređivačka politika *Kurira* podrazumeva mnoge poznate ličnosti koji komentarišu aktuelna dešavanja na medijskoj sceni Srbije. Gledajući način na koji oni izveštavaju o medijima, vrste najčešćih subjekata ne iznenađuju jer se često pozivaju ličnosti iz javne sfere, a koji nisu novinari ili političari, već iz drugog razloga imaju „selebriti“ status, da iznesu svoje mišljenje o događaju ili potezu nekog medija. Tako su, na primer, mnoge javne ličnosti podržale inicijativu *Kurira* da svi kablovski operateri dozvole gledaocima da pristupe svim kanalima u njihovom

<sup>56</sup> *Kurir*, 19.07.2020. *Najbolji porodični magazin*.

<sup>57</sup> *Kurir*, 28.06.2020. *Kurir televizija*.

vlasništvu. Drugi primer jeste autorski tekst direktora Beogradske filharmonije Ivana Tasovca<sup>58</sup> pod naslovom „Iživljavanje i neukost „nezavisnih“ novinara“ u kom kritikuje navodnu neprofesionalnost određenih srpskih medija tokom izveštavanja o epidemiji virusa korona. U primeru ispod prikazan je deo Tasovčevog teksta u kom se vidi da brani aktuelnu vlast i nastoji da diskredituje kritičare:

„Agresivno ponašanje i odsustvo elementarnog domaćeg vaspitanja nisu nigde, osim u Srbiji, prepoznati kao uobičajeni alat nezavisnog ili istraživačkog novinarstva. Srpski ‘nezavisni’ mediji su ili potpuno neuki o pravilima struke, ili nisu baš toliko nezavisni, pa moraju da se takmiče u iživljavanju po pres-konferencijama kriznog štaba za borbu protiv pandemije.“

Novinari (12 posto) i urednici (osam posto) zauzimaju treće i četvrto mesto po udelu kada su u pitanju subjekti što je očekivano zbog prirode sprovedenog istraživanja. Zabeležena je i česta pojava predstavnika opozicije u ulozi subjekta kada su u pitanju medijske teme (sedam posto) i to u negativnom kontekstu prilikom izjave u kojoj kritikuju *Kurir* ili druge medije bliske vlasti. Krajem 2019. godine u ulozi i subjekta i objekta su se u više brojeva pojavili nedeljnik NIN i dnevne novine *Danas*<sup>59</sup> nakon objave naslovne fotografije pod naslovom „Koruši Krušik“ na kojoj je na sajmu oružja puška uperena prema predsedniku Srbije Aleksandru Vučiću. Tu priliku iskoristili su za kritiku nedeljnika, a nekoliko dana kasnije je *Danas* objavio karikaturu Predraga Koraksića Koraksa baziranu na naslovnicu NIN-a. Kao i u pomenutim situacijama sa kompanijom Junajted grupa, televizijom *N1*, Dragom Đilasom i Anom Lalić, *Kurir* je i ovu priliku iskoristio da pozove mnoge ličnosti iz javne sfere (političare, zvaničnike, poznate ličnosti i novinare) da komentarišu, kako je navedeno, provokativan gest dva „opoziciona medija“.

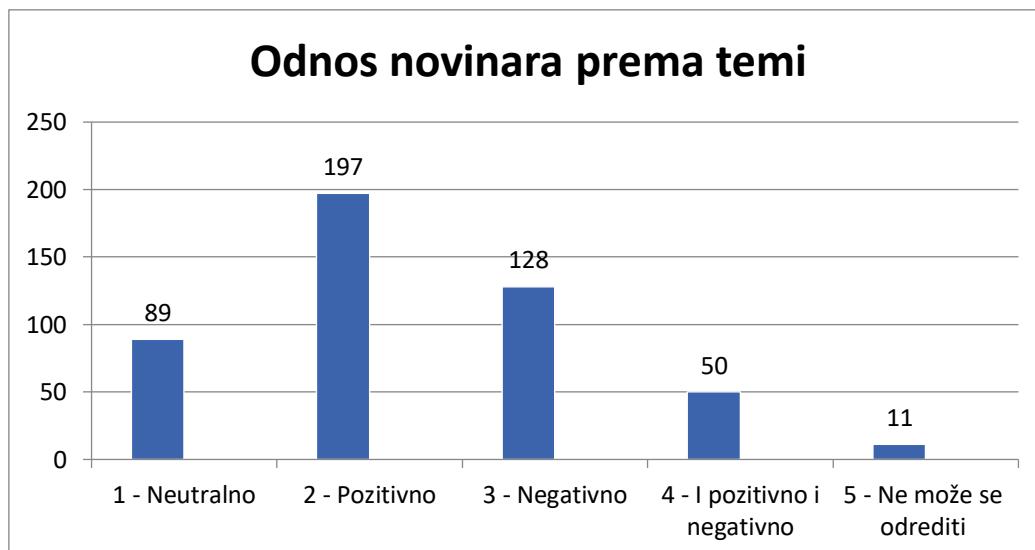
Institucije (šest posto) i stručnjaci (četiri posto) takođe su bili učestali akteri i često se radilo o zdravstvenim ustanovama (klinički centri i Krizni štab) jer su za vreme vanrednog stanja predstavnici kritikovali izveštavanje medija. Kritikama su se često pridružili i predstavnici vlasti (četiri posto) i ministri (dva posto), ali su oni bili prisutni u raznim temama (cenzura, regulacija REM, profesionalizam i etika drugog medija...). Kao akter koji se svrstava pod udruženja novinara u ulozi subjekta, najčešće je zabeleženo *Udruženje novinara Srbije* (UNS) i njen predsednik za vreme ovog istraživanja Vladimir Radomirović koji su kritikovali napade na medijske radnike, a povremeno su komentarisali i ponašanje medija koji su kritički

<sup>58</sup> Tasovac, I. 28.04.2020. *Iživljavanje i neukost „nezavisnih“ novinara*. *Kurir*, 2020.

<sup>59</sup> Kurir, 07.12.2019. *Opasno igranje vatrom: Vučiću crtaju metu kao Đindjiću pred ubistvo*.

sagledavali dešavanja i odluke vlasti. Sva ostala udruženja takođe su se u tekstovima *Kurira* pojavljivali u sličnim situacijama.

Kao i među subjektima, na prva tri mesta se u ulozi objekta pojavljuju mediji (39 posto), poznate ličnosti (tj. drugo: 10 posto) i novinari (devet posto). Najveći broj medija se u ovoj ulozi pojavljivao tokom kampanjskog izveštavanja o poslovanju Junajted grupe jer je *Kurir* stalno naglašavao za koje su to medije građani uskraćeni zbog ponašanja ove kompanije, te su se zbog takvog načina izveštavanja i građani našli u vrhu ove varijable sa 10 odsto udela. Dalja podela takođe je slična kao i u slučaju subjekta: urednici (sedam posto), opozicioni političari (šest posto), zatim strani zvaničnici i institucije (pet posto). U manjem broju tekstova pojavljuju se institucije (tri posto), predsednik Srbije Aleksandar Vučić i drugi političari s vlasti i stručnjaci (sve tri varijable sa po dva posto udela). Sve aktere koji se u manje slučajeva pojavljuju kao objekti novinari *Kurira* su tretirali pozitivnim tonom, a kada se sabiju svi tekstovi takav odnos je bio i najčešći (41 posto). Tu se najviše uključuju reklame i promotivni tekstovi o medijskim radnicima, kao i promocija rada sopstvenog medija. Negativan odnos pojavljuje se u 27 odsto tekstova zabeleženih za vreme jednogodišnjeg monitoringa, a sadržaj je opisan u pasusima iznad. Vesti iz sveta i kraće novosti sadrže neutralan odnos novinara prema tekstu (19 posto). Jedanaest odsto udela pripalo je tekstovima koji imaju i pozitivan i negativan stav autora i u tu varijablu spadaju situacije kada neka javna ličnost osuđuje ponašanje medija koji kritički izveštavaju o aktuelnim dešavanjima i vlasti gde se novinar slaže sa njihovim stavom i istovremeno i sam komentariše ponašanje aktera.



Grafikon 36: Odnos novinara prema temi u *Kuriru*

### 7.3. Zaključak

U 496 tekstova zabeleženih tokom godinu dana monitoringa dnevni list *Kurir* pokazao je u većini slučajeva subjektivnost kada su u pitanju medijske teme. Kao tabloidni medij, on nije oklevao da otvoreno oštrim jezikom i senzacionalističkim naslovima kritikuje ponašanje medija i novinara koji nisu u saglasnosti sa vrhom države.

Najuočljivije su bile negativne kampanje usmerene protiv kompanije Junajted grupa, predsednika SSP i SzS Dragana Đilasa, kao i televizije *NI* i njihovog programskog direktora Jugoslava Čosića. Skoro 80 odsto tekstova zauzima nekakav stav novinara što znači da sam medij neprestano daje sud o onome o čemu piše i to uvek na način da se kritikuje opozicija i njene pristalice, a promoviše vlast. Mora se uzeti u obzir i da je velik deo pozitivnog odnosa rezervisan za reklame što znači da je, kada se one izuzmu, stav autora uglavnom negativan.

S obzirom na učestalost negativnih kampanja može se zaključiti da su one sistematične i da uredništvo dnevnog lista *Kurir* brani i zastupa stavove predstavnika vlasti i kritikuje opoziciju što je najvidljivije u njihovom odnosu prema televiziji *NI* koja je bila najčešća u fokusu njihovog izveštavanja i sa njom su povezivani akteri u velikom broju slučajeva. Većina kritika dolazila je sa nizom uvreda bilo da su one u tekstu ili u vidu ilustracija u kojima manipulišu licima aktera koje u datom tekstu napadaju i na taj način je u mnogim situacijama prekršen *Kodeks novinara Srbije*.

Istovremeno, *Kurir* je služio kao promotivna platforma kako za medije unutar kompanije *Adria medija* grupe kojoj i ovaj list pripada, tako i za mnoge novinare iz javne sfere, pogotovo kada je u pitanju estrada. S obzirom da je *Kurir* tabloidni list, nije im strano zadiranje u privatni život poznatih ličnosti pa tako ni medijskih radnika koji su bili česti subjekti u intervjuima, a najčešće su govorili o svojim porodicama i prijateljima. Uglavnom je reč bilo o voditeljkama kojima je najčešće dodat pridev „lepa“, „privlačna“ ili „zgodna“, a samo u retkim situacijama je reči bilo o njihovom radu u medijskoj sferi. Ovakav način izveštavanja može da umanji značaj rada medijskih radnika i dovede određeni deo publike do zaključka da se one zapošljavaju samo zbog fizičkog izgleda.

## 8. VEĆERNJE NOVOSTI

### 8.1. Kontekst medija

Dnevne novine *Večernje novosti* osnovane su 1953. Trenutni glavni i odgovorni urednik lista je Milorad Vučelić koji se na toj poziciji nalazi od 2017. godine i povremeno piše kolumnе. Tokom vladavine Slobodana Miloševića ovaj medij je služio kao propagandno telo aktuelne vlasti, najpoznatiji primer iz tog perioda jeste korišćenje slike „Siroče na majčinom grobu“ Uroša Predića kao ilustraciju stradanja srpske dece u Bosni i Hercegovini 1994<sup>60</sup>. *Novosti* i danas u svojim izdanjima potenciraju nacionalizam, tradiciju i desničarske ideologije, a takođe je iz tekstova vidljivo da su one tabloidnog tipa.

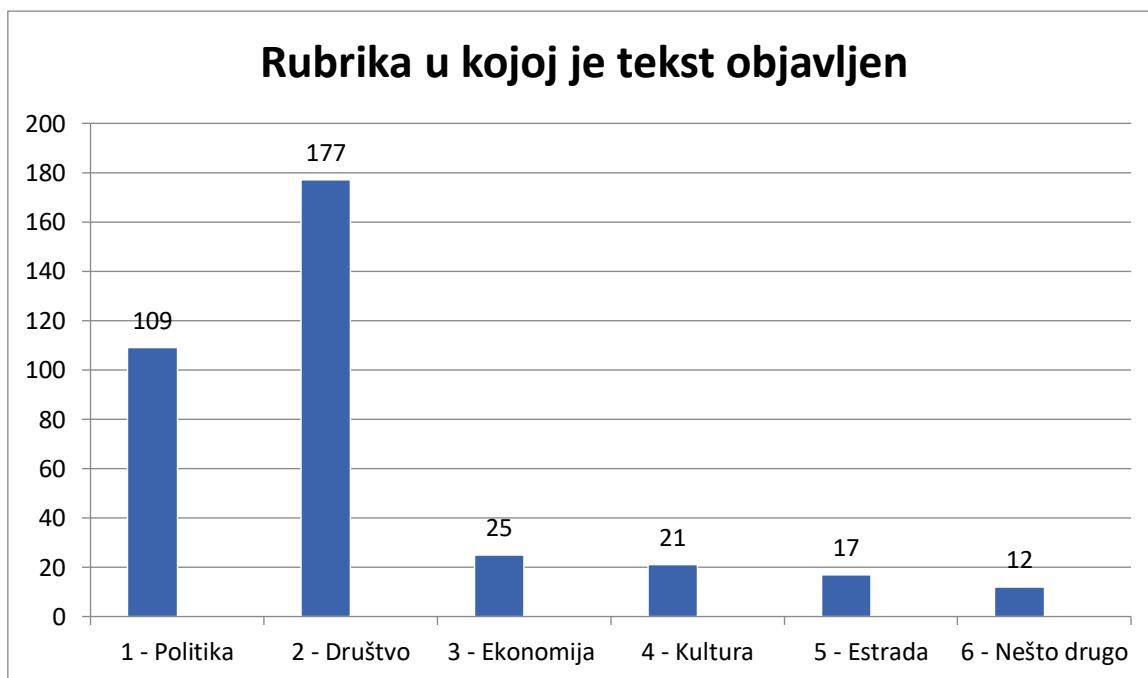
Tokom jednogodišnjeg monitoringa koji je pratio način izveštavanja ovog dnevnog lista o drugim medijima zaključeno je da on i dalje služi promociji aktuelne vlasti, ovaj put predsednika Aleksandra Vučića i njegove Srpske napredne stranke. Uvidom u tekstove na ovu temu vidljivo je da izveštavanje o stanju u medijima nije prioritet *Večernjih novosti*, ali da je većini dat subjektivan ton koji kritikuje opoziciju i liberalne ideje, promoviše vlast, često ističe nepravdu nad Srbijom i srpskim narodom, kao i da potencira desničarske vrednosti. Osim čestih reklama (u koje spada i frekventna promocija sopstvenog medija), među najčešće medijske teme spadale su kritika opozicionih listova i televizija, a sa njima i političara, sećanje na ubistva novinara i sudski procesi u vezi sa njima i cenzura. Praćenjem medija primećeno je da se redakcija *Novosti* retko bavi detaljnom analizom određenog događaja u ovoj sferi i da se o jednom fenomenu najčešće piše u jednom ili dva broja, a u retkim slučajevima duže.

### 8.2. Rezultati i diskusija

Tokom jednogodišnjeg monitoringa dnevnog lista *Večernje novosti* uočeno je da je skoro polovina tekstova (49 posto) koji se bave medijima objavljena u rubrici „društvo“ što je razumljivo s obzirom da su takve teme najčešće društvenog karaktera. S obzirom da se mediji bave raznim temama koje se tiču javnosti, komentarisanje načina njihovog izveštavanja se

<sup>60</sup> Mašina, 28.11.2018. Na današnji dan *Večernje novosti* su sliku Uroša Predića objavile kao ilustraciju stradanja srpske dece. Preuzeto sa: <https://www.masina.rs/?p=7932>

najčešće svrstava u društvo, osim ako nije u pitanju konkretna tema (na primer politika ili sport). Druga rubrika sa velikim udjelom bila je „politika“ (30 posto), dok su sve ostale zauzimale manje od 10 odsto (ekonomija sedam posto, kultura šest posto, estrada pet posto, „drugo“ tri posto). Ove novine najčešće su izveštavale o medijima kada su u pitanju teme od javnog značaja, napadi na medijske radnike ili smrt novinara. To pokazuje podatak da se prema temi na prvom mestu nalazi „poslovanje medija“ (24 posto) koja se češće pojavljivala u rubrici društvo, nego ekonomija, jer su u drugopomenutoj takve tekstove stavljali samo ako su u pitanju finansije, kupovina ili prodaja medija. Teme poslovanja koje su pripale „društvu“ bave se izborom novog urednika ili direktora, prelaskom novinara iz jednog medija u drugi i sličnim temama. Što se tiče rubrike „ekonomija“, najviše tekstova u njoj objavljeni je u kraćem periodu tokom januara 2020. godine kada su izveštavali o konfliktu između kablovskih operatera Junajted medija i Telekom Srbije, a u njima se sa poslovanjem preplitala i tema medijsko vlasništvo (ukupno šest posto udela).



Grafikon 37: Rubrika u kojoj je tekst objavljen u *Večernjim novostima*

Druga tema kojom se najčešće bavila redakcija *Večernjih novosti* bila je „profesionalizam i etika drugog medija“ (18 posto), a najuočljiviji tekstovi objavljeni su u nedeljnoj kolumni Filipa Rodića „Neće moći“. On je svoj prostor u dnevnom listu koristio najčešće kako bi kritikovao novinare opozicionih medija, a pogotovo dnevnog lista *Danas* koji je nazivao „opozicionim tabloidom“. Rodić se u svojim tekstovima protivio kritičkom pisanju *Danasa* i liberalnim razmišljanjima njegovih novinara, dok je istovremeno isticao sopstvene

konzervativne stavove i rodoljublje. Najčešće kolumnе bile su odgovori na kritike nacionalizma, tradicije i kritike vođenja politike u Srbiji. On bi na takve izjave i tekstove u drugim medijima reagovao kao u primeru ispod:

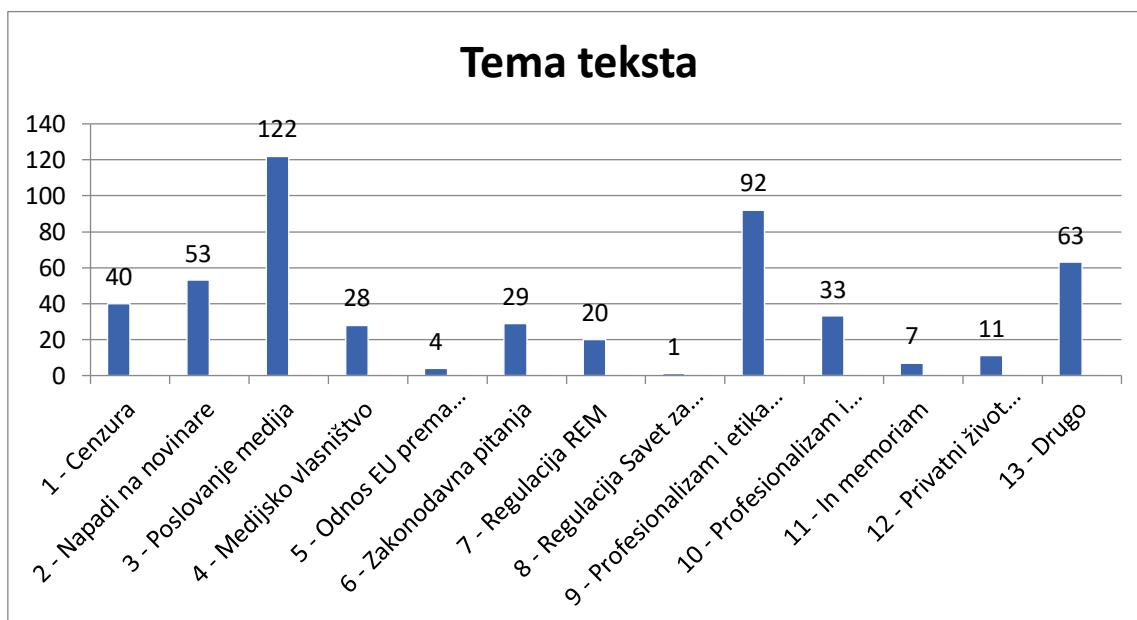
„Dok zbog ponekad uistinu upitnih komentara optužuju predsednika Srbije Aleksandra Vučića da „deli Srbiju“, perjanice slučajnosrpske elite i kvazielite na najbolji način dokazuju istinitost Isusove parabole u kojoj postavlja pitanje: „A zašto vidiš trn u oku brata svog, a brvna u oku svom ne osećaš?“ Čini se da su upravo oni ti koje, u svoj svojoj ubeđenosti da poseduju bogzna kakvu toleranciju, otvorenost i širinu uma, krasiti krajnja isključivost prema svemu što ne bi išlo niz dlaku njihovom svetonazoru. U tom smislu, kada god neko kaže ili uradi nešto čime se Srbi predstavljaju kao zveri kojima na planeti nema ravnih (kao, na primer, kada Sergej Trifunović kaže da je „u Srebrenici bio genocid“), to u njihovim očima predstavlja gest „hrabrosti“ dostojan svakog divljenja, dokaz naprednosti i distance u odnosu na primitivni narodni duh, odnosno filozofiju palanke. Sa druge strane, možete uraditi i najlepšu stvar za narod, državu, bližnje svoje i naići na surovu osudu i opšti prezir tih farisejskih pravednika“<sup>61</sup>

Rodić je u svojoj kolumni takođe često kritikovao televiziju *N1*, opozicione političare, kao i nevladine organizacije, a među njegovim tekstovima se pojavio i najveći broj zabeleženih metaforičkih naslova koji čine ukupno devet posto udela. Već je pomenuto da su *Novosti* često pisale o napadima na novinare, a među ove tekstove potпадa i izveštavanje o sudskom procesu pokrenutom zbog ubistva urednika *Dnevnog telegraфа* Slavka Ćuruvije. Osim toga, što se tiče samih napada, ubistava i smrti medijskih radnika, najveća koncentracija bila je na novinarima ovih dnevnih novina. Tako je u više brojeva, pogotovo uoči godišnjice ubistva, spominjan dopisnik *Novosti* iz Jagodine Milan Pantić koji je ubijen u tom gradu 2000. godine. Pantić je takođe spominjan tokom dodele godišnje nagrade *Večernjih novosti* za hrabrost. Kada su se bavili ovakvim pričama, tema napada se takođe preplitala sa „zakonodavnim pitanjima“ (ukupno šeset posto). Tokom jednogodišnjeg monitoringa zabeleženo je sedam tekstova „in memoriam“ (jedan posto) i svi su se ticali preminulih novinara iz ove redakcije. „Cenzura“ je takođe bila učestala tema kada su u pitanju mediji, a najčešće se isticala nepravda prema desničarskim teoretičarima kojima pojedine platforme uskraćuju pravo da izraze svoje mišljenje o socio-političkoj situaciji. Takođe je znatan broj tekstova o cenzuri pripao uhapšenom osnivaču i uredniku sajta *Vikiliks* Džulijanu Asanžu.

