

Mesto i značaj medijskih studija
za međuregionalnu saradnju

Zbornik radova

Izdavač
FILOZOFSKI FAKULTET
Novi Sad

Za izdavača
Prof. dr Ljiljana Subotić, dekan

Redakcija
Prof. dr Kornelija Farago, rukovodilac Projekta
Prof. dr Dubravka Valić Nedeljković, šef Odseka
Violeta Rakić, bibliotekar savetnik

Sekretar
Dragana Prodanović

Recenzenti
Dr Bertalan Pusztai PhD, Associate Professor (Dept. of Communication and
Media Studies University of Szeged, Hungary)
Lect. dr Ioana-Laura Vid (Universitatea de Vest din Timișoara, Facultatea de
Științe Politice, Filosofie și Științe ale Comunicării, România)
Prof. dr Kornelija Farago (Filozofski fakultet, Odsek za hungarologiju),
saradnik Odseka za medijske studije

Bibliografska obrada i korektura
Violeta Rakić

Fotografija na koricama
Dušanka Ljubojević

Štampa
KriMel, Budisava

Tiraž
300

ISBN 978-86-6065-033-9

Novinarska biblioteka knj. 7

MESTO I ZNAČAJ MEDIJSKIH STUDIJA ZA MEĐUREGIONALNU SARADNJU

Zbornik radova



Novi Sad, 2010

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| <i>Janoš Banjai</i> | |
| Uvodnik | 7 |
| <i>Mirjana D. Stefanović</i> | |
| Čemu stilistika u medijskim studijama? | 11 |
| <i>Dubravka Valić Nedeljković</i> | |
| Zašto obavezni predmet analiza medijskog diskursa? | 15 |
| <i>Dejan Pralica</i> | |
| Štampa iz regiona o multikulturalizmu | 25 |
| <i>Vladimir Barović</i> | |
| Izveštavanje u kriznim situacijama i primeri nepoštovanja medijske etike u štampanim medijima | 35 |
| <i>Jelena Kleut</i> | |
| Aktivna publika i novinarstvo | 47 |
| <i>Violeta Rakić</i> | |
| Značaj bibliotečkog fonda za studije medija | 57 |
| <i>Norbert Šinković</i> | |
| Statut Vojvodine u odabranim dnevnim novinama od regionalnog i nacionalnog značaja | 67 |

MEDIJI U MULTIKULTURALNOM PROSTORU

Uvodne napomene uz tekstove koji su urađeni u okviru projekta
»Mesto i značaj medijskih studija za međuregionalnu saradnju«

Istraživanja u okviru projekta »Mesto i značaj medijskih studija za međuregionalnu saradnju« odvijaju se u dva pravca. S jedne strane kvantitativno-kvalitativnim metodom analize medijske situacije dolazi se do rezultata istraživanja koja su objektivni i realni podaci o stanju u oblasti međuregionalne saradnje i izveštavanja o njemu, što je od izuzetnog značaja za medijski prostor Vojvodine, naročito njegove situiranosti na tromeđi Vojvodine, južne Mađarske i zapadne Rumunije. Ta situacija stvara posebnost pozicije regionalnih medija na ovim prostorima. Pogotovu što je medijski prostor Vojvodine istorijski, kulturalno, jezički, ali i po živim oblicima tradicije višeslojan što s jedne strane otežava pristup njegovim sadržajima i pojavnim oblicima, a sa druge strane otvara izuzetne perspektive za razumevanje oblasti međusobnog prožimanja i uticaja, neprekidnog procesa davanja i preuzimanja između kulturalnih, etničkih i drugih zajednica nastanjenih na prostorima tromeđe na koja su istraživanja na projektu usmerena. Međutim nije dovoljno samo konstatovati ovu situaciju, zato je istraživanje na projektu usmereno i na edukaciju studenata medijske struke za razumevanje, kao i za deskripciju ovog veoma složenog, ujedno i izuzetno bogatog komunikacijskog prostora. Uočeno je naime da se izvesne situacije generišu upravo usled poremećaja u funkcionisanju komunikacijskog prostora, naročito one situacije koje smatramo incidentnima, a kojih ima kako između različitih socijalnih, verskih i etničkih grupacija, tako i unutar tih grupacija i zajednica. Medijski studij je usmeren upravo u pravcu neprekidnog održavanja komunikacijskog prostora u funkcionalnom stanju, jer sa neprekidnim prenošenjem informacija postižu se efekti smanjenja napetosti koji često dovode do incidentnih situacija. Zato je od posebnog značaja za razumevanje funkcionisanja komunikacijskog prostora saznanje o Drugom, ili o Strancu, na koji se odnose istraživanja prof. dr Mirjane D. Stefanović, što je u suštini povezano sa stvaranjem kako prihvatanja, tako i odbijanja susreta sa Drugim. Nesumnjivo da je za medijski govor od bitnog značaja razumevanje govora Drugog, pa se pri tome misli i na učenje kako većinskih, tako i manjinskih jezika. Jezici se naime susreću i, kroz njihovo neprekidno susretanje, stvara se hermeneutički prostor međusobnog razumevanja. Nesumnjivo je