Redakcija *Novosti* je povremeno isticala rad svoje redakcije bilo da je u pitanju samo pisanje ovog medija, ili humanitarni rad, kojim se kompanija bavi. Objavljen je, takođe, i velik

<sup>61</sup> Rodić, F. (25.08.2019), Nenad Veliki. *Večernje novosti*, 2019.

izveštaj povodom proslave rođendana ovog dnevnog lista. Osim svojih, uočeni su i izveštaji sa rođendana televizija RTS i *Pink* kao i češće spominjanje vlasnika televizije *Pink* Željka Mitrovića pod različitim okolnostima (poslovanje ili privatni život). Skoro tri četvrtine tekstova zabeleženih tokom monitoringa mogu se svrstati pod aktuelne događaje (74 posto), dok se na drugom mestu zbog čestih reklama (koje po žanru imaju najveći udio sa 24 posto) nalazi promocija (22 posto), a pseudodogađaja i medejske inicijative bilo je u malo slučajeva (po dva posto).



Grafikon 38: Tema u tekstovima objavljenim u *Vecernjim novostima*

Tokom monitoringa uočeno je da medejske teme nisu bile prioritet *Vecernjih novosti*, te je 82 odsto tekstova prostor dobilo isključivo u nekoj od rubrika, dok se samo 17 posto našlo na naslovnoj strani. Među tim tekstovima primetno je da se češće radi o temama za koje uredništvo ovog lista smatra da je prioritetno, a ne aktuelna vest, pa je tako jedan od njih bio članak o načinu na koji NATO ne dozvoljava medijima da otkriju pravu istinu o njima, što se može dovesti u vezu sa pomenutom desnom ideološkom orientacijom ovog medija. Što se tiče ove organizacije, isticali su i sopstveno izveštavanje<sup>62</sup> tokom bombardovanja devedesetih.

Najviše naslova spada pod deskriptivne (44 posto) što se može razumeti kada se u obzir uzmu žanrovi korišćeni tokom pisanja (izjave 12 posto, autorski tekstovi šest posto, izveštaj pet posto, članak pet posto, komentar tri posto, saopštenje dva posto). Sa 32 posto udela se na drugom mestu nalazi informativan naslov što je očekivano s obzirom na brojne tekstove

<sup>62</sup> Večernje novosti, 23.03.2020. *Rekvijem za sve naše Milice.*

zabeležene tokom analize koji se svrstavaju pod vesti (ukupno 24 posto). Gledajući naslove, primećen je veći procenat senzacionalističkih (14 posto), kao na primer: „Zagreb žmuri na poziv za ubijanje Srba i Jevreja“.

Senzacionalistički naslovi neretko su korišćeni kako bi se u što gorem svetu prikazali i kritikovali određeni mediji, što je primetno u dva teksta koja se odnose na predsednika Srbije i u kojima je korišćena sintagma „crtanje mete“. Prvi primer pojavio se u decembru 2019. godine prilikom izveštavanja o provokativnoj naslovnici nedeljnika NIN<sup>63</sup> (Slika 3) na kojoj je jedna puška bila uperena prema predsedniku Srbije Druga se odnosila na sina predsednika države Vučića, Danila<sup>64</sup>, kada je istraživački portal KRIK<sup>65</sup> objavio njegovu fotografiju u društvu kontroverznih navijača. Ipak, najveći broj tekstova tokom monitoringa po žanru je svrstan pod reklame, a tu spadaju plaćeni promotivni tekstovi, promotivni intervju i reklamiranje sadržaja kompanije koja izdaje *Večernje novosti*. Stoga ne iznenađuje podatak da 22 odsto udela čini promocija kada se gleda povod pisanja teksta.

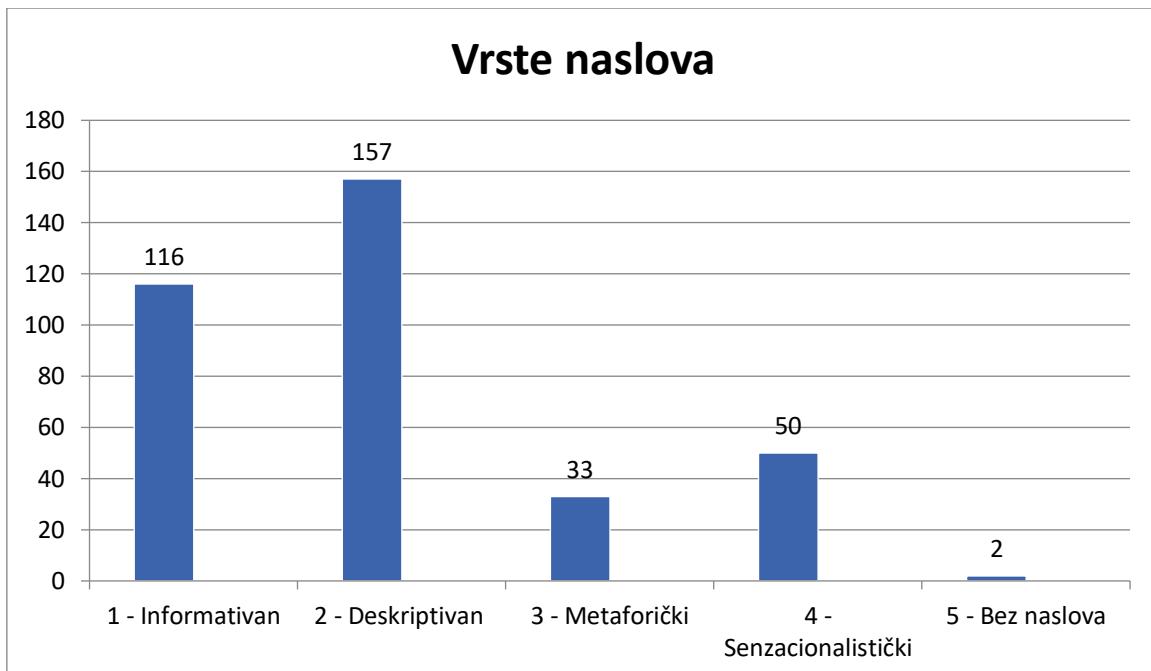


Slika 3: Naslovница *Nina* koja je izazvala polemiku u javnosti

<sup>63</sup> Večernje novosti, 01.12.2019. *Tužilaštvo da reaguje. Vučiću ugrožen život.*

<sup>64</sup> Večernje novosti, 12.06.2020. *Danilu crtaju metu.*

<sup>65</sup> KRIK, 10.03.2020. *Novinarki KRIK-a oduzeli telefon dok je fotografisala Danila Vučića i Acu Rošavog.* Preuzeto sa: <https://www.krik.rs/novinarki-krik-a-oduzeli-telefon-dok-je-fotografisala-danila-vucica-i-acu-rosavog/>

Grafikon 39: Vrste naslova u *Večernjim novostima*

Najveći udio među subjektima zauzimaju mediji sa 22 odsto što je razumljivo s obzirom da je istraživanje bazirano na ovoj temi. Na drugom mestu nalaze se akteri svrstani pod drugo (12 posto) pošto su mnogi akteri korišćeni kao sagovornici iz javne sfere, ili su bivši zvaničnici koji danas nemaju nijednu funkciju. Novinari takođe zauzimaju veći udio (11 posto), dok za njima sa devet odsto na red dolaze strani zvaničnici. Kao sagovornici često su korišćeni subjekti iz vladajućeg sloja koji se dele na institucije (osam posto), ministre (pet posto), političare sa vlasti (četiri posto) i predsednika Srbije Aleksandra Vučića (dva posto). Zabeleženo je šest odsto udela opozicionih političara o kojima se najčešće izveštavalo kritički ili osuđivački zbog određenog postupka ili izjave, a isti procenat zauzimaju i urednici.

U primeru ispod se vidi optuživanje Dragana Đilasa i voditeljke Tatjane Vojtehovski da navodno žele građanske proteste iskoristiti za političku propagandu. Iako se tekst većinom oslanja na izjave jedne od organizatorki protesta Jelene Anasonović, ton kojim novinar pristupa temi vodi do zaključka da on osuđuje čin voditeljke i lidera SzS:

„Anasonovićeva kaže da je preko jednog od studenata koji je član SzS stupila u vezu sa Draganom Đilasom i da su se tada dogovorili da stranke daju logističku podršku građanskim protestima, ali iz pozadine. Međutim, kako tvrdi, već posle tri nedelje počeli su da preuzimaju kontrolu i da nameću svoje ideje, a kao glavnog zastupnika interesa SzS navela je voditeljku Tatjanu Vojtehovski. Njoj je pripisala i ideju da se novogodišnja jelka u Knez Mihailovoj ulici zapali u znak protesta“<sup>66</sup>

<sup>66</sup> Večernje novosti (26.11.2019.). Đilas preko Tanje oteo protest. *Večernje novosti*, 2019.

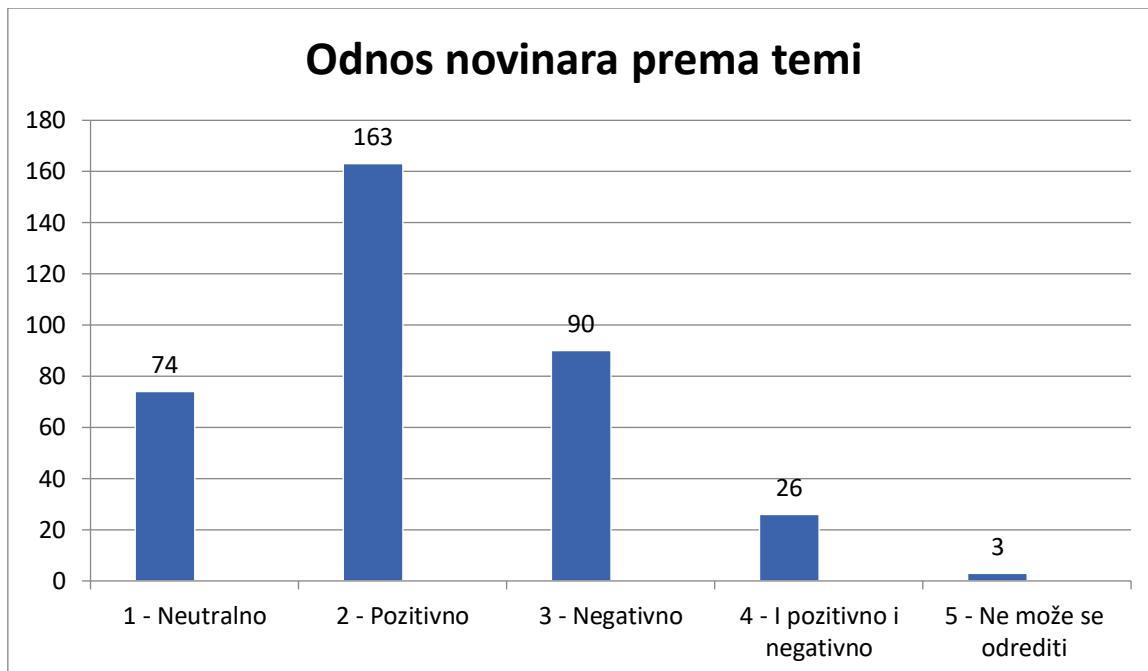
U sledećem primeru novinar *Novosti* već u prva dva pasusa osuđuje ponašanje opozicije koja je u tom periodu u znak protesta blokirala zgradu RTS-a i podseća na upad demonstranata u zgradu ove televizije, do kog je došlo pod vođstvom lidera Dveri Boška Obradovića.

„Predsednik Narodne stranke i jedan od lidera Saveza za Srbiju Vuk Jeremić najavio je da će predstavnici SzS i pristalice opozicionog bloka danas blokirati sve ulaze u zgradu RTS u Takovskoj, u periodu od podneva do 20 časova. Tako će Javni servis Srbije ponovo biti na meti Đilasovog bloka koji redovno, iz subote u subotu, pokušavaju da parališu normalan rad ove medijske kuće. U martu ove godine demonstranti su, predvođeni liderom „Dveri“ Boškom Obradovićem upali u RTS i tražili da se uključe u Drugi dnevnik.“<sup>67</sup>

Mediji (34 posto) i javne ličnosti i bivši zvaničnici (svrstani pod drugo sa ukupnim udelom 14 posto) su takođe najviše puta beleženi kao objekti, a za njima sa 11 odsto u dela na red dolaze strani zvaničnici i institucije često kritikovane zbog negativnih komentara prema stanju u medijima u Srbiji. Sa sličnim udelom kao i među subjektima nalaze se novinari (10 posto), a posle njih sa manjim procentom građani i opozicioni političari (po šest posto) i institucije (pet posto), dok su se ostali akteri retko pojavljivali.

Gotovo se u polovini tekstova zabeleženih tokom jednogodišnjeg monitoringa beleži pozitivan odnos novinara prema temi (46 posto), a u jednoj četvrtini je uočen negativan stav što ukazuje na pristranost *Večernjih novosti* kada su u pitanju tekstovi koji se tiču medija. Pozitivan stav se tiče tekstova kao što su reklame, pisanje o sopstvenom mediju, nagrade dodeljene novinarima, promocije medijskih radnika i drugih medija, dok se negativno izveštavalo o opozicionim medijima i svi tekstovi iz kolumnе „Neće moći“ Filipa Rodića zauzimaju takav stav. Takođe je uočljiv negativan stav tokom pisanja o konfliktu između operatera Telekom Srbije i Junajted medija gde *Novosti* zauzimaju stranu domaće kompanije. Uočena je i oštra kritika nedeljnika *NIN* i dnevnog lista *Danas* zbog kontroverzne naslovnice, a potom i karikature koja je interpretirana kao pretnja smrću predsedniku države Aleksandru Vučiću. Neutralan odnos se javlja u 21 odsto tekstova i najčešće se radilo o kratkim novostima u kojima se ne nalaze dodatni komentari.

<sup>67</sup> Večernje novosti (13.12.2019.). Đilasovi opet udaraju na RTS. *Večernje novosti*, 2019.

Grafikon 40: Odnos novinara prema temi u *Večernjim novostima*

### 8.3. Zaključak

S obzirom da je u periodu od godinu dana zabeleženo svega 359 tekstova o medijima i da značajan broj spada u reklame, može se zaključiti da ovakve teme nisu prioritet dnevnog lista *Večernje novosti*. Ipak, iako ne pridaju toliki značaj ovoj temi, u većini tekstova je uočena pristranost novinara, a sa tim i redakcije ovih novina tokom izveštavanja o medijima. Radi se o listu koji je blizak vlasti, što se vidi iz primera navedenih u izveštaju, te zbog toga u svakoj situaciji zauzima stranu njenih predstavnika, a iz promotivnih tekstova, kolumni i kritika mogu se primetiti mediji koji su najčešće na meti ovog lista. Reč je o medijima kao što su dnevni list *Danas*, nedeljničnik *NIN* i televizija *N1*, ali i svim ostalim medijima i novinarima koji na bilo koji način kiritkuju vlasti i njene institucije ili ne zauzimaju isti konzervativan stav koji praktikuje uredništvo *Večernjih novosti*.

Kritički i osuđivački ton novinara *Novosti* vidljiv je najviše u tekstovima koji imaju dodira sa politikom, a najistaknutiji je kolumnista Filip Rodić. On neprestano oštro kritikuje sve aktere koji komentarišu aktuelna dešavanja u Srbiji, a koja nisu u sinhronu sa njegovim razmišljanjima. Kada god su se pojavljivali opozicioni političari, nailazio je kritički ton autora teksta i njihove izjave ili njihovo ponašanje dospevalo je pod osude i preko izjava i preko zaključaka koje su novinari donosili.

Takođe je bilo primetno i isticanje nepravdi počinjenih prema novinarima, pa su se u više brojeva pojavili kao subjekti ubijeni novinar Slavko Ćuruvija, Milan Pantić, Džamal Kašogi i

Jan Kucijak, kao i uhapšeni osnivač *Vikiliksa* Džulijan Asanž o kome je od nabrojanih bilo najviše tekstova.

Ipak, *Vecernje novosti* nisu nijednom prilikom detaljno pratile aktuelna dešavanja kada su u pitanju medejske teme. Izveštavali su o udarnim vestima i događanjima za koje su oni smatrali da su bitni, a koji se nisu pojavljivali u drugim medijima. Koristili su prilike da napadaju medije i novinare koji kritički izveštavaju o vlasti i dešavanjima u Srbiji, ali se nisu dugo zadržavali na takvima pričama.

Osim reklama, primetno je da je većina tekstova zabeleženih tokom jednogodišnjeg monitoringa korišćena za diskreditaciju i kritike medija koji nisu bliski vlasti i opozicionih političara koji se oglašavaju preko njih.

## 9. INFORMER

### 9.1. Kontekst medija

Dnevni list *Informer* jeste tabloid koji u Srbiji izlazi od 2012. godine. Sa cenom od 25 dinara po primerku predstavlja najjeftinije novine u zemlji, dok tiraž *Informera* iznosi više od 100.000 primeraka dnevno.<sup>68</sup> Ovaj list odlikuje često kršenje *Kodeksa novinara Srbije* – prema *Savetu za štampu*, za period od jula do septembra 2019. godine *Informer* je 296 puta prekršio Kodeks novinara<sup>69</sup> – kao i često objavljivanje lažnih i manipulativnih vesti – prema istraživanju *Fejk njuz tragača (Fake News Tragač)*, *Informer* je medij koji je u 2019. godini najviše objavljivao ovakav sadržaj.<sup>70</sup>

Monitoring dnevnog lista *Informer* rađen je u periodu od 1. avgustva 2019. do 31. jula 2020. godine. Za posmatrani period u 303 primerka štampanog izdanja *Informera* objavljena su 652 teksta u kojima ovaj medij izveštava o medijima, slobodi medija i novinarima.

<sup>68</sup> Valić Nedeljković, D. i Janjatović Jovanović, M. (2020). *Medijski sistem u Srbiji obeležen delovanjem medija koji sistematično šire dezinformacije, govor mržnje i propaganda*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. str. 19.

<sup>69</sup> [http://www.savetzastampu.rs/cirilica/uploaded/szs\\_monitoring\\_jul-sept\\_2019.pdf](http://www.savetzastampu.rs/cirilica/uploaded/szs_monitoring_jul-sept_2019.pdf)

<sup>70</sup> <https://fakenews.rs/2019/12/18/zlatni-pinokio-za-informer-srebrni-alou-a-bronzani-kuriru/>

Za potrebe ovog istraživanja u kategorijama „subjekat“ i „objekat“ dodate su varijable „nevladine organizacije“, „medijske kompanije“, „neimenovani izvor“ i „estradne ličnosti“.

## 9.2. Rezultati i diskusija

Na početku, važno je napomenuti da dnevni list *Informer* ne sadrži raspodelu rubrika koja bi se mogla nazvati standardnom; umesto toga, prva polovina *Informera*, u kojoj se *de facto* nalaze vesti iz unutrašnje i spoljne politike, društva, ekonomije, crne hronike, podeljena je na dve rubrike: 1) „udarne vesti“ i 2) „vesti“. Nešto manje od polovine tekstova obuhvaćenih analizom svrstano je u ove dve rubrike. Istovremeno, otprilike podjednak procenat (49 posto) čine tekstovi smešteni u estradnu rubriku – „showtime“ – na osnovu čega se naizgled može zaključiti da *Informer* podjednak prostor pruža estradnim koliko i redovnim vestima iz sfere medija.<sup>71</sup> Malobrojne izuzetke od ove dve kategorizacije predstavljaju tekstovi iz rubrika „sport“, „TV program“ i „oglasi“.

Od 652 teksta koji se bave medijskim temama, za posmatrani period od godinu dana 75 je najavljen na naslovnoj strani (12 posto), dok je preostalih 88 posto pozicionirano samo u rubrikama. Ako prepostavimo da su tekstovi najavljeni na naslovniči oni kojima određeni medij pridaje najveću važnost, sledi da priroda ovih tekstova može biti krajnje indikativna. Dakle, od 75 tekstova najavljenih na naslovnoj strani, samo sedam pripada estradnoj rubrici, 63 ima senzacionalistički naslov, a većina tekstova se može okarakterisati kao obračun sa (političkim) neistomišljenicima – opozicionim političarima i/ili medijima kritički nastrojenim prema vlasti. Prema tome, iako su redovni i tekstovi iz estradne rubrike po količini podjednako zastupljeni, po važnosti koju im ovaj list pridaje očigledno prednjače oni iz redovnih rubrika. Nadalje, ovi tekstovi većinom prate sličan obrazac: na senzacionalistički način optužuju, ili etiketiraju neistomišljenike dnevnog lista *Informer*.

Sledi nekoliko reprezentativnih primera ovih naslova: „FAŠIZAM! Boško Obradović preti hapšenjem D. J. Vučićeviću“; zatim „Đilas napao Boška: Kretenu, opet smo ISPALI SMEŠNI“ i „ĆOSIĆ PRIZNAO DA JE ŠIPTARSKI PLAĆENIK“.

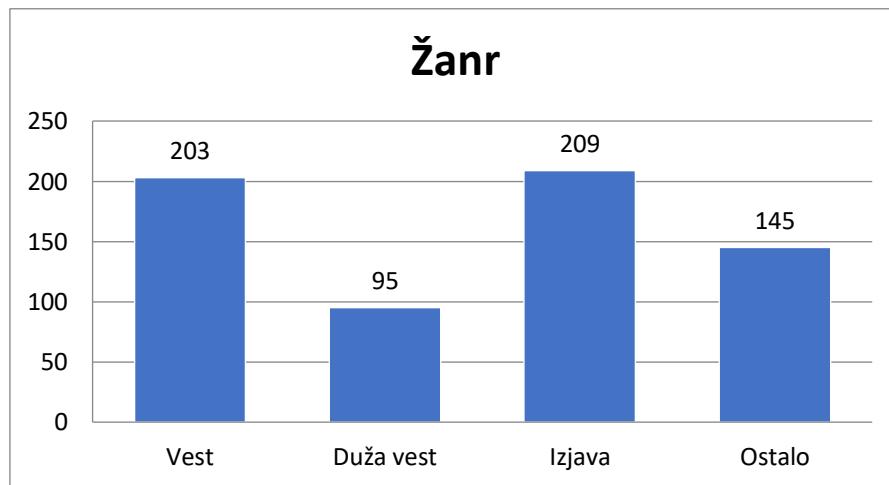
Ukupno, senzacionalistički naslovi imaju visok ideo u celokupnom uzorku od 22 posto. Visok ideo imaju i tekstovi bez naslova (27 posto); drugim rečima, tekstovi koji nisu dovoljno dugački da bi bili naslovljeni.<sup>72</sup> Najveću grupu čine deskriptivni naslovi (38 posto), ali treba napomenuti da se nemali broj tekstova iz ove varijable takođe može podvesti pod

<sup>71</sup> Pozicioniranje tekstova, kao i njihov žanr (tačnije: opširnost) pokazaće da bi ovaj zaključak bio preuranjen.

<sup>72</sup> Prevashodno tvitovi ili kratke izjave nekog novinara/novinarke.

vrlo kratke tekstove od svega nekoliko reči, ili izjave od jedne rečenice, gde je jedina razlika u odnosu na prethodno pomenute tekstove bez naslova upravo ta što su ovi naslovljeni. Tek na četvrtom mestu po zastupljenosti nalaze se informativni naslovi, što znači da se u *Informeru* informacije o sadržini samo 11 posto tekstova o medijskim temama mogu dobiti na osnovu naslova.

Više od tri četvrtine tekstova sa medijskim temama svrstano je u najuobičajenije žanrove – vest, duža vest i izjava. Istovremeno, 10 posto tekstova pripada složenim žanrovima – intervju, članak i komentar. Ovi podaci sugerisu da *Informer* medijske teme ne obrađuje na opširan i studiozan način, već da najviše prostora dobijaju žanrovi u kojima se saopštavaju osnovne informacije i/ili prenose ocene aktera o temi koja je u pitanju. Treba napomenuti da značajan broj tekstova koji su svrstani u varijable „vest“ i „izjava“ (čiji je zajednički udeo 63 posto) čine vrlo kratki tekstovi koji se sastoje od najviše nekoliko rečenica i najčešće pripadaju estradnoj rubrici. Preostale žanrove čine saopštenja, ankete, strip i reklame, sa zajedničkim udelom od 11 posto. Prema tome, može se reći da tekstovi *Infomera* o medijskim temama deklarativno imaju žanrovsku raznovrsnost, ali da ta raznovrsnost nije ravnomerno raspoređena, jer tri žanra čine preko tri četvrtine uzorka.



Grafikon 41: Zastupljenost medijskih žanrova u *Informeru*

Na ovom mestu bilo bi neophodno istaći kako su određeni medijski žanrovi prezentovani u *Informeru*, jer iz samog naziva žanra to nije moguće zaključiti. Komentare o medijskim temama u *Informeru* pišu gotovo isključivo dvojica novinara – glavni urednik *Infomera* Dragan J. Vučićević i novinar Ivan Radovanović, koji su ujedno i jedine dve osobe koje imaju redovnu kolumnu u ovom listu. Njihove kolumnе odlikuju se oštrim obračunavanjem i

etiketiranjem neistomišljenika – pre svega opozicionih političara, ali i medija i novinara kritičnih prema vlasti. Tipičan primer retorike urednika *Informer*a izgleda ovako:

„Prvo - Vučić. Da je navuče, on bi se samoizolovao, na sedam dana, u Predsedništvu, izbacio bi sve ostale napolje, radio 0-24, i posle sedam dana bi izašao napolje i rekao: "Pobedio sam koronu", na šta bi svi ovi iz opozicije konačno poumirali, shvativši da mu ni korona ne može ništa.“

Uz osude oponenata i kritičara vlasti, u njihovim kolumnama primetno je i često pominjanje i bezrezervna podrška predsedniku Aleksandru Vučiću. Naredni primer je iz kolumnе Ivana Radovanovića iz vremena početka epidemije koronavirusa:

„Sada je valjda i čoravom očigledno - i Jugoslav Čosić i njegova TV N1 i svi njima slični ‘nezavisni novinari’ i ‘slobodni mediji’ za pare, velike pare, ne rade ništa drugo osim što vode specijalni rat protiv Srbija i Srbije. Oni za ropsku porciju američko-šiptarsko-britanskih NATO čvaraka rade direktno protiv interesa svoje zemlje i svog naroda. I onda je sasvim jasno zašto tako bolesno, patološki, tako strastveno mrze, huškaju i masno lažu pokušavajući da Srbiju gurnu u stanje nenormalnosti ne bi li onda vlast oteli oni njihovi, najgori i najpokvareniji. Oni koji, nema više nikakve sumnje, i sami sisaju šiptarske i američke sise.“

Jasnu ideološku opredeljenost *Informer* pokazuje i u svojim anketama i stripovima, pa čak i u člancima. Za ankete ovog lista ne može se reći da predstavljaju relevantno ispitivanje volje građana jer su pitanja koja se njima postavljaju uvek sugestivna, sa snishodljivim, čak podsmešnim tonom prema neistomišljenicima. Primera radi, u anketi od 28. septembra *Informer* svoje čitaocu pita<sup>73</sup>: „Zašto ‘Danas’ bezočno laže i kleveće *Informer*?“, a kao ponuđeni odgovori stoje: 1) „Zato što im je Đilas tako naredio“; 2) „Zato što žele da se ušlihtaju Đilasu“; 3) „Zato što Draža P. ne ume bolje“.

Naročito podrugljiv ton imaju *Informerovi* stripovi, koji predstavljaju satiru neistomišljenika ovog lista. Tako u stripu o, prema *Informeru*, niskoj gledanosti „Utiska nedelje“ Olje Bećković, voditeljka u toku snimanja emisije zove svog oca, akademika Matiju Bećkovića, da ga upita da prokomentariše njene goste, na šta joj otac odgovara da ga ne uzinemirava dok gleda „Hit tvit“.

Čak i članak, kao žanr koji bi trebalo da bude najmanje pristrasan, u *Informeru* je često upravo suprotno od toga. Ova pristrasnost ogleda se u kratkim konstrukcijama poput „najstrašnije napadaju“ ili „vode najstrašniju hejtersku kampanju“ ili etiketiranju („tajkun

<sup>73</sup> Anketa objavljena u štampanom izdanju *Informer*a zapravo je rezultat ankete postavljene na portal ovog lista dan ranije, na koju posetioци *Informerovog* sajta mogu da glasaju.

Dragan Đilas“), ali i optuživanju i donošenju zaključaka kojima se ovaj list jasno priklanja jednoj strani:

„Medijski tajkun Dragan Šolak i njegova ‘Junajted grupa’ potpuno su raskrinkani u velikoj laži kojom su pokušali da optuže državu Srbiju za tobožnju cenzuru medija!“

„Prljavu kampanju juče su odmah nastavili brojni portali, televizije i mediji pod kontrolom Đilasa. Od TV N1, preko BIRN-a, CINS-a, KRIK-a, Danasa, pa sve do opskurnih portala Nova i Direktно (koji su se već proslavili širenjem lažnih vesti) svi su kao po komandi počeli da pišu samo o tome da Vučića treba hitno sprovesti u karantin!“

Konačno, treba istaći da je tokom 12 meseci koje obuhvata analiza, *Informer* 10 puta bio primoran da u celosti objavi sudsku presudu kojom je naznačeno da je ovaj list izgubio spor u kojem je bio tužen.

Kao povod većina tekstova u *Informeru* imala je pseudodogađaj, što odgovara visokom procentu tekstova sa estradnim temama (ali, važno je napomenuti, ne podudara se u potpunosti sa njima). Problematično je za jedan medij što su aktuelni događaji povod za manje od polovine tekstova o medijima koje ovaj list objavljuje, iz čega je moguće zaključiti da čitaoci *Informera* o ovim temama nisu svrshishodno obavešteni. Primerno je što je promocija kao povod zastupljena u svega nekoliko procenata, ali nije u skladu sa standardima profesije što je medijska inicijativa prisutna u praktično istoj količini.

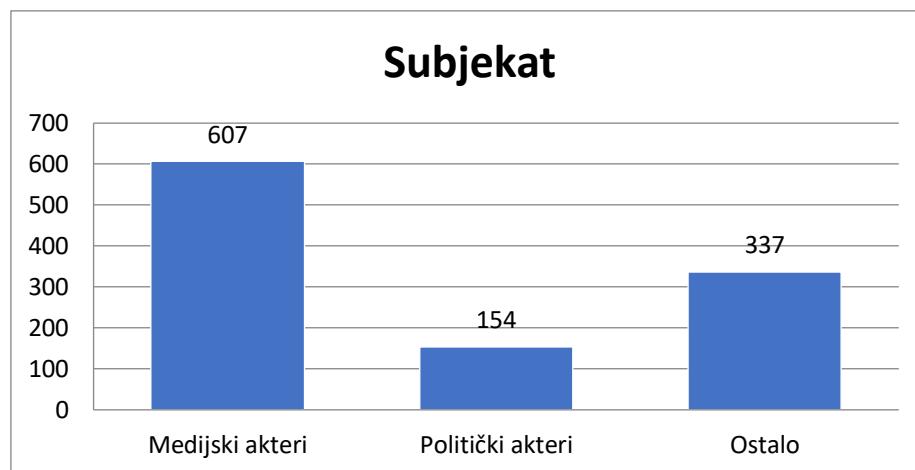
Najveći procenat tekstova za temu ima „privatni život medijskih radnika“ (45 posto), što odgovara visokom procentu tekstova koji za povod imaju pseudodogađaj, s obzirom na to da se ne radi o temama od javnog značaja. Jedine dve preostale teme koje su zastupljene u dvocifrenom procentu jesu „profesionalizam i etika drugog medija“ (16 posto) i „poslovanje medija“ (12 posto). U svom izveštavanju o drugim medijima, *Informer* se prevashodno bavi medijima kritički nastrojenim prema vlasti (najviše *N1*, *Danas*, *NIN*), koje isključivo predstavlja u negativnom kontekstu. Ovi su mediji diskreditovani i u tekstovima koji se tiču poslovanja medija, jer je, primera radi, u određenom periodu *Informer* kontinuirano izveštavao o niskoj gledanosti „Utiska nedelje“ emitovanog na *Novoj S*, nasuprot visokim rejtingzima emisije „Hit tvit“ televizije *Pink* („OLJA PUKLA K'O BAS! Hit Tvit gledao 1.366.271 gledalac, a Utisak 200.193“). Istovremeno, značajan ideo u ovoj temi imali su tekstovi o sukobu Telekom Srbije i Junajted grupe, u kojem je *Informer* takođe vrlo jasno izabrao stranu („Zašto Đilas i Šolak prave novu lažnu aferu oko SBB i ‘Telekoma’?“). Nadalje, najveći deo varijable „drugo“ predstavljaju tekstovi u kojima mediji nisu primarna

tema ali se i dalje spominju. Primarna tema takvih tekstova najčešćim delom jeste politika, i u tim tekstovima *Informer* je konstantno upućuje negativne kritike opozicionim političarima.

„Napadi na novinare“, kao jedna od najvažnijih tema kada je u pitanju novinarska profesija, s obzirom na to da se tiče direktne fizičke bezbednosti novinara, u *Informeru* imao udeo od osam posto. Pritom, treba napomenuti da je ovaj list selektivan prilikom izbora slučajeva napada na novinare o kojima će izveštavati. Možda i najprominentniji takav slučaj iz analiziranog perioda bilo je hapšenje novinarke Ane Lalić, koje *Informer* uopšte nije prikazao kao napad na novinare, već kao slučaj u kojem pravda nije zadovoljena jer je ova novinarka ubrzo nakon hapšenja puštena na slobodu, uprkos tome što je, prema ovom listu, širila lažne vesti o stanju u Kliničkom centru Vojvodine. U svojoj kolumni od 24. aprila 2020. godine, urednik *Informera* piše:

„Ili vi, možda, stvarno mislite da je ona takozvana novinarka Ana Lalić tek tako, sama od sebe, masno slagala da se Klinički centar Vojvodine raspada i da je pitanje dana kada će se svi lekari i svi pacijenti tamo porazbolevat i poumirati od korone? Ili je nekako drugačije, osim bolesnim hejterskim planom, moguće objasniti to što od dotične Lalićke kompletne žuta-ološ medija elita - i Danas i TV N1 i Olja Bećković i sva silesija cinsova, birnova, krikova - kao po komandi, prave žrtvu i nekakvu heroinu nezavisnog novinarstva?! Ej, žena je uhvaćena u bolesnoj laži, laži zbog koje bi bilo gde u EU ili SAD zaglavila zatvor i ozbiljnu krivičnu odgovornost, a ovi je uzdižu u nebesa i lažno predstavljaju kao ozbiljnu novinarku!?!“

Naposletku, ne treba izostaviti podatak da su teme cenzure, regulacije *Regulatornog tela za elektronske medije* i *Saveta za štampu* zajedno zastupljene u manje od pet posto analiziranog uzorka.



Grafikon 42: Subjekti u objavama u *Informeru*

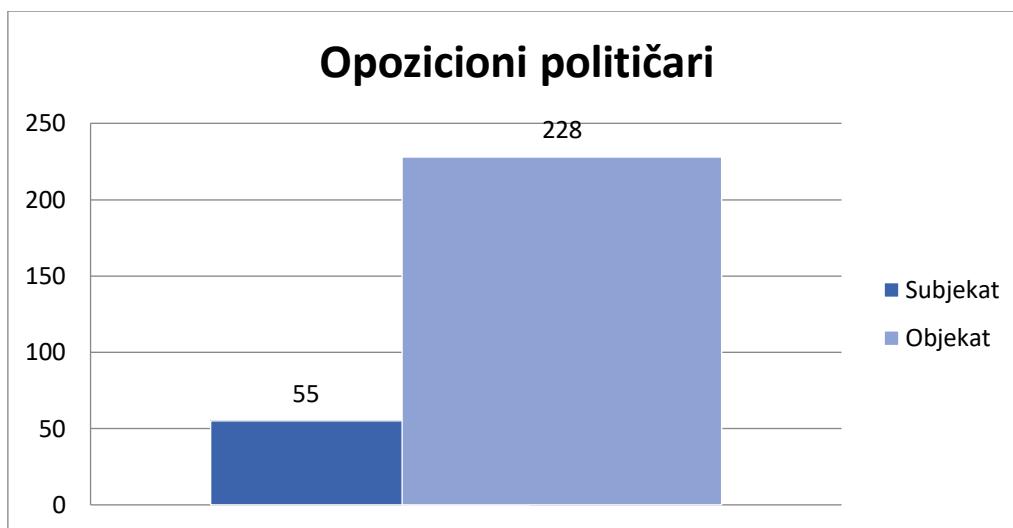
Najučestaliji subjekti u tekstovima o medijskim temama u *Informeru* jesu upravo medijski akteri. Sami novinari čine trećinu uzorka, a zajedno sa urednicima i medijima medijski akteri čine 50 posto subjekata u analiziranim tekstovima (sa novinarskim udruženjima, REM-om, *Savetom za štampu*<sup>74</sup> i medijskim kompanijama ta brojka iznosi 55 posto). Od preostalih aktera nijedna pojedinačna varijabla nema više od šest posto udela u ulozi subjekta. Politički akteri (predsednik, premijerka, ministri, preostali političari na vlasti, opozicioni političari i narodni poslanici) imaju udeo od 14 posto, sa češćim pojavljivanjem političara na vlasti u odnosu na opoziciju u odnosu od skoro tri naprema dva (3:2).<sup>75</sup> Neobičajen podatak predstavlja nezanemarljiv broj pojavljivanja estradnih ličnosti u tekstovima o medijima (četiri posto, više nego novinarska udruženja, REM i *Savet za štampu* zajedno), što dodatno govori o visokom udelu estrade u dnevnom listu *Informer*, čak i kada se radi o medijskim temama. Konačno, treba napomenuti da korišćenje neimenovanih izvora (dva posto) ne predstavlja neuobičajenu praksu za *Informer*. I dok se većina od ovih 26 slučajeva u kojima su neimenovani izvori bili u ulozi subjekta u tekstovima o medijskim temama ticala estrade i privatnog života medijskih radnika, u onim slučajevima kada su neimenovani izvori pričali o društveno-političkim temama njihove su izjave predstavljale optužbe na račun *Informerovih* neistomišljenika:

„Izvor Informera, koji je dobro upućen u ovu aferu, kaže da postoje ozbiljne indicije da je upravo Haradinaj isplatio Ćosića. – Nesumnjivo je da je Ćosić dobio novac od Ulaja, on to nije ni pokušao da negira. Na dokumentima, koji će uskoro osvanuti u javnosti, vidi se da je ‘Vlada Kosova’ uplatila veoma sličnu sumu novca Ulaju kratko nakon što je on isplatio Ćosića. Razlika u iznosima je samo u nekoliko stotina evra. Teško da je sve to samo puka slučajnost... – objašnjava naš izvor.“

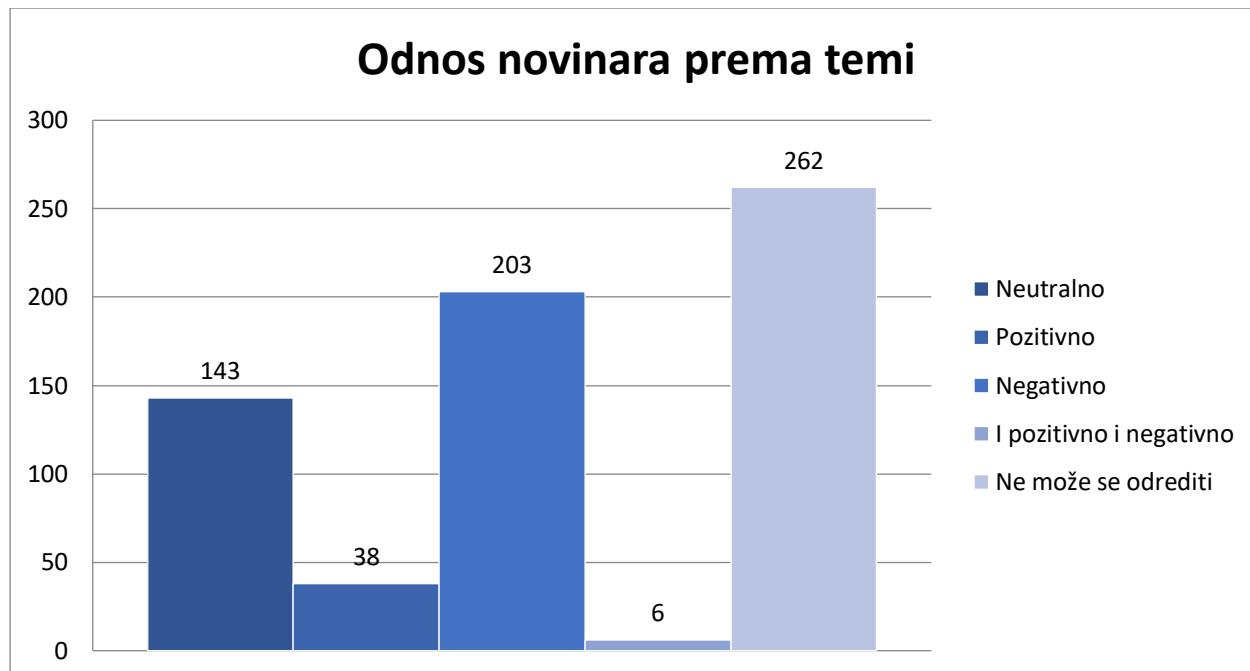
„Đilas je u ozbilnjom strahu da će neko od osumnjičenih, u zamenu za manju kaznu, pristati da postane svedok saradnik i da će ‘propevati’ o celoj kombinaciji. Plaši se i šta će se desiti kada nadležni privedu na saslušanje Jadranku Drinić jer ona zna sve o njegovim poslovima – prenosi naš izvor blizak Đilasu“.

<sup>74</sup> Doduše, treba istaći da je *Savet za štampu*, kao jedino samoregulatorno telo za medije u Srbiji, samo jednom bio u ulozi subjekta, a dva puta u ulozi objekta za posmatranih godinu dana.

<sup>75</sup> Pritom treba imati u vidu da opozicioni političari retko daju izjave za *Informer*, već da se najčešće radi o prenošenju izjava, ili saopštenja ovih aktera datih u javnosti.

Grafikon 43: Subjekti i objekti u objavama u *Informeru*

U ulozi objekta procentualno najveću razliku u odnosu na subjekte predstavljaju sami novinari, koji se kao objekti pojavljuju u tri puta manjem procentu nego kao subjekti. Ova razlika delimično se može objasniti velikim brojem kratkih tekstova iz estradne rubrike u kojima su novinari subjekti, a koji ne sadrže objekte. Umesto novinara, najčešći objekti u tekstovima o medijskim temama jesu (очекивано) sami mediji, sa udelom od 27 posto. Sveukupno gledano, medijski akteri (mediji, urednici, novinari, novinarska udruženja, REM, *Savet za štampu* i medijske kompanije) čine 53 posto objekata u analiziranom uzorku. Politički akteri (predsednik, premijerka, ministri, preostali političari na vlasti, opozicioni političari i narodni poslanici) imaju udeo od 20 posto. Razlog za ovu razliku u odnosu na kategoriju subjekta jeste znatno češće pojavljivanje opozicionih političara kao objekata (14 posto), prevashodno u negativnom kontekstu. Prema tome, u izveštavanju *Informer* o medijskim temama opozicioni političari predstavljaju drugu najzastupljeniju varijablu među objektima, zastupljeniju i od varijable novinara. Značajan udeo imaju i akteri koji nisu mogli biti smešteni ni u jednu varijablu te su stoga ostavljeni za varijablu „drugo“. Najveći broj njih čine akteri koji su spomenuti jer su u srodstvu ili nekoj drugoj vezi sa akterima o kojima se u tekstu govori.



Grafikon 44: Odnos novinara prema temi u *Informeru*

U najvećem procentu tekstova (40 posto) odnos novinara *Informer*a prema temi o kojoj izveštavaju ne može se odrediti. Razlog zašto se on ne može odrediti je stoga što se radi o tekstovima koji se sastoje od nekoliko reči ili rečenica – previše su kratki da bi novinar mogao da izrazi bilo kakav stav, tako da bi se isto tako moglo reći da odnos novinara prema priči u tim tekstovima ni ne postoji.