jedan od posebnih zadataka na medijskom prostoru Vojvodine stvaranje svesti o potrebi i neohodnosti učenja jezika drugog.

Pri tome su od izuzetnog značaja, s jedne strane saznanja o specifičnosti ma medijskog jezika, a sa druge strane stanje razvijenosti medijskog diskursa. Pri tome ne treba zaboraviti da reč drugačije zvuči kad se glasno izgovara, a opet poprima druge osobine kada se napiše. Jezik je trajniji od zveketa oružja, njegov uticaj je temeljniji i potpuniji od mnogih drugih oblika komunikacije, zato se prilazi s posebnom pažnjom analizi jezika medija, ali isto tako i procesu jezičke edukacije studenata medijske struke. Istraživanja prof. dr Mirjane D. Stefanović usmerena na krug pitanja vezanih za kulturne granice i distance u čitanju prostora različitih kultura, koje se usled bliskosti međusobno prelamaju, imaju izuzetan značaj pri opisu kulturalnih dešavanja na složenim medijskim prostorima. Stilistika i retorika jezika medija mora biti fundamentalni predmet pri edukaciji studenata medijske struke, jer su stil i govor najviše odgovorni pri oceni uticaja medija na konzumente, na čitaoca ili gledaoca. Bez temeljnog znanja iz oblasti stilistike i retorike nemoguće je razraditi izuzetno bogatu lepezu novinarskih žanrova. Postoji stil pojedinca, novinara, reportera, voditelja radijskog ili televizijskog programa, ali taj stil je istovremeno pod pritiskom žanra, koji u punoj meri zaokružuje mogućnosti upotrebe jezika. Analiza medijskog diskursa po razumevanju vanr. prof. dr Dubravke Valić Nedeljković mora da bude jedan od obaveznih predmeta na medijskim studijama, jer se upravo preko razumevanja specifičnosti medijskog diskursa stiču osnovna stilska i retorička saznanja koja su neophodna za jezičko staranje o funkcionalnoj čistoti komunikacijskog prostora. Jezik razumevanja i jezik mržnje se razlikuju upravo po svom odnosu prema komunikacijskom prostoru. Jezik razumevanja gradi i održava taj prostor, a jezik mržnje ga ruši, jer mu je i osnovni cilj rušenje svih oblika kulturalnog i civilizacijskog dijaloga između različitih društvenih, socijalnih, verskih, etničkih i drugih zajednica. Analizom medijskog diskursa stiču se znanja koja su neophodna za prepoznavanje kako jezika razumevanja, tako i jezika mržnje. Ovaj potonji jezik ima i svoje podmukle, na prvi pogled teško prepoznatljive oblike pa je neophodan oprezan odnos prema jezičkim nivoima medijskog diskursa.

Uz ove suptilnije analize koje se graniče sa teorijama medijskog diskursa, žanrova medija, kao i njihovog prisustva i uticaja na oblike kulturalne saradnje, neophodna su konkretne i kvantitativne analize koje ukazuju na to kako se ostvaruju opšta saznanja o potrebi međusobnog razumevanja i saradnje između regija sa svim svojim posebnostima. Asistent mr Dejan Pralica je kvantitativnom analizom sadržaja štampanih medija iz pet država u okruženju tragao za temama vezanim s jedne strane za problematiku nacionalnih manjina, a sa druge strane za multikulturalizam. Naravno pitanje o nacionalnim manjinama ne mora da bude