Novinari *Informer*a neutralni su u manje od četvrtine tekstova koji se tiču medija, dok pozitivan stav imaju u šest posto slučajeva. Pozitivan odnos prisutan je u primerima (ne)prikrivenog oglašavanja („vrhunski zabavni, edukativni, sportski i informativni program“) i promocije sopstvenog lista („Najtiražniji dnevni list *Informer* napravio je najluđu žurku u Srbiji!“), a ogleda se i u epitetima korišćenim za opisivanje određenih aktera („lepa voditeljka“, „hrabra Dea“). U tekstovima u kojima se može odrediti odnos novinara prema temi, novinari *Informer*a većinom su negativni (31 posto).

Reprezentativni primjeri u kojima ovaj list kritikuje svoje neistomišljenike navedeni su i kroz prethodni deo analize, ali na ovom će mestu oni biti sistematizovani. Najfrekventniji i najošttriji negativan stav u tekstovima o medijskim temama novinari *Informer*a ne izražavaju prema nekom medijskom akteru, već prema predsedniku opozicione Stranke slobode i pravde Draganu Đilasu. Negativan stav ogleda se u etiketiranju („tajkun Dragan Đilas“) i iznošenju optužbi na račun pomenutog političara, a ton novinara *Informer* u tim slučajevima preovlađujuće je oštar, često i nemaran i osuđivački. Pritom, nisu samo opozicioni političari

predstavljeni kao da njima komanduje Dragan Đilas („Boško Obradović, jedan od liderčića Đilasovog Saveza za Srbiju“), već i mediji i novinari kritički nastrojeni prema vlasti: „đilasovska TV Nova S“; „Đilasova Tanja Vojtehovski“; „voditeljka Šolakove i Đilasove TV Nova S Nataša Miljković“

Dovođenjem u vezu sa političkim akterima i predstavljanjem pitanja i problema koji se tiču medija kao sukob između vlasti i opozicije, medijske teme koje se ne tiču privatnih života medijskih radnika u *Informeru* su vrlo politizovane. Prema tome, oštro, a često i grubo suprotstavljanje protivnicima i kritičarima vlasti predstavlja konstantu koja se provlači kroz izveštavanje *Informeru* o medijskim temama.

### **9.3. Zaključak i preporuke**

Pri donošenju zaključaka o izveštavanju dnevnog lista *Informer* o medijskim temama, neophodno je određene podatke staviti u odgovarajući kontekst. Nepobitno je da su u *Informeru* medijske teme često zastupljene u estradnoj rubrici, kao i da ovaj list često piše o privatnom životu medijskih radnika. Međutim, ovi tekstovi skoro uvek sadrže najviše nekoliko rečenica i zauzimaju malo prostora u odnosu ne samo na čitav jedan primerak *Informera*, već i na celokupnu estradnu rubriku ovog lista. Ove činjenice treba imati u vidu pri analiziranju podataka poput onih da se 45 posto svih tekstova o medijskim temama bave privatnim životom medijskih radnika, ili da se 49 posto tekstova o medijima nalazi u estradnoj rubrici, jer oni mogu iskriviti širu sliku koja se dobija kada se uzme u obzir obim ovih tekstova. Naime, iz žanrovske raspoređenosti, kao i iz prirode tekstova najavljenih na naslovnim stranama vidljivo je da najviše prostora i najviše značaja *Informer* ipak pridaje onim tekstovima koji se tiču društveno-političkih dešavanja.

Ove tekstove odlikuje nekoliko karakteristika. Oni na senzacionalistički način izveštavaju o odabranim medijskim temama, istovremeno politizujući ove teme konstantnim dovođenjem u vezu sa vodećim opozicionim političarima, koje tom prilikom etiketiraju i na čiji račun iznose optužbe, a na sličan način tretirani su i mediji kritički nastrojeni prema vlasti. Medijske teme stoga su predstavljene kao polarizovane sa zastupljenom jednom a izostavljenom drugom stranom, a u *Informерovom* suprotstavljanju protivnicima i kritičarima vlasti, kao i u podršci upućenoj aktuelnom režimu, jasno se očitava ideološka naklonjenost ovog lista vlasti. Uz to, ne treba izostaviti ni deset sudskih presuda izrečenih protiv *Informera* u analiziranom periodu. Ove presude obavezale su *Informer* na naknadu „nematerijalne štete u vidu pretrpljenih duševnih bolova zbog povrede ugleda, časti i prava ličnosti objavlјivanjem

netačnih informacija“, što znači da *Informerovo* neprofesionalno izveštavanje prepoznaju i sudski organi države Srbije. Prema tome, preporuke koje za cilj imaju poboljšanje izveštavanja *Informera* moraju počinjati od drugačijih načina za sankcionisanje neprofesionalizma.

---

## 10. DANAS

### 10.1. Kontekst medija

Dnevni list *Danas* izlazi na srpskom tržištu od 1997. godine. Ovaj medij osnovala je grupa novinara *Naše borbe*, i za sve vreme svog postojanja u vlasništvu je samih novinara. *Danas* izlazi šest puta nedeljno (ne izlazi nedeljom) i cena jednog primerka iznosi pedeset dinara, a urednik *Danasa* je Dragoljub Petrović. Od svog osnivanja, ovaj list važi za liberalan i proevropski orijentisan medij, koji karakterišu nezavisna uređivačka politika i kritički odnos prema vlasti.<sup>76</sup>

Monitoring dnevnog lista *Danas* rađen je za period od 1. avgustva 2019. do 31. jula 2020. godine. Za posmatrani period u 304 primerka štampanog izdanja *Danasa* objavljeno je 1416 tekstova u kojima ovaj medij izveštava o medijima, slobodi medija i novinarima. Za potrebe istraživanja u kategoriji „rubrika“ dodate su varijable „dijalog/dijalog plus“, „globus/svet“ i „vladavina prava“, a u kategorijama „subjekat“ i „objekat“ dodate su varijable „nevladine organizacije“, „medijske kompanije“, „neimenovani izvor“ i „estradne ličnosti“.

### 10.2. Rezultati i diskusija

Najveći broj tekstova koji se tiču medija u dnevnom listu *Danas* smešten je u rubriku „društvo“ (42 posto), što ne iznenaduje jer ova rubrika svakako i jeste najprirodnija za medijske teme, s obzirom na društvenu odgovornost, a samim tim i društveni značaj koji mediji imaju. Sledeće po zastupljenosti jesu rubrike „dijalog“ odnosno „dijalog plus“ (18 posto) – rubrike u kojima novinari, političari i druga lica iz javnog života, ali i sami građani,

<sup>76</sup> <https://serbia.mom-rsf.org/rs/mediji/detail/outlet/danas/>

imaju priliku da iznesu svoja mišljenja i stavove o aktuelnim temama. Na osnovu visoke zastupljenosti tekstova o medijima iz ovih rubrika može se reći da *Danas* omogućava mnogobrojnim akterima da iznesu svoje mišljenje o medijskim temama. Treća rubrika zastupljena u dvocifrenom procentu jeste „politika“ (15 posto), što govori o povezanosti tema medija, slobode medija i novinara sa političkim prilikama u zemlji. Nijedna od preostalih rubrika nije zastupljena u više od četiri posto, ali treba pomenuti rubriku „vladavina prava“, koja predstavlja projekat finansiran od strane Evropske unije u saradnji sa *Danasm*, a bavi se istoimenom temom. U varijablu nešto drugo smešteni su tekstovi iz brojnih preostalih rubrika – „region“, „hronika“, „sport“, „tema“, „suočavanje“, „crvena tačka“, „akcija“, „dežurno“, „reportaža“, „periskop“, „druga strana“, „pomodoro“, „market“.

Svaki sedmi tekst o medijskim temama najavljen je na naslovnoj strani *Danasa*. Kako se radi o ukupno 213 tekstova najavljenih na naslovcicama, i kako je za posmatrani period od godinu dana izašlo 304 broja ovog lista, dobija se podatak od prosečno dva teksta o medijima najavljenih na svake tri naslovne strane. S obzirom na to da su tekstovi najavljeni na naslovcicama oni koje određeni medij smatra najvažnijim u tom broju, može se reći da *Danas* pridaje važnost medijskim temama u svom izveštavanju.

Više od tri četvrtine naslova u *Danisu* spada u informativne (27 posto) ili deskriptivne (52 posto) – tačnije, naslove koji predstavljaju sažetak informacija sadržanih u tekstu, odnosno naslove koji glavnu informaciju ne saopštavaju direktno, ali je na osnovu njih i dalje moguće zaključiti temu i sadržaj teksta na koji se odnose. Bez naslova je 13 posto tekstova o medijima – radi se o kratkim formama, nedovoljno dugim da bi bile naslovljene. Metaforičke naslove ima osam posto tekstova – pre svega komentari, koji podrazumevaju slobodniji stil izražavanja te usled značajnog broja tekstova ovog žanra ne čudi ni toliko naslova ovog tipa: „Budimo građani iako smo Srbi“; „Ozonska rupa u kolektivnoj svesti“; „Zašto danas čitam *Danas*“.

Senzacionalistički naslovi se u *Danisu* pojavljuju u zanemarljivo malom broju u odnosu na celokupan uzorak, tako da se može reći da ovaj list svoje čitaoce pokušava da privuče aluzijama i igrom reči pre nego senzacionalizmom. Ono što se zasigurno može reći jeste da *Danas* ne sadrži manipulativne niti klikbejt naslove. Složeni žanrovi (komentar, članak, intervju, reportaža) imaju značajan udeo u tekstovima o medijskim temama od 37 posto (prednjače komentar i članak koji zajedno čine trećinu čitavog uzorka). To znači da *Danas* medijske teme obrađuje opširno i analitično, kao i da omogućava mnogim akterima iz javnog života da učestvuju u javnoj debati o medijskim pitanjima. Generalno posmatrano, čak i

komentare *Danasa* o medijskim temama odlikuje (oštra) kritika vlasti, a posledično i medija naklonjenih aktuelnom režimu. Na ovaj način, problemi koji se tiču medija nisu predstavljeni izolovano, već u širem kontekstu umešanosti politike u medijske teme. Tako svaki broj *Danasa* sadrži redakcijski komentar, u kojem ovaj list iznosi svoj stav o određenoj aktuelnoj temi. Redakcijske komentare odlikuje umeren, a neretko i kritički ton:

„Jedan od komentara na Danasov tekst naslovljen u formi pitanja ‘Odakle dozvola vlasniku Pinka da sleti u vojnu kasarnu?’ glasio je – Pa svašta i vi pitate. Ovo je Mitrovićeva država. Tako bi, ukratko, i moglo da se opiše društvo u kojem vlasnik televizije sa nacionalnom frekvencijom godinama, nesmetano, obmanjuje javnost šireći neistine i klevete, i plasirajući laži preko programa protiv svih koji mu se zamere. Preciznije, prema onima koji se zamere vlasti. Bilo kojoj vlasti, jer Željko Mitrović je prijatelj svih vlasti od 90-ih, pa naovamo. Samim tim je i državni prijatelj.“

Redovnu kolumnu u *Danasu* ima i pisac Svetislav Basara, koji u svojim kolumnama neretko piše o integritetu pojedinih medija, prvenstveno medija naklonjenih vlasti. Basarine kolumnne uvek su ironične i kritičke, a njegov vokabular ume da bude na granici sa vulgarnim<sup>77</sup>:

„Osim što zagađuju prirodnu sredinu i psihosferu štampajući/emitujući informativno đubre, Politika i RTS su se s vremenom pretvorile u mašinu koja novindžije lakome na glodurstvo i laki keš pretvara u đubrad. Uzmimo primer gen. dir-a Dragana Bujoševića, a.k.a. Bujketa. Svojevremeno to beše dobar novinar – iako ni izdaleka toliko dobar koliko je on mislio (i mnoge uspeo da ubedi u to) – druževan, opoziciono nastrojen, doduše s merom, tako da je bilo za očekivati da će Bujke posle „demokratskih promena“ naprosto procvetati kao novinar i čovek. Što uopšte nije bio slučaj. Umesto da zašilji plajvaz i nastavi da radi ono što najbolje ume, Bujke se pod relativnu starost odao (pre)ambicioznosti i srebroljublju, pa je krenuo na igmanski marš kroz vrleti visokih dupeta (svih boja) iz kojih je – kešajući se na staru (prenaduvanu) slavu – izlazio srazmerno neoprlijen, sve dok na kraju, u Najvišem Dupetu, nije zadobio opekontine VII stepena.“

Redovna kolumna u *Danasu* jeste i „Medijska kritika“ Duška Bogdanovića. Iako se ova kolumna ne bavi samo novinarstvom već i medijima u širem smislu te reči (autor povremeno piše i kritike televizijskih serija ili dokumentarnih filmova), ona se zasigurno najviše podudara sa temama ovog monitoringa. Bogdanović u svojim kolumnama podjednako kritikuje i hvali, ali kada kritikuje to radi konstruktivno, a kada hvali to čini argumentovano. U nastavku je primer iz kolumnе o *Radio-televiziji Vojvodine*:

<sup>77</sup> Sloboda Basarinog stila razumljiva je ako se uzme u obzir da se radi o književniku. Ipak, kako su u pitanju njegove kolumnе, a ne književna dela, tiču se aktera iz javnog života i za očekivati je da prolaze kroz proveru uredništva pre objavlјivanja. Stoga odgovornost za slučajevе etiketiranja („đubrad“) i optužbi („odoao srebroljublju“) u konačnici leži na dnevnom listu *Danas*.

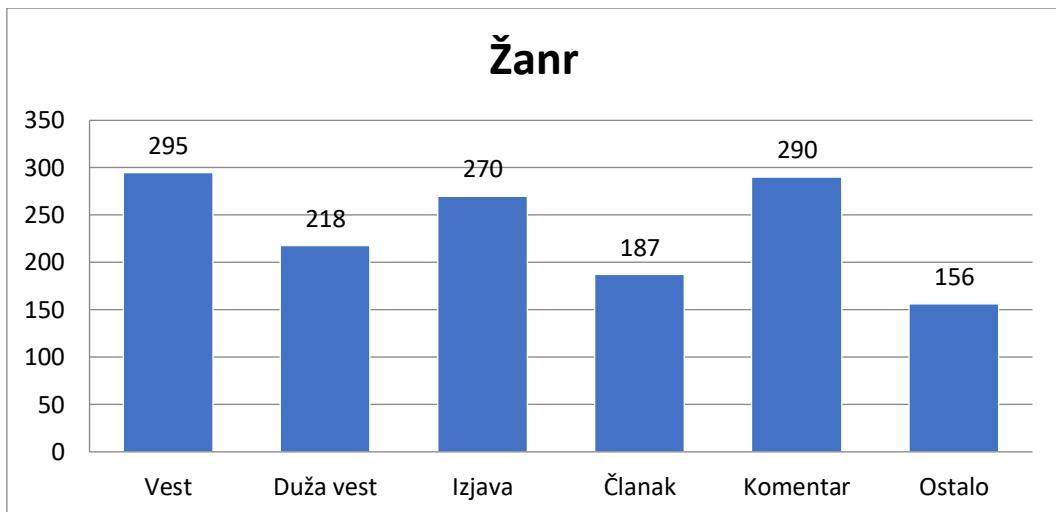
„Za razliku od solidnog dokumentarnog ili programa iz kulture, mnogo je manjkavosti u informativnom. Drugačije, hrabrije, profesionalnije bih ga uređivao. Ali, tamo imaju Ljubicu Gojić, najboljeg TV intervjera u državi. Njene emisije su za udžbenik profesionalnog novinarstva i, što je posebno zanimljivo, iako je izuzetno tvrd i nepokolebljiv pitač, u emisije joj dolaze, doslovce, svi. I iz režima i iz opozicije, uključujući, što je po meni, dodatni kvalitet, slobodoumni i svojemisleći ljudi, van političkih tabora i podela.“

U člancima, novinari *Danasa* u najvećem broj slučajeva su neutralni – prenose izjave sagovornika, navode činjenice i pružaju širi kontekst neophodan za diskusiju o nekom problemu. Tipičan članak u *Danasu* pokušava da predstavi obe strane određene teme i daje reč ne samo akterima koji su direktni učesnici već i relevantnim stručnjacima neumešanim u događaj u pitanju. Međutim, ipak postoje izuzeci u kojima novinari *Danasa* nisu neutralni, već iskazuju svoj stav u pisanju članaka. Ovi stavovi najčešće su negativni, tačnije kritički, ali i umereni – ne prelaze u agresivne ili ekstremne tonove:

„Stoga se postavlja pitanje – kako je moguće da se izjednačavaju tabloidni tekstovi skarednog sadržaja, u kojima se prenose navodni detalji zlostavljanja nad maloletnom devojčicom, sa ozbiljnim tekstovima u profesionalnim medijima gde se ukazuje na probleme koje deca, žrtve nasilja, prolaze?“

Naročito kritični novinari *Danasa* bili su u člancima u kojima se bave konkursnim finansiranjem medija. U tim tekstovima nisu se uzdržavali u iskazivanju stava da konkursno finansiranje predstavlja mehanizam kojim se javni novac koristi za finansiranje medija naklonjenih vlasti, a time i propagande u korist aktuelnog režima:

„Beogradski konkurs za sufinansiranje medijskih sadržaja od javnog značaja već šestu godinu zaredom demonstrira kako dobra ideja za finansijsku pomoć medijima može lako da se pretvori u efikasan kanal za izvlačenje novca iz džepova građana, i njegovo razdeljivanje medijskim kućama koje otvoreno podržavaju aktuelnu vlast.“

Grafikon 45: Medijski žanr u objavama u *Danasu*

Uobičajeni žanrovi – vest, duža vest, izjava – čine 55 posto uzorka. Ako se uzme u obzir da su složeni žanrovi znatno opširniji i zauzimaju više prostora nego uobičajeni, sa procentom zastupljenosti od 37 posto može se reći da *Danas* medijske teme obrađuje prevashodno analitično i temeljno. Pored toga, u *Danasu* su zastupljeni i izveštaj, karikatura i saopštenje, te se pouzdano može zaključiti da u izveštavanju o medijskim temama u dnevnom listu *Danas* postoji žanrovska raznovrsnost.

Upadljiv je značajan udeo medijske inicijative. Medijska inicijativa smatra se dobrom praksom za uređivačku politiku bilo kojeg medija, jer se radi o temama i pričama koje sam medij stavlja na društvenu agendu i omogućava javnosti da o njima pokrene javnu debatu, čime ispunjava svoju društvenu odgovornost. Ipak, najveći deo tekstova – skoro tri četvrtine – za povod ima aktuelni događaj, odnosno predstavlja reakciju medija na nešto što se već desilo. Udeo od sedam posto čini promocija kao povod za izveštavanje – većina tekstova svrstanih u ovu varijablu jesu kratke forme pod naslovom „I ja podržavam *Danas*“, u kojima novinari, glumci, muzičari i druga lica iz javnog života daju kratke izjave o tome zašto čitaju ovaj list, i zašto bi čitaoci trebalo da se učlane u Klub čitalaca *Danasa*:

„Preplatom na Danas omogućavamo da svako veče na mejl dobijamo važne i istinite vesti, ali pomažemo i Danasu da opstane, pomažemo društvu da se ne pretvorи u potpunu crnu rupu. Učlanite se u Klub čitalaca Danasa, dajte svoj doprinos borbi za slobodne i profesionalne medije.“

Udeo pseudodogađaja – događaja održanih samo da bi mediji izvestili o njima – manji je od udela promocije i iznosi četiri posto.

Najčešća tema u *Danasu* za analizirani period bila je „profesionalizam i etika drugog medija“ (23 posto). Drugi mediji o kojima *Danas* izveštava grubo se mogu podeliti u dve grupe: 1) medije kritički nastrojene prema vlasti, među koje i sam *Danas* spada i 2) medije naklonjene vlasti. Prvi su predstavljeni neutralno ili pozitivno; *Danas* izveštava o pritiscima sa kojima se suočavaju, a neretko i o nagradama koje ovi mediji osvajaju – jednu od njih dodelila je i redakcija *Danasa* televiziji *N1*:

„Do tada će, verujemo, redakcija TV N1, televizijska reprezentacija Srbije kako ih je nazvao žiri „Staše Marinkovića“, da radi isto kao i proteklih pet godina – nezavisno, nepristrasno, objektivno i hrabro, uprkos svemu. I svima. A zbog svega što su proteklih godinu dana radili, zaslužili su nagradu redakcije Danasa.“

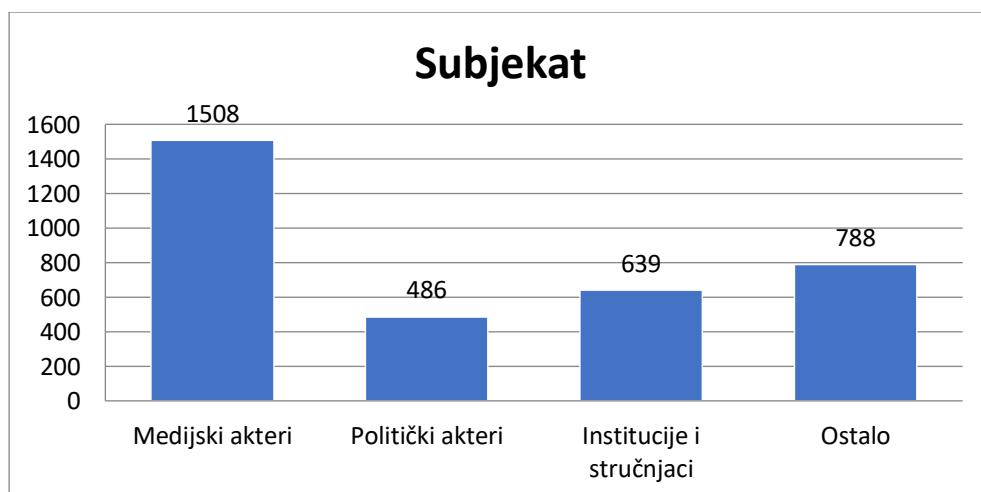
Drugi su predstavljeni negativno, kao neprofesionalni i pristrasni, koji svojim napadima na prvu grupu medija brane aktuelnu vlast. U izveštaju sa redovne pres konferencije u vreme vanrednog stanja uzrokovanog epidemijom koronavirusa, novinarka *Danasa* piše:

„Novinar Aloa osvrnuo se i na dnevni list *Danas* upitavši kako to da naš list ‘već nedeljama čuti na napade iz redova opozicije’. Iako je ostalo nejasno o kojim se tačno napadima radi, ministar Lončar nije tražio pojašnjenje već je kazao do se sada pokazalo da korona virus ne reaguje na politiku. Uredniku *Informera* Dragana J. Vučićeviću mikrofon je pak poslužio da se zahvali što je novinarima dozvoljeno da ponovo budu prisutni u Palati jer sad narod može dobro da vidi ko radi za ‘Đilasa i tajkune’.“

Drugu najbrojniju varijablu u kategoriji tema čini varijabla „drugo“ (21 posto). U ovoj grupi najveći udeo čine tekstovi u kojima mediji nisu primarna tema, ali su pominjani u dovoljnoj količini da bi tekst bio analiziran. Ti tekstovi za temu najčešće imaju dnevnu politiku, a stanje u medijima je u tim slučajevima prikazano kao jedan od glavnih faktora nepovoljne političke situacije u zemlji. Sledeća tema po zastupljenosti jesu napadi na novinare (15 posto). Ovo je tema o kojoj *Danas* kontinuirano izveštava, i to ne samo faktografski o samim slučajevima napada na novinare, već i fenomenološki o širem kontekstu i implikacijama ove teme. Profesionalizam i etika sopstvenog medija je četvrta tema po zastupljenosti u *Danasu* (13 posto). *Danas* sopstveni profesionalizam ističe kroz izjave aktera koji nisu članovi redakcije ovog lista, kao i isticanjem nagrada dodeljenih novinarima ovog medija. Preostala tema sa

dvocifrenim procentom zastupljenosti jeste „poslovanje medija“ (11 posto), u kojoj se izdvajaju dve teme koje je *Danas* opširno obrađivao u analiziranom periodu: 1) sukob Telekom Srbije i Junajted grupe i 2) konkursno finansiranje medija. Poslednje dve teme prisutne u značajnom procentu jesu značajne teme cenzure i regulacije REM-a (obe po šest posto).