u neposrednoj vezi sa multikulturalizmom, odnosno multikulturalizam nije isključivi interes nacionalnih manjina, ali su upravo na prostorima na koje je projekat usmeren oni tesno povezani, što se ne ogleda u potpunosti na stranicama štampanih medija koji su analizirane. Pri tome pomalo je alarmirajuće što se ova problematika pojavljuje na stranicama izučavanih štampanih medija pre svega u vestima i izveštajima, odnosno da je uočljiv nedostatak analitičkih tekstova, komentara, razgovora i polemika, što govori o tome kako ovi mediji problematiku manjina i multikulturalnosti drže na rubnim mestima novina. Sasvim je drugi problem prilikom pojavljivanja kriznih situacija u štampi. O tome govori prilog asistenta mr Vladimira Barovića. Nesumnjivo da i rad Dejana Pralice, kao i rad Vladimira Barovića ukazuju na potrebu što detaljnije edukacije studenata medijske struke da bi se prevazišle jednostranosti u prezentovanju multikulturalnih dešavanja, kao i u prezentaciji kriznih situacija, koje je najčešće prožeto senzacionalizmom iz kojega sledi nepoštovanje ljudskih sloboda i privatnosti. Uticaj medijske komercijalizacije se oseća na svim nivoima komunikacijskog prostora što dovodi do isključivosti i jednostranosti pri prenošenju medijskih sadržaja. Do koje se mere u toj situaciji može uklopiti »aktivna publika« o tome govori tekst asistenta mr Jelene Kleut. »Aktivna publika« je medijska oblast koja do sada nije u dovoljnoj meri izučavana pa se ovaj rad može smatrati uvodom u ovu nesumnjivo značajnu dimenziju medijskog diskursa.

U red konkretnih i kvantitativnih analiza spada i rad Norberta Šinkovića o tome kako je u javnosti predstavljena rasprava tokom procesa donošenja i usvajanja Statuta Vojvodine. Donošenje tog dokumenta tokom višemesečne rasprave iznelo je na površinu mnoge nesporazume, kao i nedoumice oko regionalnog uređenja zemlje, zatim oko prenošenja pojedinih nadležnosti i odgovornosti sa republike na pokrajinu itd. Ovi nesporazumi i nedoumice imaju izuzetni značaj upravo za razumevanje regionalizma, kao i međuregionalne saradnje, pa je ovaj rad važan doprinos raščišćavanju mnogih pojmova vezanih kako za regionalizam tako i za multikulturalizam.

Ovaj zbornik radova ima dvostruku funkciju. S jedne strane daje uvid u trenutno stanje medijskog prostora Vojvodine u odnosu na međuregionalnu saradnju što podrazumeva kako izveštavanje o zajedničkim nastupima, o zajednički organizovanim regionalnim priredbama i festivalima, tako i potrebu za prezentovanjem sopstvenih vrednosti u različitostima. Na osnovu ovih radova mogu se doneti zaključci interesantni kako za korisnike tako i za stvaraocce medijskog prostora. Sa druge strane kroz sve radove u ovom zborniku provejava želja da se pomogne u koncipiranju medijskih studija na svim nivoima univerzitetske nastave. Zato je važno što je u zbornik uvršten i rad bibliotekara savetnika Violete Rakić o značaju bibliotečkog fonda za studije medija. Naravno fond knjiga

iz kojih se, uslovno rečeno, uči za novinara nije samo specijalna, usko stručna zbirka relevantne literature, već je to fond knjiga koji obezbeđuje opšte kulturno obrazovanje studenata medijske struke. Nije lako koncipirati medijski studij, nije nimalo lako raditi na edukaciji budućih novinara, i o tim teškoćama govore tekstovi uvršteni u ovaj zbornik, pogotovu što se ne može jedinstveno utvrditi za kojim znanjem budućí novinar ima potrebu. Zato je tu biblioteka i njen bibliotekar da pomognu studentima medijske struke da se snađu u nimalo harmoničnom odnosu dnevnih novinarskih zadataka i opštih kulturalnih uslova po kojima se novinarski zanat može sa uspehom »ispeći«.

U Novom Sadu, 15. februara 2010. god.

Prof. dr Janoš Banjai

Мирјана Д. Стефановић
mdstefan@neobee.net

UDK 81'38
Стручни рад

ЧЕМУ СТИЛИСТИКА У МЕДИЈСКИМ СТУДИЈАМА?