Najzastupljenija pojedinačna varijabla u kategoriji subjekata jesu novinari (18 posto), dok sveukupno gledano medijski akteri – mediji, urednici, novinari, REM, *Savet za štampu*, novinarska udruženja i medejske kompanije – imaju ideo od 44 posto, što znači da medijski akteri čine manje od polovine subjekata u tekstovima o medijskim temama u dnevnom listu *Danas*. Ovaj naizgled nizak procenat može biti objašnjen činjenicom da u *Danasu* o medijima u svojim autorskim tekstovima često govore profesori, reditelji, pisci, glumci, muzičari i drugi ljudi iz javnog života, usled čega je varijabla drugo jedina druga varijabla zastupljena u dvocifrenom procentu (16 posto). Zajedno visok ideo imaju i nevladine organizacije, udruženja građana i stručnjaci, a ako se ovim akterima pridodaju i domaće i strane institucije dobije se ideo od 19 posto. Istovremeno, politički akteri – predsednik, premijerka, ministri, preostali političari na vlasti, opozicioni političari i narodni poslanici – čine 14 posto uzorka, sa opozicionim političarima zastupljenijim u odnosu na vlast u razmeri od četiri naprema tri (4:3). Naposletku treba istaći da ni građani nisu zapostavljeni kao subjekti u medijskim temama jer imaju ideo od šest posto. Prema tome, posmatrajući čitavu kategoriju subjekta, odnosno činjenicu da su samo dve variable prisutne u dvocifrenom procentu, kao i to da je svaka od ponuđenih varijabli zastupljena, može se reći da raznovrsni akteri dobijaju priliku da govore o medijskim temama u dnevnom listu *Danas*.



Grafikon 46: Subjekti u medijskim objavama u listu *Danas*

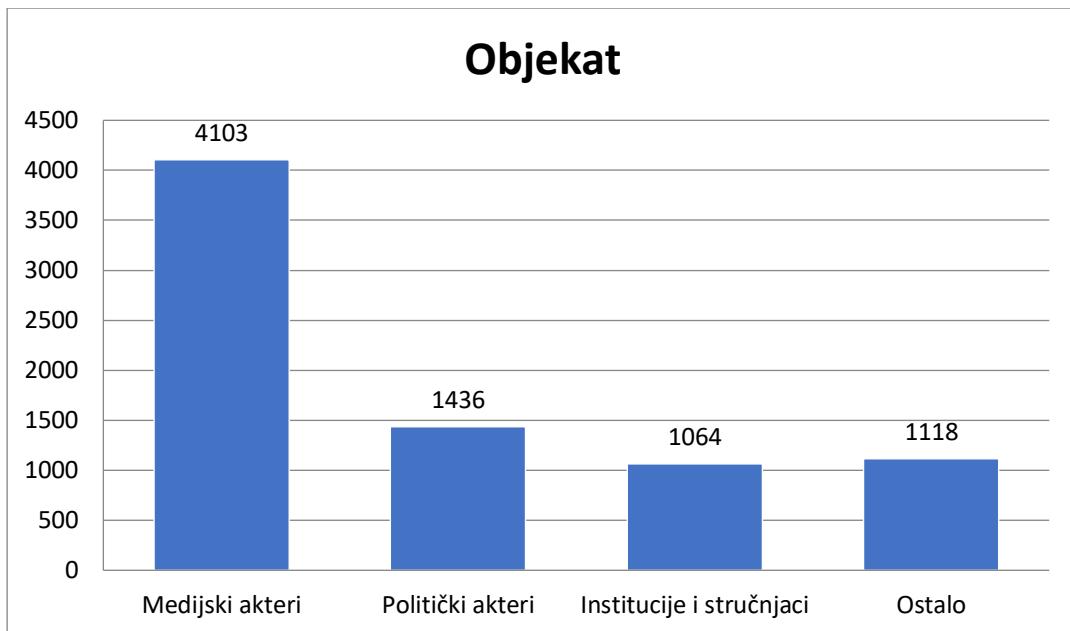
Očekivano, najbrojnija pojedinačna varijabla u kategoriji objekta jesu sami mediji (29 posto). Svi medijski akteri zajedno – mediji, urednici, novinari, REM, *Savet za štampu*, novinarska udruženja i medijske kompanije – čine 53 posto kategorije objekta. Druga najzastupljenija varijabla iz kategorije subjekta – drugo – nalazi se na drugom mestu i u kategoriji objekta sa 13 posto. Zastupljenost političkih aktera i institucija i stručnih organizacija i pojedinaca obrnuta je u odnosu na kategoriju subjekta; kao objekti, politički akteri – predsednik, premijerka, ministri, preostali političari na vlasti, opozicioni političari i narodni poslanici – čine 19 posto, a domaće i strane institucije zajedno sa nevladinim organizacijama, udruženjima građana i stručnjacima 14 posto ukupnog uzorka. Među ovim akterima, najznačajnija razlika u pojedinačnoj varijabli jeste za varijablu predsednika (šest posto). Aleksandar Vučić bio je u ulozi objekta 453 puta u analiziranom periodu od godinu dana, odnosno češće nego u svakom trećem tekstu o medijskim temama. Predsednik Srbije ujedno je i najčešće negativno prikazani akter u posmatranom uzorku – primera radi, stalni kolumnista *Danasa* Nenad Kulačin Vučića oslovljava sa „Prvorođeni“, a njegovi tekstovi uvek su ironični i oštiri kada spominju predsednika Srbije:

„Konferencije za štampu Prvorođenog i Čaleta<sup>78</sup>, definitivno, za cilj imaju samo jednu stvar, a to je samopromocija, u slučaju predsednika Srbije, i promocija predsednika Srbije, kad je reč o premijerki. Siguran sam da je narod u Srbiji pohrlio po trgovinskim lancima u poteru za toalet papirom, jer jedini razlog za njegovo prisustvo u abnormalnim količinama u srpskim domovima vidim upravo zbog ovakvih nastupa naših državnika.“

Ništa manje kritičan nije ni još jedan redovni kolumnista *Danasa* Slaviša Lekić. U svojoj kolumni u kojoj reaguje na izjavu Vučića da će se testirati na koronavirus ukoliko televizija *NI* još dva puta emituje dokumentarni film „Vladalac“, političku biografiju Vučića čiji je Lekić jedan od autora, kolumnista *Danasa* piše:

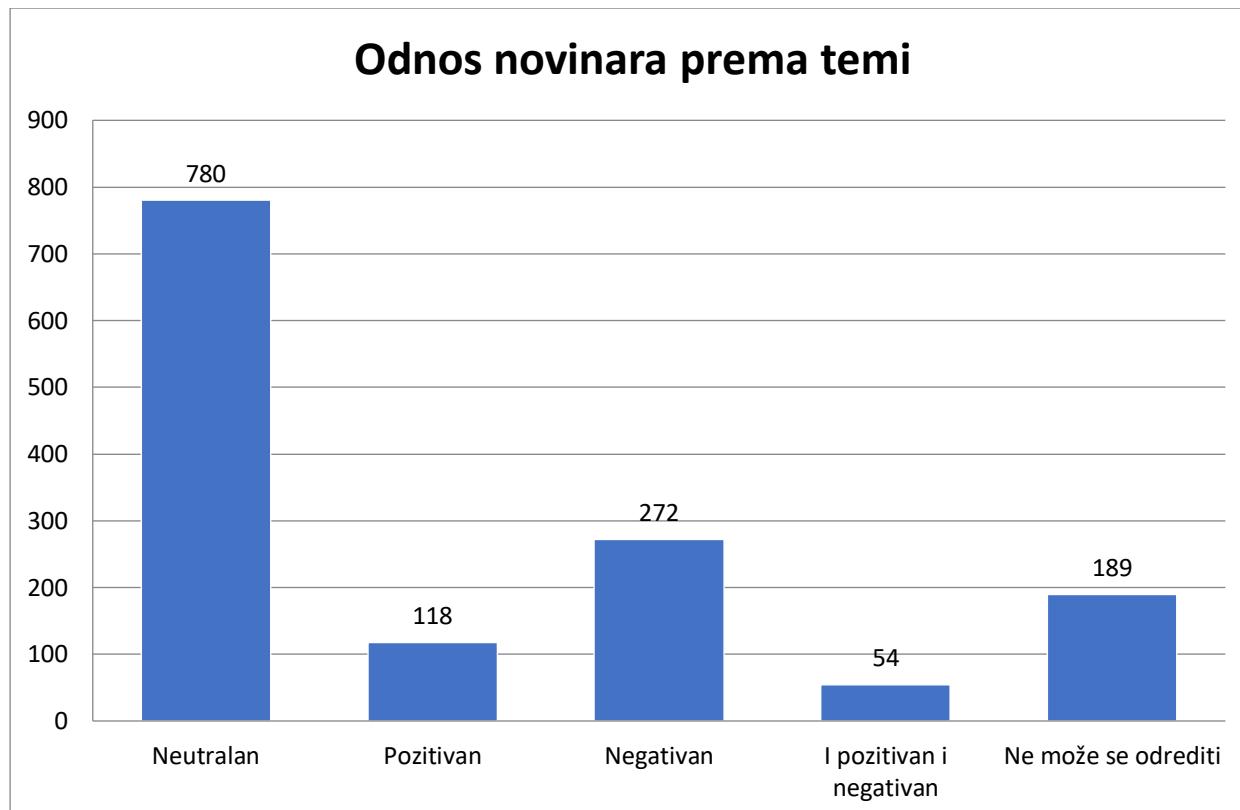
„Da ništa drugo Aleksandar Vučić nije uradio ili rekao svih ovih osam godina koliko jezdi ovim prostorom, ovo je više nego dovoljno svedočanstvo da je Srbija danas prćija jednog čoveka, teritorija gde za njega i podređene mu političke huligane ne važe zakoni, procedure i protokoli, okruženje u kojem su ljudska prava u zapećku i ambijent u kojem oni koji imaju kritičku distancu prema takvom odnosu vladajući klike naspram države bivaju prokuženi i proganjani.“

<sup>78</sup> Na ovom mestu neophodno je istaći da oslovljavanje premijerke Srbije sa „Čale“ predstavlja govor mržnje na osnovu seksualne orijentacije premijerke, i da slučajevi takvog oslovljavanja do sada nisu sankcionisani.

Grafikon 47: Objekti u medijskim objavama lista *Danas*

Sveukupno gledano, političari na vlasti dvostruko su zastupljeniji kao objekti od opozicionih političara, što predstavlja značajnu razliku u odnosu na kategoriju subjekta, kao i dalju indikaciju da *Danas* medijske probleme vidi kao neodvojive od aktuelne vlasti.

Odnos novinara *Danasa* prema prići o kojoj izveštavaju neutralan je u više od polovine slučajeva. Neutralnost novinara *Danasa* ogleda se u saopštavanju informacija, pružanju šireg konteksta neophodnog za razumevanje određenog događaja, predstavljanju argumenata obe strane i prepuštanju sagovornicima da oni budu ti koji iznose mišljenja i daju vrednosne ocene. Odnos novinara ne može se odrediti u 13 posto tekstova – u pitanju su tekstovi koji nisu dovoljno dugački da bi novinar uopšte mogao da iskaže svoju subjektivnost/objektivnost. Tekstovi čiji su autori subjektivni čine nešto manje od trećine čitavog uzorka. Među njima, najveći deo su oni u kojima autori imaju negativan stav – najčešće se radi o (oštrog) kritici prisutnoj u komentarima objavljenim u rubrikama „dijalog“ i „dijalog plus“. Autori imaju pozitivan stav u osam posto tekstova – većinom kratkih izjava iz akcije „I ja podržavam *Danas*“, ali i tekstovima u kojima se hvale nagrađeni mediji i novinari ili odaje počast preminulim medijskim radnicima.

Grafikon 47: Odnos novinara prema temi u listu *Danas*

### 10.3. Zaključak i preporuke

Dnevni list *Danas* objavio je 1416 tekstova o medijskim temama u 304 broja za analizirani period od godinu dana. S obzirom na obim od skoro pet tekstova o medijima po pojedinačnom broju *Danasa*, može se reći da ovaj medij često i obimno piše o medijskim temama. Uz to, značajan broj ovih tekstova najavljen je na naslovnim stranama, a veliki procenat tekstova su složeni žanrovi, što govori da *Danas* znatno vrednuje medijske teme, kao i da pitanja i probleme koji se tiču medija obrađuje opširno i analitički. Osim toga, rubrike „dijalog“ i „dijalog plus“ predstavljaju prostor u kojem relevantni akteri mogu da iznose svoja mišljenja o aktuelnim pitanjima, a značajan broj tekstova iz ovih rubrika koji se dotiču medija sugerise da se u *Danisu* ove teme stavlju na društvenu agendu kako bi se o njima vodila javna debata. Raznovrsnost aktera kojima je data prilika da govore o medijskim temama implicira da se o ovim temama mogu čuti isto toliko raznovrsni stavovi i mišljenja. Ipak, najvećem broju njih zajednička je kritika aktuelnog režima i uverenje da su nepovoljni aspekti trenutne situacije u medijima velikim delom krivica trenutne vlasti.

Iako se uređivačka politika i izveštavanje *Danasa* o medijskim temama najvećim delom može okarakterisati kao primer dobre prakse, ipak postoje i određene preporuke koje bi mogle

poboljšati već ionako profesionalno izveštavanje ovog lista. Premda je medijska inicijativa zastupljena u *Danasu* u značajnom procentu, još veći broj tekstova ovog tipa nikada nije loša sugestija ni za jedan medij. Druga preporuka odnosi se na pristrasnost novinara *Danasa*. Iako se radi o (posmatrano u odnosu na čitav uzorak) malobrojnim izuzecima, vest, izveštaj i pogotovo članak trebalo bi da budu najobjektivniji žanrovi u novinarstvu, u kojima je svaki oblik subjektivnosti nepoželjan. S obzirom na to da *Danas* već ima rubrike u kojima je moguće slobodno izraziti sopstveno mišljenje, preporuka bi bila da novinari *Danasa* to čine na tim mestima.

## 11. UPOREDNA ANALIZA IZVEŠTAVANJA DNEVNIH NOVINA O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA

Raznovrsnost izveštavanja dnevnih novina o medijskim temama posledica je različitosti medijskih koncepata monitorovanih dnevnih listova. Različiti koncepti uslovljeni su kako vlasničkom strukturu, tako i različitim uređivačkim politikama. U kontekstu ideološke opredeljenosti među medijima su uočene različite opcije političkog spektra – od izrazite kritičke orijentacije ka vladajućoj strukturi, preko paradigme relativno ujednačene zastupljenosti aktera različitih ideoloških orijentacija, do izričite podrške aktuelnom režimu. Konkretni kvantitativno-kvalitativni parametri jasnije ukazuju na razlike, ali i na pojedine ujednačenosti u izveštavanju monitorovanih medija.

Značajnu razliku u odnosu na sve ostale medije napravio je list *Danas*. Brojnošću tekstova kojima se *Danas* bavio medijima prevaziđeni su svi ostali listovi (Tabela 1.). Osim brojnošću tekstova, *Danas* je doprineo kvalitetu dijaloga o medijskim temama pišući o njima sveobuhvatno, analitički, uz konsultovanje različitih subjekata, uz najveći procenat neutralnosti u tekstovima (55 posto) u odnosu na ostale medije (Tabela 2.).

DANAS	INFORMER	VEČERNJE NOVOSTI	BLIC	KURIR
1416	652	359	702	496

Tabela 3. Ukupan broj objavljenih tekstova

DANAS	INFORMER	KURIR	BLIC	VEČERNJE NOVOSTI
55 posto	22 posto	19 posto	20 posto	21 posto

Tabela 4. Procentualna zastupljenost neutralnosti u tekstovima

Relativna ujednačenost izveštavanja dnevnih novina uočena je prilikom odabira povoda za pisanje. Zastupljenost aktuelnih događaja kao povoda uočena je u visokom dvocifrenom procentu u svim medijima – *Danas* (73 posto), *Informer* (42 posto), *Kurir* (65 posto), *Blic* (53

posto), *Večernje novosti* (74 posto). Ovo je ujedno i najzastupljeniji povod u svim medijima izuzev *Informera*, kod kog najznačajniji ideo zauzimaju pseudodogađaji (52 posto). Značajno je istaći da je jedini mediji kod kog medijska inicijativa kao povod nije zastupljena tek u zanemarljivom procentu predstavlja dnevni list *Danas* (17 posto), dok ona u ostalim medijima zauzima od dva do pet posto udela.

Istovremeno, tematska opredeljenost samo u kvantitativnom smislu ukazuje na relativnu ujednačenost, dok se kvalitativnim parametrima uočavaju značajne razlike među monitorovanim medijima. Tako se teme poput „poslovanja medija“ ili „profesionalizam i etika drugog medija“ mogu zapaziti u svim monitorovanim medijima u dvocifrenom procentu (Grafikon 1.). Ipak, način na koji se izveštavalo o profesionalizmu i etici drugog medija najjasnije ukazuje na izrazitu polarizaciju medijske scene u Srbiji. Tako *Danas*, *Informer*, *Kurir* i *Večernje novosti* nedvosmisleno prave razliku među medijima koji se kritički odnose prema aktuelnom režimu i onima koji o režimu govore izrazito pohvalno i kod kojih se kritički odnos u tom kontekstu ne može uočiti. Novinari dnevnog lista *Danas* prema medijima koji se kritički odnose prema vlasti izveštavaju neutralno ili pozitivno, obaveštavaju javnost o pritiscima sa kojima se ti mediji suočavaju ili ističu njihove profesionalne uspehe. Istovremeno, prema medijima koji o vlasti govore pohvalno, *Danas* izveštava kao o pristrasnim medijima koji političkom agendum kompenzuju profesionalizam. Suprotno tome, *Informer*, *Kurir* i *Večernje novosti* ispoljavaju izrazito negativan odnos prema medijima koji kritički promatraju delovanje vlasti, ne utemeljujući svoj negativan odnos argumentovano, već etiketiranjem, *ad hominem* napadima i zamenom teza. Uredništvo *Blica* najčešće prepušta kolumnistima iznošenje stava o drugim medijima i tom prilikom su se mogla uočiti oba pola podeljene medijske scene.

Poslovanje medija je, takođe, tema čijom pokrivenošću se u monitorovanim medijima više reklo o političkim sukobima nego o samom poslovanju medija. Iako je u pitanju tema koja se direktno tiče medijske profesije, ekonomskog položaja novinara i njihove ekonomske i finansijske stabilnosti, ovoj temi nije pristupano niti sveobuhvatno niti kontinuirano.

Da se novinari suočavaju sa pritiscima različitih vrsta, među kojima se kao veoma značajna vrsta pritisaka ističu upravo oni ekonomske i finansijske prirode, medijski radnici su potvrdili i u toku fokus grupe, održane za potrebe ovog istraživanja.

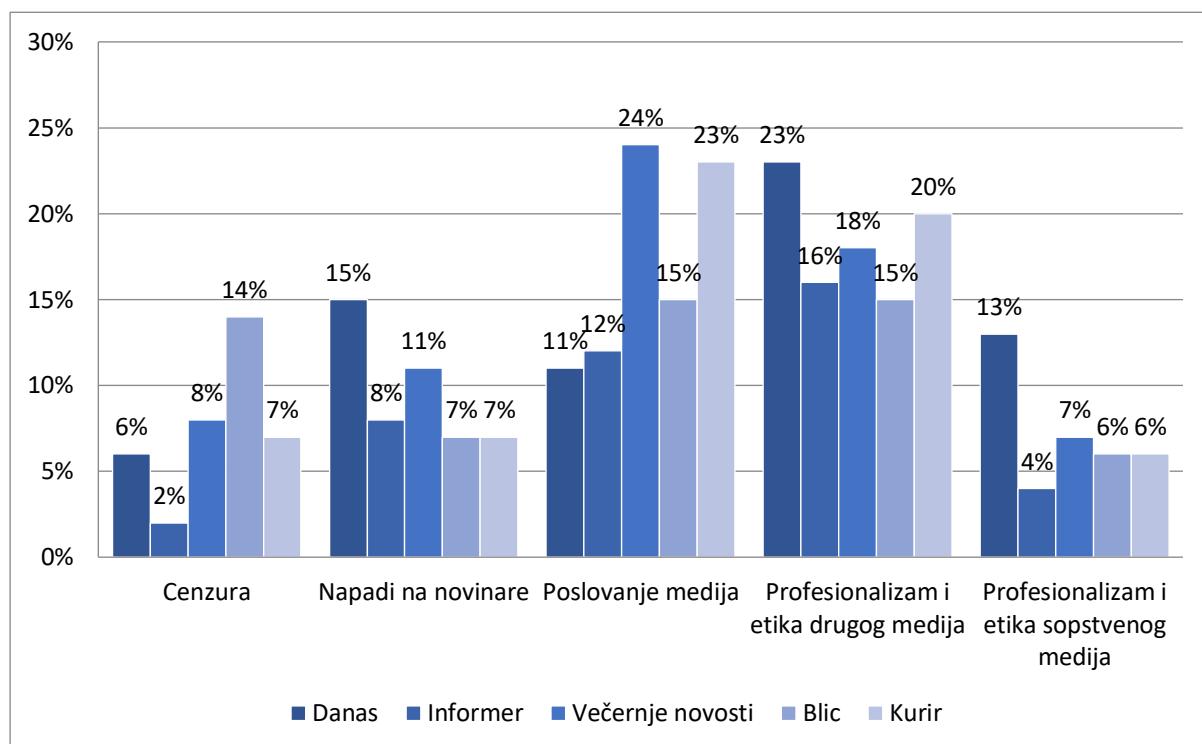
„Sigurno je da ko nije finansijski nezavistan, da je taj podložniji pritiscima sa različitih strana – kako novinari lično, tako i mediji.“

„Pritisaka ima i to govorim kao predstavnik sindikata „Nezavisnost“.

„Situacija koja postoji u medijima je jedan začarani krug. Kada mladi novinari tek počinju, kada nisu u poziciji zbog te 'mladosti' (što je ejdžizam koji se kod nas održava), nemaju iskustvo iza sebe, onda nemaju ni 'kapital' sa kojim da pregovaraju za veća prava i za veću platu. S druge strane to jako dobro znaju i poslodavci i tu situaciju i koriste.“

Prikazivanje poslovanja medija najčešće sa aspekta aktuelnog sukoba medijskog konglomerata i javnog preduzeća uz nedovoljno prikazivanje konkretnih situacija i problema koje medijsko poslovanje ostavlja na same radnike, ukazuje na nedostatak inicijative i neprepoznavanje aktuelnih tema koje jesu u interesu, kako medijskih radnika čiji rad je direktno pogoden različitim tipovima poslovanja, tako i šire javnosti, koja posledično konzumira sadržaj koji nije nastao kao rezultat autonomnog rada i objektivnog sagledavanja činjenica i događaja. Značaj sveobuhvatnije problematizacije poslovanja medija ogleda se i u veoma visokoj žanrovskoj zastupljenosti reklama u pojedinim medijima (*Blic* 34 posto, *Večernje novosti* 24 posto, *Kurir* 19 posto). Visoki udeli reklama nedvosmisleno svedoče o medijskoj zavisnosti od kapitala, koja takođe nije problematizovana.

Osim poslovanja medija, koje tematski jeste bilo zastupljeno, međutim, koje sadržinski nije ispunilo interes javnosti, apsolutna nezastupljenost ili gotovo nepostojeća zastupljenost određenih tema dodatno ukazuje na veoma slabu medijsku aktivnost i inicijativu. Tema koja je bila gotovo nepostojeća za monitorovane medije za period od godinu dana bila je „regulacija i Savet za štampu“. Ova tema je jedino u dnevnom listu *Danas* imala ideo od jedan posto, dok kod ostalih medija ona iznosi nula posto. Posmatrajući teme „medijsko vlasništvo“ (*Informer* nula posto, *Danas* nula posto, *Kurir* sedam posto, *Blic* tri posto, *Večernje novosti* šest posto) i „zakonodavna pitanja“ (*Informer* nula posto, *Danas* nula posto, *Kurir* četiri posto, *Blic* tri posto i *Večernje novosti* šest posto) može se zaključiti da one takođe nisu prepoznate kao važne za proces izveštavanja o medijima, slobodi medija i novinarima.



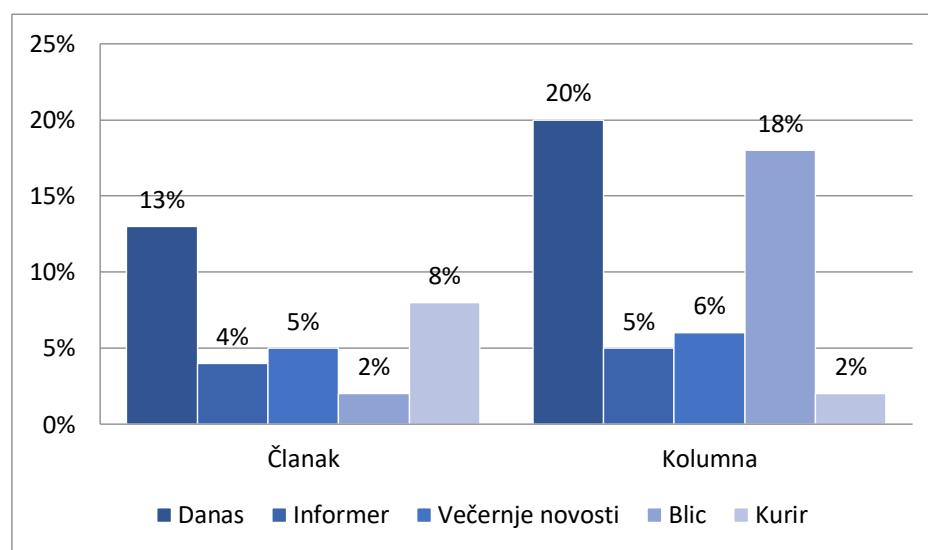
Grafikon 48: Najčešće zastupljene teme, uporedni pregled posmatranih dnevnih novina

Žanrovske pristupe prikaza odabranih tema takođe ukazuju na postojanje izvesne kvantitativne ujednačenosti i izrazitih kvalitativnih razlika u načinu prikaza medijskih tema. Mediji su većinom informacije saopštavali u jednostavnim, informativnim formama poput vesti, dužih vesti, izjava ili izveštaja. Članci, kao forma koja osim iznošenja činjenica podrazumeva i njihovu kontekstualizaciju, što samim tim podrazumeva i značajne kompetencije novinara, zauzimaju manje od 10 posto u svim monitorovanim listovima (*Blic* dva posto, *Informer* četiri posto, *Večernje novosti* pet posto i *Kurir* osam posto), izuzev *Danasa*, kod kog su članci prisutni u 13 posto monitorovanog uzorka. Ovaj dnevni list se takođe ističe procentualnom zastupljenosti kolumni (20 posto), a sličan udeo kolumni zabeležen je i u dnevnom listu *Blic* (18 posto). Ostali mediji su značajno manje prostora posvetili ovom žanru (od dva do šest posto).

Složeni žanrovi, iako su procentualno zauzimali manji distributivni udeo, u kvalitativnom smislu su pružili značajan uvid u način izveštavanja medija o medijima. Kolumna je naročito značajan pokazatelj uređivačkog mehanizma za saopštavanje dodatnih informacija i dodatnih kontekstualizacija činjenica. Kolumna kao žanr ima mogućnost da „hodom po ivici“ društveno prihvatljivog javnog diskursa dodatno istakne apsurdnost situacija koje proizvode ili održavaju određeni društveni problem. Takav pristup iziskuje veoma izražen osećaj za

meru, u suprotnom se sama krtika pretvara u absurd na koji se ukazuje. Ovakav pristup objavljivanja kolumni praktikuje u izvesnoj meri dnevni list *Danas* i u tom kontekstu uočeni su segmenti koji se smatraju govorom mržnje („čale“) i vulgarnošću, što može imati negativne posledice kako po medijsku profesiju, tako i po samu društvo. Pre svega, ukoliko ovakva pojava dolazi iz dnevnog lista koji po ostalim parametrima pokazuje izrazitu objektivnost i profesionalizam, postoji mogućnost da će se i kolumnе ovog tipa pretvoriti u normalizovani diskurs, koji se, ukoliko ostane bez jakog činjeničkog uporišta pretvara u veoma efikasno propagandno sredstvo. Normalizacijom forme koja je lako pretvorljiva u propagandu potencijalno se praksi koja se tom formom kritikuje omogućava dugotrajniji opstanak.

Istovremeno, odbrana ideologije nacionalizma, tradicije, načina vođenja države, ali i optužbe za izdajništvo, bile su okosnice kolumni *Informer* i *Večernjih novosti*, koje su upravo pokazatelj krajnosti u koju kolumna kao žanr zalazi ukoliko joj centralna tema nije bazirana na činjenicama, već na ubedjenju, ideologiji ili interesu. Osim u kolumnama, *Informer* je pristrasnost, etiketiranje i izostavljanje činjenica praktikovao i u člancima koji bi formalno trebalo da budu najsloženiji i najsveobuhvatniji žanr. Takva praksa se mogla uočiti i u dnevnom listu *Kurir*, koji je članke upotrebljavao za obračune sa drugim medijima (poput optužbi upućenih portalima koji se bave dekonstrukcijom lažnih vesti da su upravo oni ti koji manipulišu).



Grafikon 49: Zastupljenost složenih, analitičkih, žanrova, uporedni pregled posmatranih dnevnih novina

Uporedna analiza izveštavanja dnevnih novina o medijima, medijskim slobodama i novinarima, kao i u slučaju televizijskih portala, ukazuje na jasno izraženu polarizaciju u medijskoj sferi, koja se očituje prvenstveno političkom kontekstualizacijom medijskih tema. Većina medija paradigmu koja određuje način obrade tema koje se tiču medija često ne postavlja iz ciljeva, normi ili potreba medijske profesije već na osnovu političke opredeljenosti uredništva ili vlasničke strukture medija.

Zavisnost medija od ideologije i kapitala preslikala se kako na sadržaj, tako i na način obrade sadržaja koji se tiče medija, medijskih sloboda i novinara. Izuzev dnevnog lista *Danas*, kod kog se ispunjavaju profesionalni standardi i postoji medijska inicijativa i ujednačena žanrovska raspodela, ostali listovi pokazuju da mediji za same listove predstavljaju temu od sekundarnog interesa, o kojoj se izveštava ukoliko se prenosi dodatna poruka koja saopštava agendu van medijskog diskursa. Kvantitativno-kvalitativni parametri pokazuju da uz ovakvo izveštavanje najčešće idu niski profesionalni standardi poput negativne kampanje, senzacionalizma, pristrasnosti i izostavljanja činjenica od javnog interesa. Negovanje privida debate o medijima u neadekvatnim formama dodatno ukazuje na značaj kontinuiranog insistiranja na profesionalizaciji medija. Ukoliko su kanali i forme komunikacije neadekvatni kada se mediji bave temom koju bi trebalo najbolje da poznaju, onda i ostale teme o kojima se ovim putem komunicira mogu biti i trebalo bi da budu dovedene u pitanje.

## 12. UDRUŽENJA NOVINARA O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA U SRBIJI

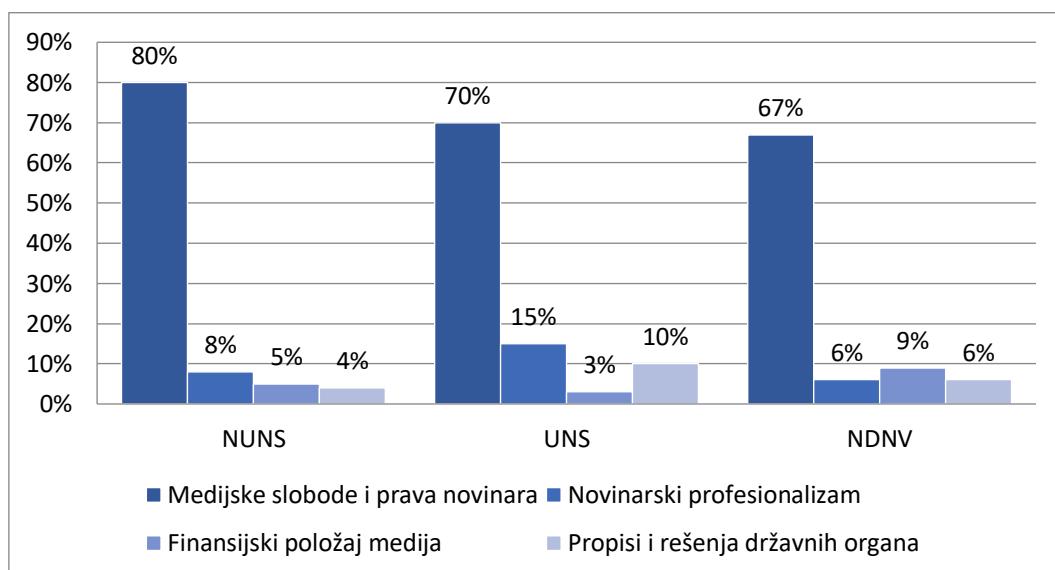
U okviru istraživačkog projekta Novosadske novinarske škole čiji je cilj da utvrdi koliko i na koji način mediji izveštavaju o medijima, slobodi medija i novinarima u Republici Srbiji, u ovom pregledu interpretiramo rezultate istraživanja koji se tiču tema/pitanja koje su se novinarskim udruženjima (*Nezavisno udruženje novinara Srbije – NUNS, Udruženje novinara Srbije – UNS i Nezavisno udruženje novinara Vojvodine – NDNV*) pokazale bitnim u vezi sa funkcionisanjem medija (O kojoj vrsti tema je reč i o kakvom pristupu temi – opisu, ocenjivanju, problematizovanju sa uočavanjem uzroka, predlaganju rešenja?), objekata (O kome se govori?) i vrednosne orijentacije (Koja vrsta javnog interesa se afirmiše i posredstvom kojih vrednosti?).

U istraživanju su korišćene kvalitativno-kvantitativna analiza sadržaja, kojom su obuhvaćena saopštenja i vesti pomenutih novinarskih udruženja plasiranih između 1. avgusta 2019. godine i 31. jula 2020. godine i dubinski intervjuji sa rukovodiocima ovih organizacija i stručnjacima.

### 12.1. O čemu nas obaveštavaju novinarska udruženja i regulatorna tela?

Kada je reč o pitanjima koja su bila od značaja za novinarska udruženja u vezi sa funkcionisanjem medija, rezultati analize u navedenom periodu govore da je jedna tema od naročitog značaja. Reč je o pitanju medijskih sloboda i prava novinara. Ovom korpusu pitanja novinarska udruženja su posvetila tri četvrtine (75 odsto) svih saopštenja upućenih javnosti. Ostale teme su znatno ređe tretirane. Tako je pitanju novinarskog profesionalizma posvećena svaka deseta poruka (10 odsto), rešenjima državnih organa u vezi sa funkcionisanjem medija svaka petnaesta (šest i po odsto) a finansijski položaj medija je bio tema u manje od pet odsto sadržaja. Prisustvo svih ostalih pitanja poput, na primer, zakonodavne inicijative u medijskoj sferi ili edukacije novinara je zanemarljivo i na nivou je statističke greške. Potonje je indikativno i moglo bi da uputi na to da su udruženja novinara zadovoljna zakonskim okvirom koji reguliše rad novinara, da novinarski kadar poseduje odgovarajući nivo

obrazovanja za obavljanje novinarske delatnosti i da je finansijski položaj medija uglavnom zadovoljavajući i da, konačno, novinari, u osnovi, poštuju stručne standarde kada izveštavaju građane o dešavanjima u društvu. Nasuprot ovome, međutim, stoji da se mediji kao sredstva/kanali i kao subjekti komuniciranja suočavaju sa preprekama da izvršavaju svoju osnovnu ulogu u normativnom smislu – da budu informatori o društvenim i političkim pitanjima, da otvaraju različite teme i pokreću javnu raspravu o značajnim društvenim pitanjima, da budu posmatrači i (pr)ocenjivači zbivanja i da budu kanali predstavljanja različitih političkih subjekata i arena političkog nadmetanja. Drugim rečima, na osnovu navedenih nalaza, nameće se zaključak da, prema novinarskim udruženjima, u Republici Srbiji nije zagarantovana sloboda izražavanja kao mehanizam kojim se osigurava da građani budu informisani o tome šta se dešava u društvima u kojima žive.



Grafikon 49: Najzastupljenije teme u saopštenjima novinarskih udruženja u Srbiji

Pitanje bezbednosti i zaštite novinara i sloboda izražavanja i informisanja je od prvorazrednog značaja za svako od novinarskih udruženja posmatranih zasebno. Razlika u fokusiranosti na ovo pitanje među novinarskim udruženjima povlači za sobom i razlike na nivou opšte tematske strukture njihove komunikacije sa javnošću. Tako NUNS karakteriše izraženi disbalans u tretmanu pitanja u vezi sa funkcionisanjem medija. Sva druga pitanja koja ova organizacija pokreće – pitanje novinarskog profesionalizma (poštovanja novinarske etike i zakonskih normi), finansijskog položaja medija, propisa i rešenja državnih organa (tumačenja i reagovanja na propise državnih organa i konkretne mере koje se preduzimaju u skladu sa ovima) ne dobijaju ni petinu njegove pažnje. Konkretno, pitanju novinarskih

sloboda NUNS posvećuje četiri od pet plasiranih saopštenja (81 odsto). Preostala petina sadržaja posvećena je novinarskom profesionalizmu (osam odsto), finansijskom položaju medija (četiri i po odsto), rešenjima državnih organa u vezi sa radom novinara/medija (četiri odsto) i inicijativama u vezi sa zakonskim predlozima (manje od jedan odsto).

Tematska struktura saopštenja koje UNS i NDNV plasiraju javnosti je razuđenija. Pitanju medijskih sloboda UNS posvećuje sedam od deset saopštenja, pitanju novinarskog profesionalizma 15 odsto poruka, u svakom desetom saopštenju reaguje se na propise državnih organa i konkretne mere koje se preduzimaju u skladu sa njima, dok je finansijskom položaju medija posvećena neznatna pažnja (tri odsto). Uz pitanje medijskih sloboda kojima posvećuje dve trećine plasiranih saopštenja (67 odsto), NDNV se više od preostala dva novinarska udruženja bavi finansijskim položajem medija (u gotovo svakom desetom saopštenju – devet odsto). Pitanjima novinarskog profesionalizma i državnih mera u vezi sa radom medija posvećena je podjednaka pažnja (po šest odsto).

Pristup temama kojima se bave novinarske organizacije u Republici Srbiji dominantno je u vezi sa aktuelnim događajima. Reč je, u najvećem broju slučajeva, o pristupu temi koji podrazumeva opis događaja, njegovu problematizaciju na planu političke komunikacije i iznošenje stavova novinarskih organizacija o događajima i njegovim akterima. Predlaganje rešenja u svim slučajevima pretnji novinarima ili njihovom fizičkom onemogućavanju da obavljaju delatnost se svodi na poziv državnim organima na primenu zakonskih mera.

## **12.2. Ko je kakav u vestima novinarskih udruženja u Srbiji?**

Napadi i pritisci na novinare zauzimaju istaknuto mesto u saopštenjima sve tri novinarske organizacije. Njih je, prema evidenciji NUNS-a u Srbiji od početka 2019. do sredine decembra iste godine bilo 104, dok je u prva četiri meseca 2020. godine zabeleženo 70 pritisaka i napada na novinare, a 30 posto tih napada dolazi od predstavnika države. Prema NUNS-u, oni su posledica „neprijateljskog okruženja za novinare“ kreiranog od strane vlasti a koje podstiču njoj podređene organizacije, mediji i pojedinci. Otuda su stavovi koje NUNS iznosi u saopštenjima koja se tiču republičke vlasti negativni u dve trećine slučajeva (67 odsto). Vlast se kritikuje da vodi „orkestriranu kampanju“ protiv medija koji kritikuju njen rad u koju (kampanju) su uključene neformalne grupe poput navijačkih („...huligani daju sebi za pravo da nasreću na novinare i druge medijske radnike, izriču im pretnje i najgore uvrede, upravo poučeni rečnikom državnih funkcionera.“, „... huligani imaju podrsku državnih

struktura“). Kao akteri kampanje prepoznati su i pristrasni mediji („...uredništvo RTS-a svoj informativni program u velikoj meri podredilo propagandi vladajuće partije.“, „...tabloidi predvođeni 'Informerom' kreću u novu difamatorsku kampanju protiv nezavisnih novinara“, „Nezavisno udruženje novinara Srbije najoštrije osuđuje kampanju koju tabloid Kurir poslednjih dana vodi protiv pojedinih novinara i medija i upozorava javnost da je u pitanju orkestrirani obračun provladinih glasila sa profesionalnim novinarima i medijima koji rade u javnom interesu“ itd.); pojedinci („Upravo činjenica da su Kaićev tekst objavljen juče ujutro na njegovom blogu odmah sinhronizovano preneli prorežimski mediji Pink, Informer i Srpski telegraf ukazuje na to da je “medijski analitičar” samo puki izvršilac najcrnje propagande i volje vlasti“); predstavnici vladajuće koalicije („...neprimerene uvrede koje su funkcioneri i narodni poslanici vladajuće koalicije izrekli nakon prikazivanja dokumentarnog filma...“) i drugih političkih partija („Mete njegovih (Vojislava Šešelja – prim. aut.) brutalnih verbalnih napada su posebno novinari...“); Srpska pravoslavna crkva („...uticajni verski poglavari svojim ekstremističkim istupom ozbiljno ugrozio bezbednost novinara“) i najviši državni funkcioneri („...najvizi državni funkcioneri su izvor zastrašivanja novinara“, „NUNS je i ranije na osnovu izjava i postupaka državnih funkcionera iznosio sumnje da su nezavisni i profesionalni novinari praćeni i prisluškivani“) na čelu sa predsednikom Republike koji se, zajedno sa svojim saradnicima i „prorežimskim medijima“, optužuje za „nemilosrdnu kampanju“ protiv medija koji obaveštavaju javnost o korupcionaškim aferama i kritikuju vlast.

Negativni odnos u saopštenjima ove novinarske organizacije preovlađuje i kada je reč o lokalnim vlastima (u pet od šest saopštenja) i političkim partijama (u sedam od 10 saopštenja). Odnos prema pravosuđu je uravnotežen (polovina neutralnih i po četvrtina negativnih i pozitivnih stavova). U odnosu prema državnoj upravi, prevashodno prema policiji, identifikovana je polovina negativnih i polovina neutralnih stavova. Većina saopštenja ima pozitivnu konotaciju kada je reč o medijima koji su predmet stava (u gotovo dve trećine slučajeva), svako deseto saopštenje je neutralno a manje od pet procenata je negativno. Potonja se odnose na gorepomenute medije kojima se prigovara da simplifikuju sliku sveta u korist vlasti, formiraju propagandnu figuru tzv. žrtvenog jarca u cilju anatemisanja drugačijeg mišljenja (od vlasti) i njegovog eliminisanja sa političke scene, dovodeći u vezu stavove medija sa konkretnim novinarima („NUNS osuđuje kampanju koju tabloid Kurir poslednjih dana vodi protiv pojedinih novinara i medija i upozorava javnost da je u pitanju orkestrirani obračun provladinih glasila sa profesionalnim novinarima i medijima

koji rade u javnom interesu“ i sl.) i koja ne poštuju novinarski kodeks i medejske zakone („Sankcionisati Informer i Srpski telegraf zbog grubog kršenja zakona i kodeksa novinara“ u slučaju Karimanović, „...Informer za samo tri meseca (jul, avgust, septembar 2019) čak 296 puta prekršio Kodeks novinara Srbije...“ i sl.). NUNS učestalo apeluje u saopštenjima na državne institucije da adekvatno reaguju na pretnje i uvrede na račun novinara kao i na širenje govora mržnje, ali i da stave u zaštitu i obezbede transparentnost u postupcima koji se pokreću protiv izvora novinarskih informacija (kao u slučaju uzbunjivača u aferi Krušik). Konačno, obrazac po kome tretira aktere na domaćoj političkoj i društvenoj sceni, NUNS „preslikava“ i na regionalni plan gde iznosi kritike na račun vlasti u okruženju i njihovog odnosa prema novinarima.

Izrazite kritike na račun vlasti i državnih institucija, NUNS iznosi u trima slučajevima – hapšenju i krivičnom gonjenju uzbunjivača iz Krušika u oktobru 2019. godine, reakciji predstavnika vladajuće koalicije i državnih funkcionera na prikazivanje filma „Vladalac“ na televiziji *NI* na početku izborne kampanje i povodom Zaključka Vlade Srbije od 28. marta 2020. godine kojim se određuje informisanje stanovništva o stanju i posledicama zarazne bolesti kovid 19 i hapšenju novinarke Ane Lalić u vezu sa ovim. Zaključci ove novinarske organizacije u vezi sa prvim i trećim slučajem je da je vlast vršila prisak na tužilaštvo i policiju koji su se bavili ovim slučajem, odnosno uticala na prezumciju nevinosti. U vezi sa drugim slučajem iznosi se zaključak da je na delu „orkestrirani obračun provladinih glasila sa profesionalnim novinarima i medijima koji rade u javnom interesu“. U pogledu novinarskog profesionalizma, NUNS posebnu pažnju posvećuje slučaju otmice maloletne Monike Karamanović i najoštiriye osuđuje tabloidne medije zbog drastičnog kršenja novinarskog kodeksa.

Većina ovih događaja je i u fokusu UNS-a i načelni stav u vezi sa njihovim ključnim akterima je sličan NUNS-ovom. On je istovetan u vezi sa pitanjem novinarskog profesionalizma u slučaju Karimanović, kao i u pogledu zahteva prema vlastima u slučajevima Ane Lalić i uzbunjivača iz Krušika. Reakcije predstavnika vladajuće koalicije i državnih funkcionera posle emitovanja „Vladaoca“, međutim, nisu doatile pažnju UNS-a. Republička vlast je predmet/objekat saopštenja UNS-a jedanko često kao i kod NUNS-a, ali je negativni stav ove organizacije prema predstavnicima vlasti manje učestao. U svakom drugom saopštenju u vezi sa vlastima, njeni predstavnici su tretirani negativno. Za razliku od gotovo kontinuirane kritike vlasti od strane NUNS-a, UNS kritikuje republičku vlast direktno (“UNS ponovo podseća da je uloga novinara i medija da obezbede pravovremeno i

tačno izveštavanje, a zaključak Vlade takvo izveštavanje onemogućava”, “...Ministarstvo ne prepoznaće osnovnu ulogu novinarstva”, “Ministarstvo finansija i Uprava da objasne zašto sumnjiče novinare, medije i udruženja za pranje novca” itd.), ali i difuzno – izlažući kritici ponašanje drugih aktera, poput ekonomskih, a koji su u vezi sa republičkim vlastima (onemogućavanje novinarima televizijskih stanica *Al Džazira* i *N1* da prisustvuju otvaranju vetroparka u vlasništvu kompanije iz Abu Dabija uprkos odredbi Zakona o informisanju o zabrani posredne i neposredne diskriminacije po bilo kom osnovu od strane organizatora događaja kome, u ovom slučaju, prisustvuje i predsednik Srbije). Po istom osnovu, kritika je usmeravana i ka lokalnim vlastima (vlast u Vrbasu onemogućila TV *N1* da izveštava sa sednice Skupštine opštine Vrbas; Gradsko Veće Pančeva je izmenom poslovnika onemogucilo da predstavnici sredstava javnog informisanja imaju pravo da prisustvuju sednicama Gradskog veća i sl.). Kada je reč o vrednosnoj orijentaciji u vezi sa ovim akterom – skoro devet od 10 saopštenja UNS-a je negativno intonirano. Iako ne dominira u saopštenjima o državnoj upravi (četiri od deset saopštenja je negativno intonirano), kritika na njen račun u vezi je sa neuobičajenom praksom policije (i tužilaštva) u slučaju hapšenja uzbunjivača iz Krušika i kritikama na račun policijske neefikasnosti. Izrazita negativna orijentacija u saopštenjima UNS-a preovlađuje u vezi sa odnosom političkih partija prema novinarima. Prvi se osuđuju zbog uvreda, pretnji i akata nasilja koje stranački funkcioneri čine prema novinarima (SNS hitno da smeni D. Simonovića, optuženog za paljenje kuće novinara M. Jovanovića; osuda vulgarnih i seksističkih pretnji S. Trifunovića, lidera PSG, upućenih novinarki RTS-a, „UNS protestuje zbog izjava predsednika Liberalno-demokratske partije Čedomira Jovanovića da su novinari ‘Nedeljnika’ saradnici bezbednosnih službi i traži da im se izvini zbog iznošenja ovih optužbi”, „UNS poziva nadležne državne organe da hitno istraže pretnju koju je potpredsednica Stranke slobode i pravde Marinika Tepić navodno uputila novinaru Miroslavu Milakovu” i sl.), Odnos prema pravosuđu, koji je većinski neutralan (u 50 odsto saopštenja) spočitava se neefikasnost u radu na slučajevima koji su u vezi sa novinarima/medijima (u pismu UNS-a i NUNS-a Organizaciji proizvođača fonograma Srbije se navodi da se mogućnost da ovi naplate svoja potraživanja sudskim putem „...pokazala... efikasnijom od izgleda vlasnice Kanala 9 da svoja prava ostvari pred Vrhovnim, Ustavnim i Upravnim sudom.“ itd.). U saopštenjima UNS-a u kojima su mediji i novinari glavni akteri (a koja su mahom pozitivno intonirana – u 40 odsto slučajeva), svako deseto je kritički intonirano i tiču se pitanja novinarskog profesionalizma (poput kritike iznete na račun uredništva nedeljnika NIN zbog pristajanja na cenzuru, odnosno na izmenu naslovne strane pod pritiskom izdavača, na račun BIRN-a zbog neosnovane tvrdnje njenog urednika da

je predsednik UNS-a navodno bio upoznat sa hapšenjem uzbunjivača iz Krušika i osude *Pinka* zbog „neprimerene kampanje“ ovog „provladinog medija“ protiv novinara TV *N1 M. Sovilja* i sl.). Za razliku od NUNS-a koji se bavi napadima na novinare u region, u fokusu UNS-a je položaj novinara u srpskim sredinama na Kosovu i Metohiji i u Crnoj Gori.

U relativno retkim saopštenjima koja je NDNV izdavao u posmatranom periodu, kao i kada je reč o NUNS-u, karakteristična je direktna kritika vlasti, sa jasno izraženim stavovima. Republička vlast je izlagana kritici u svakom od saopštenja koja su se nje ticala. U saopštenjima koja su, inače, izdavana povodom aktuelnih događaja daje se detaljan opis događaja sa ukazivanjem na uzroke i predlaganjem rešenja problema. U saopštenjima ove organizacije se ističu politički pritisci, ekonomsko iscrpljivanje i selektivna primena zakona kao dominantni uzrok problema u funkcionisanju medija, naročito lokalnih, i poziv državnim institucijama da „obezbede funkcionisanje pravne države“ kao rešenje problema. Novinari su, u ocenama NDNV, suočeni sa diksvalifikacijama koje dolaze sa strane političkih stranaka. Ova organizacija ukazuje na učešće tabloidnih medija u prljavoj kampanji protiv novinara koji iznose kritike na račun vlasti i na nečinjenje na strani pravosuđa čime ono pokazuje da ne radi u javnom interesu. Uz navedeno, karakteristika u komunikaciji ove organizacije sa javnošću, za razliku od UNS-a i NUNS-a, jeste pozivanje građana da „stanu u odbranu novinara“ i doprinesu gorepomenutom „funkcionisanju pravne države“. Poziv na građansku participaciju ne sadrži i opis mera koje bi građani trebalo da preduzmu.

### **12.3. Zaključak**

U vezi sa pitanjima/problemima povodom kojih se oglašavaju, dve su osnovne karakteristike komunikacije novinarskih organizacija sa javnošću:

- 1) isticanje ugroženosti medijskih sloboda i prava novinara na rad, odnosno nepostojanje uslova za slobodan rad novinara i
- 2) apel državnim institucijama da se obezede uslovi za njihov nesmetan rad.

Analiza sadržaja koji su novinarske organizacije plasirale javnosti od 1. avgusta 2019. do 31. jula 2020. godine pokazuje da se mediji suočavaju sa političkim pritiscima, da izvesni mediji pristrasno u odnosu na vlast informišu o zbivanjima u društvu i da učestvuju u organizovanoj političkoj persuaziji, da mediji nemaju uvek mogućnost da prisustvuju događajima čiji su akteri nosioci državnih i drugih javnih funkcija i da nisu pod kontrolom autonomne upravljačke elite koja dozvoljava poštovanje profesionalnih standarda novinarske profesije.

Rezultati analize sadržaja saopštenja novinarskih organizacija u značajnoj meri odgovaraju nalazima dobijenim iz dubinskih intervjuja. Ovi pokazuju da se saopštenjima novinarske organizacije najčešće oglašavaju povodom kršenja elementarnih prava novinara koja su učestala i, kao takva, dobijaju prednost u ovom vidu komunikacije sa javnošću.

Uzrok različitih pritisaka na novinare potiče iz ambijenta u kome se posao novinara ne percipira od strane političkih subjekata, ali i samih novinara, kao značajan za zajednicu, već pre kao instrument ostvarivanja partikularnih interesa (pa se, otuda, i neki novinari više ponašaju kao društveno-politički nego kao javni radnici). U kontekstu ovoga ukazuje se i na skorašnju transformaciju na medijskoj sceni – od doskorašnjeg monopola izvršne vlasti (koja je vršila uticaj na medije posredstvom državnog budžeta, budžeta lokalnih samouprava ili budžeta javnih preduzeća) do pojave dva centra medijske moći od kojih drugi otvoreno podržava opozicione političke subjekte. U kontekstu gorenavedenog primetna je razlika među novinarskim udruženjima. Naime, dok NUNS i NDNV eksplicitno iznose da vlast intencionalno formira kontekst u kome se dešavaju pritisci na novinare, kod UNS-a se, uprkos kritikama na račun vlasti povodom konkretnih (ne)činjenja, ne može identifikovati ovakav stav na nivou analize dugoročne komunikacije sa javnošću a slična praksa se pripisuje i opozicionim političkim subjektima. Uz pažnju UNS-a posvećenu medijskim slobodama novinara u srpskim sredinama u regionu (Kosovo i Metohija i Crna Gora) i gotovo odsustvo ove tematike u saopštenjima drugih dveju organizacija (uz fokus NUNS-a na drugim regionalnim akterima), gorenavedena razlika među novinarskim udruženjima u značajnoj meri ukazuje na dominantne ideološke podele u društvu.

Tema koja nije mogla da se identifikuje u analizi sadržaja saopštenja novinarskih udruženja a na koju je ukazano u intervjuima u vezi je sa pritiscima vlasnika medija na novinare. Kao razlozi zbog kojih novinarske organizacije ne protestuju javno zbog nedozvoljenog pritiska vlasnika medija na njih navode se bojazan novinara da se suprotstavi vlasniku medija i nepostojanje sindikata koji bi se borili za radna prava novinara i medijskih radnika. Polazeći od toga da medijska praksa u Srbiji zavisi prevashodno od vlasnika i finansijera, novinarska udruženja ne mogu značajno ni da utiču na nju. Ona bi to mogla ukoliko bi udruženje imalo ulogu sindikata.

Novinarska udruženja su se pokazala uticajnijim u nastojanju da koriguju ponašanje političara. Na ovo ukazuje ponašanje Vlade tokom vanrednog stanja kada su novinarske organizacije tražile povlačenje uredbe kojom je faktički bila uvedena cenzura (i koju je Vlada

brzo povukla). Takođe, povlačenje novinarskih udruženja iz radne grupe za medijsku strategiju je dovelo do promene formata i novog modela pisanja strategije.

## 13. REGULATORNA TELA O MEDIJIMA, SLOBODI MEDIJA I NOVINARIMA U SRBIJI

U okviru istraživačkog projekta Novosadske novinarske škole čiji je cilj da utvrdi koliko i na koji način mediji izveštavaju o medijima, slobodi medija i novinarima u Republici Srbiji, u ovom pregledu interpretiramo rezultate istraživanja koji se tiču tema/pitanja koje/a su se regulatornim telima (*Regulatorno telo za elektronske medije* (REM) i *Savet za štampu*) pokazale bitnim u vezi sa funkcionisanjem medija (O kojoj vrsti tema je reč i o kakvom pristupu temi – opisu, ocenjivanju, problematizovanju sa uočavanjem uzroka, predlaganju rešenja?), objekata (O kome se govori?) i vrednosne orijentacije (Koja vrsta javnog interesa se afirmaše i posredstvom kojih vrednosti?).

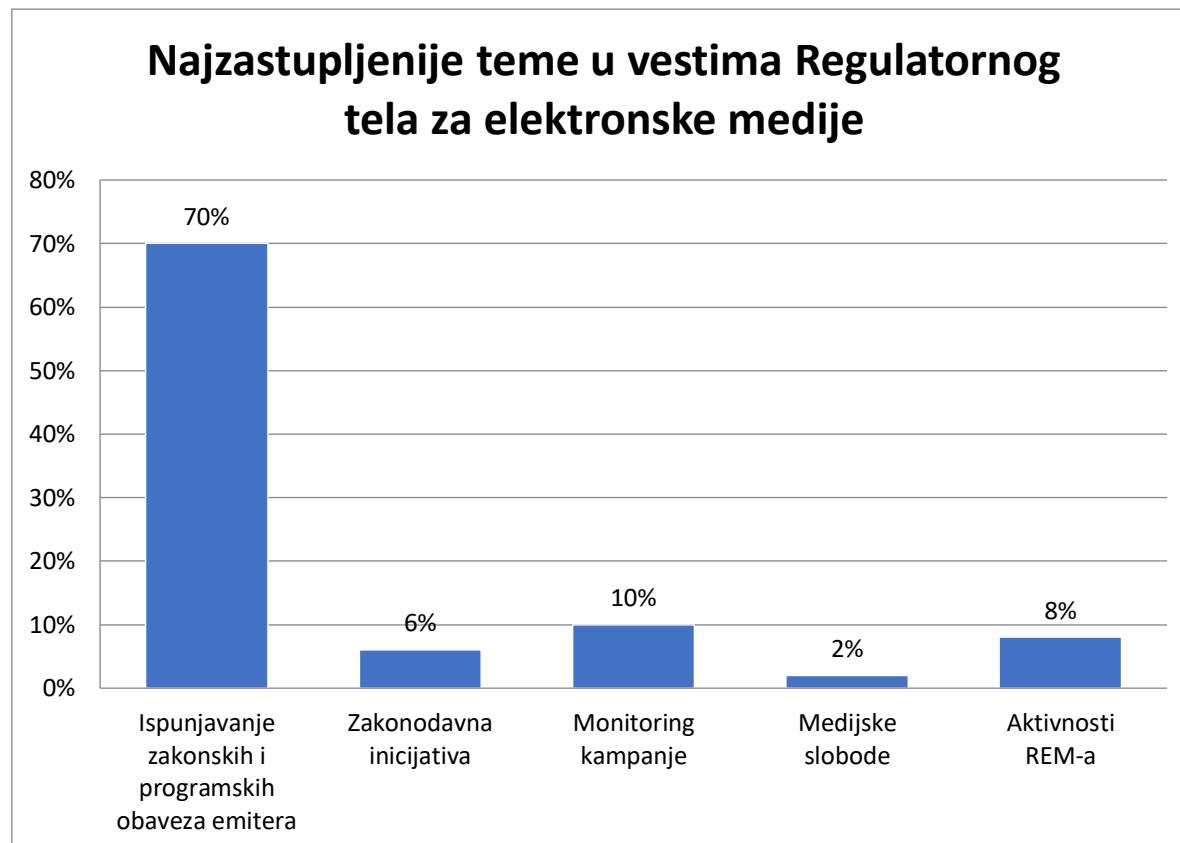
U istraživanju su korišćene kvalitativno-kvantitativna analiza sadržaja, kojom su obuhvaćena saopštenja i vesti regulatornih tela koje su ovi plasirali između 1. avgusta 2019. godine i 31. jula 2020. godine i dubinski intervju sa rukovodiocima ovih tela i stručnjacima.

### 13.1. O čemu nas obaveštavaju regulatorna tela?

*Regulatorno telo za elektronske medije* (REM) se u najvećem broju saopštenja za javnost bavi medijskim poštovanjem zakona kojima je regulisan njihov (medijski) rad. Ispunjavanju zakonskih i programske obaveza emitera posvećeno je 70 odsto saopštenja koje REM plasirao u posmatranom periodu. Druga najznačajnija tema u saopštenjima ovog regulatornog tela je u vezi sa monitoringom kampanje za parlamentarne i lokalne izbore u Republici Srbiji. Ovom pitanju je, na nivou celokupnog posmatranog perioda, posvećeno svaka deseta poruka<sup>79</sup>. Ostala pitanja koje su identifikovana u saopštenjima REM-a tiču se zakonodavnih

<sup>79</sup> Ukoliko se posmatra samo druga polovina perioda obuhvaćenog istraživanjem, tokom koga je i vođena kampanja, onda je gotovo svaka šesta poruka u vezi sa praćenjem rada medija u njoj.

inicijativa u vezi sa radom elektronskih medija (šest odsto), medijskih sloboda (dva odsto), finansijskog položaja medija (jedan odsto) i aktivnosti REM-a poput organizovanja i učešća njegovih predstavnika na konferencijama i stručnim skupovima posvećenim unapređenju regulacije rada elektronskih medija, inicijativama u vezi sa medijskom pismenošću, saradnji sa regulatornim telima iz regionala i sl. (osam odsto).



Grafikon 49: Najzastupljenije teme u vestima *Regulatornog tela za elektronske medije* (REM)

U odnosu na ukupan broj saopštenja plasiranih u vezi sa ispunjavanjem zakonskih i programskih obaveza emitera čak dve trećine njih (65 odsto) se tiče pokretanja prekršajnih postupaka protiv emitera, preuzimanja mera upozorenja, zabrane i oduzimanja dozvola za rad. U odnosu na ukupan broj saopštenja REM-a u posmatranom periodu na ovo pitanje se odnosi skoro polovina (46 odsto). U najvećem broju slučajeva reč je merama preuzetim usled kršenja Zakona o oglašavanju koje su učestalo činile četiri komercijalne TV stanice – *Pink*, *Prva*, *TV Hepi* i *O2*. Zakon je kršen po nekoliko stotina puta u toku jednog meseca.

Pitanje ispunjavanja zakonskih i programskih obaveza emitera u toku kampanje predmet je svakog desetog saopštenja (11 odsto), odnosno gotovo dve trećine saopštenja (63 odsto) u finišu kampanje (od 1. do 21. juna). Ključna među ovim saopštenjima su u vezi sa spotovima koalicije „Aleksandar Vučić – Za našu decu“ i spotovima kampanje bojkota a koji su

emitovani na televizijskim stanicama *NI* i *Nova S*. Kada je o prvome reč, REM je naložio zabranu emitovanja spota pomenute izborne liste (zbog suprotnosti sa Pravilnikom o zaštiti maloletnika u oblasti pružanja medijskih usluga), ali ne i spotova u kojima su jasno prikazani elementi identiteta javnih ustanova a na koje je ukazalo udruženje građana Centar za istraživanje, transparentnost i odgovornost (CRTA). U vezi sa drugim, zabranjeno je emitovanje spotova iz kampanje bojkota zbog suprotnosti sa Zakonom o oglašavanju. REM nije našao povrede zakona prilikom emitovanja spotova koalicije SPS-JS.

U saopštenjima povodom gorepomenutih odluka ne mogu da se identifikuju nametanja vrednosnih orijentacija, kao ni kada je reč o većini saopštenja ovog regulatornog tela u posmatranom periodu. Međutim, eksplikiranje vrednosne orijentacije bilo je izraženo u vezi sa ocenama rada štampanih i internetskih glasila koji su se bavili REM-om u kontekstu najave bojkota izbora od strane opozicionih partija koje su, među prvima zahtevima, isticale onaj da REM počne da ispunjava svoje zakonske obaveze. REM je tada tretirao temu novinarskog profesionalizma i to tako što je, odgovarajući na novinske i stručne tekstove u vezi sa ovim u krajnje negativnom kontekstu tretirao određene medije, političke partije i nevladine organizacije – konkretno, dnevne listove *Politika* i *Danas*, portal CINS, Stranku slobode i pravde, kao i Transparentnost Srbija optužujući ih da su svoju osnovnu ulogu podredili organizovanju negativne kampanje protiv ovog tela. Javnu komunikaciju REM-a u datom trenutku karakteriše neuobičajen diskurs, karakterističan za tabloidne sadržaje („...Isto tako mogu da ponavljaju da su videli i Jetija, čudovište iz Loh Nesa, male zelene na Marsu, Bambijevu mamu, duhove, megalodona, i Šangrila...najbolji odgovor na harangu koju je, protiv Regulatornog tela za elektronske medije, pokrenuo CINS, preuzeo Danas, a zasolili jedna Đilasova služavka, i dva batlera....Gospoda iz CINS-a očigledno veruju da je zemlja ravna ploča“ itd.). Reč je, dakle, o korišćenju eksplicitnih kvalifikacija aktera javne političke komunikacije.

Vrednosna orijentacija nije eksplicirana ni u saopštenjima koja se odnose na monitoring kampanje. REM ovde prezentuje isključivo činjenični materijal koji ostavlja utisak egzaktnosti i objektivnosti. Izveštajima, njih osam, koje podnosi javnosti u toku trajanja kampanje REM ne ostavlja mogućnost prigovora poput onih opozicionih partija na početku kampanje za beogradske izbore krajem 2017. i početkom 2018. godine kada je ovo regulatorno telo obavestilo javnost da neće pratiti tok kampanje, nego da će reagovati po prijavama građana. Međutim, krajem 2019. godine REM se proglašava nadležnim za praćenje kampanje (iako, u međuvremenu, nije došlo do promene *Zakona o elektronskim medijima*

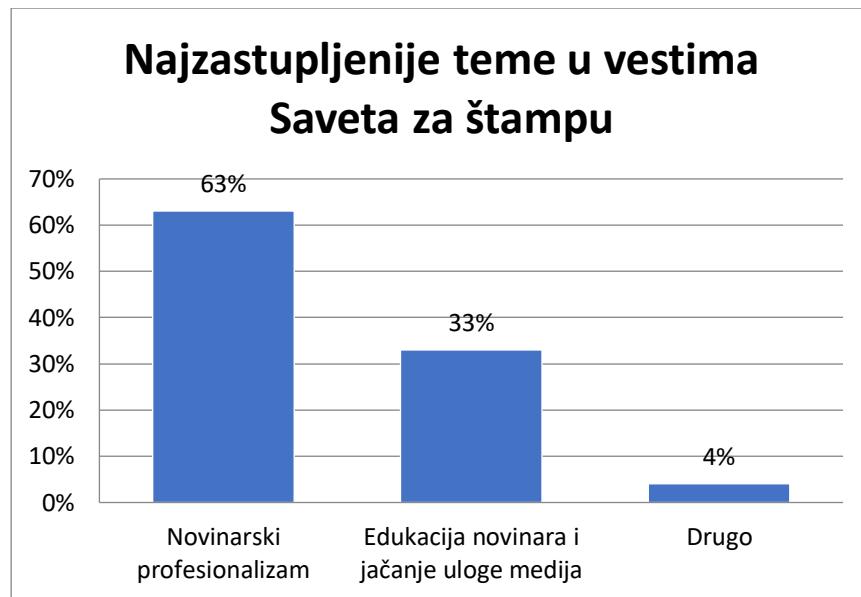
2014) i, u vezi sa tim, pred početak izborne kampanje usvaja dva dokumenta nejednake pravne snage u kojima se, odvojeno, tretiraju uloge javnih i privatnih medija u izbirnoj kampanji. Prvi, pravno jači, je *Pravilnik o načinu izvršavanja obaveza javnih medijskih servisa tokom predizborne kampanje* (2020.) a drugi je *Preporuka komercijalnim pružaocima medijske usluge o obezbeđivanju zastupljenosti bez diskriminacije u toku predizborne kampanje registrovanih političkih stranaka, koalicija i kandidata* (2020.). Stručna javnost nije dobila odgovor na pitanje zbog čega i javni i privatni emiteri nisu obuhvaćeni dokumentom više pravne snage.<sup>80</sup> Uz ovo, organizacije civilnog društva nalaze da REM nije dao objektivni prikaz delovanja medija u izbirnoj kampanji. Tako, CRTA navodi da su „prvi rezultati izbornog monitoringa REM-a u 2020. godini u suprotnosti sa verodostojnim rezultatima do kojih su došli predstavnici civilnog društva, te su naišli na nepoverenje javnosti.“<sup>81</sup>

*Savet za štampu* kao samoregulatorno telo koje prati poštovanje *Kodeksa novinara Srbije* u štampanim, onlajn medijima i u novinskim agencijama, bavilo se temama novinarskog profesionalizma i edukacijom novinara (i budućih novinara) i jačanjem društvene uloge medija. Gotovo dve trećine vesti (63 odsto) ovog regulatornog tela, u razmatranom periodu, posvećeno je prvoj a jedna trećina (33 odsto) drugoj temi. U okviru prve teme, sadržaji obaveštenja su dominantno posvećeni delovanju Komisije za žalbe *Saveta za štampu* – opisu žalbenog postupka u konkretnim slučajevima (prezentacija sadržaja žalbe i odgovora na žallbu) i obrazloženju odluka Komisije.

---

<sup>80</sup> Iz intervjuja sa doc. dr Jelenom Surčulijom Milojević, stručnjakom za medijsku regulaciju, od 22. oktobra 2020. godine.

<sup>81</sup> CRTA, „Izborni monitoring REM-a u 2020. godini: Pristrastan i netransparentan”, 27.05.2020. <https://crt.rs/izborni-monitoring-rem-a-u-2020-godini-pristrastan-i-netransparentan>, prema Surčuliju Milojević, J., Neusklađenost izbornog i medijskog zakonodavstva sa međunarodnim standardima u vezi ponašanja medija u (pred)izbirnoj kampanji, izlaganje na naučno-stručnoj konferenciji *Dijalog o izborima 2020.* Održanoj u Beogradu 12. juna 2020. godine.



Grafikon 50: Najzastupljenije teme u vestima *Saveta za štampu*

Rezultati analize pokazuju da je odnos ovog regulatornog prema medijima, kao najzastupljenijem akteru/objektu u sadržajima njegovih vesti (posle koga slede građani, predstavnici vlasti i političkih partija), u osnovi kritički i to u više od polovine slučajeva (54 odsto). Kod 45 odsto slučajeva odnos je neutralan. Ovaj kritički odnos i to zbog kršenja, ponekad i veoma grubog, osnovnih pravila ponašanja novinara. Tako se u obrazloženjima Komisije ovog regulatornog tela nalaze formulacije poput onih da su „...sadržaji...nesumnjivo diskriminatori...uvredljivi... da pozivaju na nasilje...“, „...da...podstiču širenje predrasuda i mržnje...“, da novinari/mediji bivaju javno prekoreni zbog neprikrivenog plagijarizma, da mediji izveštavaju javnost „...tendenciozno i neobjektivno, obavljujući lažne vesti...“, da „...iznose neosnovane optužbe i klevete...“ (kao u slučaju izveštavanja o koleginici Ani Lalić), da se ne navode izvori i da se, čak, „gaze svi etički standardi novinarske profesije“. Potonje je došlo do izražaja u rešenju Komisije povodom slučaja Karimanović. Ovaj slučaj je ukazao i na čoporativni karakter kršenja *Kodeksa novinara Srbije* (2015) kada je *Savet za štampu* bio prinuđen da zamoli „sve novinare i urednike štampanih i onlajn medija da prestanu da narušavaju privatnost M. Karimanović i njene porodice“.

Odnos *Saveta za štampu* prema građanima, predstavnicima vlasti i političkim partijama je, gotovo uvek, neutralan. Ipak, povod za redak negativni odnos prema vlastima, i to lokalnim, indikator je njihovog sistemskog nipodaštavanja novinarske profesije, ali i verovatnog pristajanja novinara da svoju osnovnu ulogu podrede persuazivnoj komunikaciji lokalnih vlasti. Naime, medijima za koje je Komisija za žalbe *Saveta za štampu* utvrdila da su kršili *Kodeks novinara Srbije* (2015) dodeljen je u 2019. godini novac za ukupno 56 projekata, iako

su lokalne samouprave bile obaveštene o tim prekršajima. Pedeset pet lokalnih samouprava koje su tokom 2019. godine sprovele medijske konkurse, od *Saveta za štampu* nije ni tražilo podatke o prekršajima *Kodeksa novinara Srbije* (2015), dok je jedan broj njih potpuno ignorisao dobijene podatke. Tako su od svih medija kojima je Savet prošle godine izrekao mere najviše novca dobio upravo medij sa najviše javnih opomena.

Izrazitu pozitivnu ocenu zасlužuje aktivnost *Saveta za štampu* na polju edukacije novinara i jačanju društvene uloge medija. Ovo samoregulatorno telo to čini organizujući predavanja o širim pitanjima od značaja za novinarsku praksu u Srbiji (poput pitanja nove medijske strategije i samoregulacije) i obučavajući zaposlene novinare (prevashodno u oblasti rada u onlajn medijima), ali i potencijalne mlade novinare konkretnim smernicama u primeni osnovnih pravila novinarskog ponašanja i to od profesionalnog izveštavanja u lokalnim medijima do toga kako da se mediji zastite od tuzbi zbog krsenja autorskih prava i da spreče zloupotrebu podataka.

Mada ne može neposredno da utiče na medijski sadržaj oblikovan političkim uticajima, delatnošću spin-doktora, ekonomskim pritiscima i netransparentnim vlasništvom, *Savet za štampu* svojim radom daje doprinos javnoj komunikaciji čineći temu medijske etike aktuelnom i sveprisutnom.

Imajući u vidu da javna istupanja *Saveta za štampu* donosi ili Komisija za žalbe ili Upravni odbor, i da u ovim telima sede predstavnici medijske industrije, novinarskih organizacija i predstavnici javnosti, vesti koje Savet donosi su balansirane. Vesti kojima informiše javnost o gorepomenutim temama su informativne i sa jasnim opisom događaja na osnovu koga samoregulatorno telo zauzima stav. Odnos prema objektima/predmetima je bez otvorenog ili prikrivenog vrednovanja događaja, ideja i ličnosti i bez njihovog smeštanja u kontekst kako bi se vrednovanje konteksta proteglo i na sadržaj poruke.

### **13.2. Zaključak**

Regulatorna tela u Republici Srbiji u nejednakoj meri ispunjavaju svoju osnovnu funkciju. Analiza sadržaja koji *Savet za štampu* plasira javnosti pokazuje da je, u značajnoj meri, reč o kritičkom odnosu ovog regulatornog tela prema medijima utemeljenom na tome u kojoj meri se ovi drže principa novinarske struke. Ovakav zaključak se u značajnoj meri može primeniti i na *Regulatorno telо za elektronske medije* kada je reč o monitoringu poštovanja zakona kojima se reguliše redovni medijski rad, ali ne, u potpunosti, i kada je reč o ponašanju medija u izbornoj kampanji. Konačno, rezultati ove analize pokazuju i izrazite razlike u načinu

komunikacije REM-a sa medijima u različitim periodima povodom njegove uloge u izbornoj kampanji. Dok je u predizbirnoj kampanji ona bila neprimerena javnom organu, u toku izborne kampanje<sup>82</sup> je imala karakteristike prihvatljive formalne javne komunikacije.

## 14. ZAVRŠNA DISKUSIJA I PREPORUKE

Jednogodišnji monitoring portala četiri televizije, pet dnevnih listova, portala medijskih udruženja i regulatornih tela pružio je sveobuhvatnu sliku o načinu na koji ovi medijski entiteti percipiraju oblast medija, odnosno relevantnost otvaranja javne diskusije o profesiji kojom se pokreću sve druge teme od javnog interesa.

Opšti zaključak nakon sprovedenog monitoringa jeste *da medijska scena nije spremna za kopernikanski obrt u promatranju svoje profesionalne delatnosti*. Nepokretanje unutrašnje inicijative za diskusiju o sistemskoj promeni medijskog sektora može se objasniti višestrukim razlozima.

Pre svega, monitoringom je potvrđen opšti utisak izuzetno izražene polarizacije medijske scene, pri čemu je baza polarizacije nedvosmisleno uočena u različitim političkim i ideološkim orijentacijama monitorovanih medija. Politička i ideološka orijentacija uočena je kako na osnovu odabira sagovornika, tako i odabirom tema i žanrova kojima će se date teme obrađivati. Ideološka orijentacija i posredstvom toga jasno izražena polarizacija dovode do situacije u kojoj se medijske teme najčešće pojavljaju kao sekundarne u odnosu na primarnu (često političku) agendu koja se u monitorovanim tekstovima uočavala.

Različita istraživanja sprovedena u prethodnom periodu<sup>83</sup>, *Medijska strategija*, kao i fokus grupa sprovedena sa novinarima i novinarkama za potrebe ovog istraživanja, svedoče o

<sup>82</sup> Pod predizbornom kampanjom podrazumevamo kampanju koja se vodi pre raspisivanja izbora i otpočinjanja izborne kampanje a pod potonjom kampanju koja se vodi od raspisivanja izbora do održavanja izbora, odnosno do izborne tištine.

<sup>83</sup> Matić, J. (2018). Kontrola i sloboda medija – svedočenja novinara. Dostupno na: <https://www.slavkocuruvijafondacija.rs/wp-content/uploads/2018/02/Kontrola-i-sloboda-medija-Klucni-nalazi-Slavko-Curuvija-fondacija.pdf>

izuzetno lošem položaju medijskih radnika, koji se suočavaju sa pretnjama, napadima i pritiscima različitih vrsta. Jedan od najznačajnijih pritisaka, koji nedvosmisleno utiče na svakodnevni rad novinara, što se potom preslikava na sveopšte loše stanje u medijima, svakako su pritisci ekonomске i finansijske prirode. Da se radi o izuzetno značajnom problemu medijske profesije svedoče i rezultati dobijeni ovim istraživanjem, koji pokazuju da je u pitanju jedna od prioritetsnih tema o kojoj se izjašnjavaju medijska udruženja, ali i pokretanje inicijative Zaštitnika građana da se formira jedinstvena baza svih vrsta napada na novinare, prilikom čega bi se evidentirali i finansijski i ekonomski pritisci sa kojima se novinari suočavaju.<sup>84</sup> Stavljanje medijskih radnika u poziciju egzistencijalno zabrinutih pojedinaca koji retko imaju zaštitu sindikata, jer je i sama institucija sindikata retko zastupljena u ovoj profesiji<sup>85</sup>, jedan je od mehanizama za postizanje indirektne cenzure, sistemskim primoravanjem novinara na autocenzuru. Bez institucionalne zaštite, gotovo je nemoguće očekivati pokretanje individuelnih inicijativa za diskusiju o transformaciji medijskog sistema.

Preporuke koje bi se mogle formulisati nakon sprovedenog istraživanja o načinu na koji se u javnosti komuniciraju problemi sa kojim se suočava medijski sistem u Srbiji, trebalo bi da identifikuju upravo razloge za uočene obrasce trenutne komunikacijske prakse monitorovanih medija.

Medijska autonomija neraskidivo je povezana sa medijskim poslovanjem, prvenstveno sa transplanetnošću vlasništva. Stoga se preporučuje insistiranje na potpunoj transparentnosti medijskog finansiranja i osnaživanje mehanizama kojima bi se sprečile zloupotrebe u oblasti medijskog poslovanja.

Državne institucije, medijska udruženja, kao i sami mediji trebalo bi da podstiču osnivanje sindikata koji bi bili podrška medijskim radnicima koji se suočavaju sa pretnjama, napadima i pritiscima različitih vrsta, koji dolaze kako iz medija u kom su zaposleni, tako i spolja.

Preporuka koja bi se mogla uputiti medijima odnosi se na medije za koje je uočeno da teme kojima se problematizuje sopstvena profesija obrađuju sa ciljem poboljšanja profesionalnih standarda. Tim medijima se preporučuje praktikovanje više medijske inicijative i pokrivanje

<sup>84</sup> N1. (2020) Zaštitnik građana: Formirati jedinstvenu bazu o svim vrstama napada na novinare. (onlajn). Dostupno na: [http://rs.n1info.com/Vesti/a661513/Zastitnik-grdjana-Formirati-jedinstvenu-bazu-o-svim-vrstama-napada-na-novinare.html](http://rs.n1info.com/Vesti/a661513/Zastitnik-gradjana-Formirati-jedinstvenu-bazu-o-svim-vrstama-napada-na-novinare.html)

<sup>85</sup> Veoma slaba inicijativa u pogledu osnivanja sindikata za medijske radnike jedan je od problema koji su posebno isticali učesnici fokus grupe.

tema u oblasti medija složenim i analitičkim žanrovskim formama, kako bi se efikasnije podstakla javna diskusija.

Javni medijski servisi istakli su se kao mediji koji ispunjavaju isključivo model neutralnog izveštavanja o temama koje se tiču medija, slobode medija i novinara, međutim koji izostavljanjem izveštavanja o značajnim i aktuelnim problemima ove profesije doprinose održavanju evidentno lošeg stanja. Dakle, uprkos uočenoj neutralnosti, potpuno je izostala objektivnost u izveštavanju o medijskim temama. Stoga se javnim servisima može preporučiti da preuzmu inicijativu u izveštavanju o medijskim temama koje su u javnom interesu, prvenstveno u kontekstu izveštavanja o projektom sufinsansiranju medija i bezuspešnom sprovođenju medijskih zakona stoga što je zadatak javnih servisa da budu uzor novinarskog profesionalizma u svim oblastima delovanja.

## LITERATURA

- CRTA, „Izborni monitoring REM-a u 2020. godini: Pristrastan i netransparentan”, 27.05.2020. <https://crt.rs/izborni-monitoring-rem-a-u-2020-godini-pristrastan-i-netransparentan>, prema Surčulija Milojević, J., *Neusklađenost izbornog i medijskog zakonodavstva sa međunarodnim standardima u vezi ponašanja medija u (pred)izbornoj kampanji*, izlaganje na naučno-stručnoj konferenciji *Dijalog o izborima 2020.* Održanoj u Beogradu 12. juna 2020. godine.
- FakeNews Tragač (2019). Zlatni Pinokio za „Informer“, Srebrni za „Alo“, a Bronzani „Kuriru“. Dostupno na: <https://fakenews.rs/2019/12/18/zlatni-pinokio-za-informer-srebrni-alou-a-bronzani-kuriru/>
- Jaraković, V. (2019). „Četvrti deo: Mediji u Srbiji – u slobodnom padu“. CRTA. Dostupno na: <https://crt.rs/mediji-u-srbiji-u-slobodnom-padu/>
- KRIK. (2020) *Novinarki KRIK-a oduzeli telefon dok je fotografisala Danila Vučića i Acu Rošavog.* Dostupno na: <https://www.krik.rs/novinarki-krik-a-oduzeli-telefon-dok-je-fotografisala-danila-vucica-i-acu-rosavog/>
- Marketing mreža. *Kraj zablude o čitanosti novina!* Preuzeto sa: <https://marketingmreza.rs/kraj-zablude-o-citanosti-novina/>
- Matić, J. (2018). Kontrola i sloboda medija – svedočenja novinara. Dostupno na: <https://www.slavkocuruvijafondacija.rs/wp-content/uploads/2018/02/Kontrola-i-sloboda-medija-Kljucni-nalazi-Slavko-Curuvija-fondacija.pdf>

- Mašina, 28.11.2018. *Na današnji dan Večernje novosti su sliku Uroša Predića objavile kao ilustraciju stradanja srpske dece.* Dostupno na: <https://www.masina.rs/?p=7932>
- Media Ownership Monitor Srbija. Dostupno na: <http://serbia.mom-rsf.org/rs/>
- Milivojević, A. (2019) Država Pinku odložila plaćanje preko 1,52 milijarde duga (onlajn) CINS. Dostupno na: <https://www.cins.rs/drzava-pinku-odlozila-placanje-preko-152-milijarde-duga/>
- Milivojević, A. (2019). Podobnim medijima milioni iz džepa građana (onlajn). CINS. Dostupno na: <https://www.cins.rs/podobnim-medijima-milioni-iz-dzepa-gradjana/>
- N1. (2020) Zaštitnik građana: Formirati jedinstvenu bazu o svim vrstama napada na novinare. (onlajn). Dostupno na: <http://rs.n1info.com/Vesti/a661513/Zastitnik-gradjana-Formirati-jedinstvenu-bazu-o-svim-vrstama-napada-na-novinare.html>
- Savet za štampu. Kodeks novinara Srbije. (2015). Dostupno na: [http://www.savetzastampu.rs/doc/Kodeks\\_novinara\\_Srbije.pdf](http://www.savetzastampu.rs/doc/Kodeks_novinara_Srbije.pdf)
- Službeni glasnik Republike Srbije. (2014). *Zakon o javnom informisanju i medijima.*, „Sl. glasnik RS“, br. 83/2014, 103/2015 i 108/2016
- Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020-2025. godina. str. 8. Dostupno na: [https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska\\_strategija210\\_cyr.pdf](https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska_strategija210_cyr.pdf)
- Valić Nedeljković, D. i Isakov, S. (2020) Monitoring informativnih emisija komercijalnih televizija sa nacionalnom frekvencijom. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2020/03/komerc.pdf>

- Valić Nedeljković, D. i Isakov S. (2019). *Analiza sadržaja odabranih informativnih emisija javnih servisa u Srbiji*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola
  
- Valić Nedeljković, D. i Janjatović Jovanović, M. (2020). Medijski sistem u Srbiji obeležen delovanjem medija koji sistematično šire dezinformacije, govor mržnje i propagandu. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://novinarska-skola.org.rs/sr/publication/medijski-sistem-u-srbiji-obelezen-delovanjem-medija-koji-sistematicno-sire-dezinformacije-govor-mrznje-i-propagandu/>
  
- Valić Nedeljković, D., Janjić, S., Đurić, V. (2017). Pritisci na medije u Srbiji i metode odupiranja. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/publication/pritisci-na-medije-u-srbiji-i-metode-odupiranja/>

CIP - Каталогизација у публикацији  
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

316.774(497.11)

MEDIJI o medijima, slobodi medija i novinarima [Elektronski izvor] / Dubravka Valić Nedeljković ... [et al.]. - Novi Sad : Novosadska novinarska škola, 2021. - (Edicija Medijska sfera)

Način pristupa (URL): <https://novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2021/01/publikacija-Mediji-o-medijima-slobodi-medija-i-novinarima.pdf>. - Opis zasnovan na stanju na dan 9.2.2021. - Nasl. sa naslovnog ekrana. - Napomene i bibliografske reference uz tekst. - Bibliografija.

ISBN 978-86-81668-15-3

a) Медији - Србија б) Слобода медија - Србија

COBISS.SR-ID 31807753