– тезе за размишљање –

Сажетак

У раду се проблематизује досадашња наставна пракса студија стилистике за студенте журналистике; указује се на чињеницу нових медија који утичу и на промену дефинисања новинарских жанрова и на важност изградње индивидуалног новинарског стила.

Кључне речи : медијске студије; стилистика; функционални стил; дискурс

Ако се пође од једноставне чињенице, коју уопште не треба доказивати, како је новинару језик – основно средство комуникације, разложно је у том смислу поставити питање: чему настава стилистике у медијским студијама, кад језик учи на посебним курсевима? Ако је, даље, а опет исправно, претпоставити како је новинарски стил један од облика функционалног стила, као колективног, тј. утврђених правила због функције референцијалности – чему онда стилистика? Поготову је оваква дилема истакнутија кад се зна да та наука проучава облике јединствености, индивидуалности сваког ствараоца, какав је, свакако, и новинар. Чему, уистину, стилистика у медијским студијама?

Већ данас јасно, с обзиром на раслојеност медија, како референцијалност престаје да буде једина и искључива функција информације, доводи до могућног одговора на постављено питање. У зависности дакле од форме комуникације, као што је радио, телевизија, интернет, мења се и циљ новинарског исказа. Он је променљив у односу и на своју стратегију, која му омогућава развој дискурса као облика саопштавања, што га доводи у директну везу са стилем, пре свега, као индивидуалном категоријом.

Без обзира на устаљене дефиниције о жанру вести, на пример, приручници стилистике за новинаре, не уочавају како и ова новинарска врста поседује у себи стилску обојеност. Једно је, тако, рећи „Београд преговара с Бриселом“, а друго – „Српска влада преговара с представницима Европске уније“; и једно и друго је могућно, али је у првом исказу стилистичка обојеност у употреби катахресе, која итекако истиче став новинара/потписика такве вести према тежишту сопственог исказа. И делује драматичније. И тако динамизује и став рецепијента.

Језик медија отуд није више колективистичког нивоа због употребе неутралног стила (какав је могао да израсте из средњег стила нормативне реторике), већ је експресиван, карактеристичан за појединца. Како би се иначе препознавао текст појединачног новинара, ако не по – стилу? Закрити руком треба име новинара, па прочитати текст (ако говоримо о штампаном медију) и открити да је, на пример, то написао – Милинко Бујишић. У томе и јесте ствар, како је исказано у једном блогу. Приватни дискурс претвара се у јавни, из традиционалне стилистике прелази се у начине обојеног казивања, а да се, при том, не сузбијају лингвистичке категорије. То и даље остаје – српски језик. Додају се изразима, међутим, нова значења, симболички речено – метафоризују се, па се новинарски исказ семиотизује новим, индивидуалним, значењима.

Претпоставка о важности курса из стилистике сад изгледа радикално друкчија од оне која стоји у рецентним приручницима за будуће новинаре. Због несумњивог, а све већег, утицаја медија и ефеката које новинарски остварен дискурс производи, промењен је и основни циљ поруке слушаоцу/читаоцу. Културолошки образац је промењен, тј. уведени су различити облици информација, што је свакако утицало и на промену примаоца поруке, који сад активно учествује у са-градњи значења новинарског текста и то у зависности како је разуме и тумачи. Отуд се мења и стил сваког новинарског жанра.

Концепт масовне комуникације донео је, тако, и нови став према стилистички обојеном говору новинара сваког облика, било које новинарске врсте. Чак се текст саставља у зависности од врсте новине, на пример, за коју се пише, јер се рачуна с одређеним социјалним статусом примаоца. Због тога жута штампа обилује највишом стилском обојеношћу, на исти начин као што млађој интелектуалној популацији одговара жаргонизација и играрија речима као својеврсним новим стилским поступцима који нису само слободно поље колумне.

Кад се, на пример, у неком новинарском жанру примети и силина аутобиографског дискурса, онда је јасније како се истраживач и тумач нови-

нарског стила – стила медија – приближава одговору на насловљено питање. Чак ако приручници и надаље остају описи озакоњеног новинарског казивања у оквиру већ традиционалног разврставања на функционалне и остале стилове, чини се важнијим, чак и релевантнијим, правилно постављати питања, но увек на њих давати, често и аподиктичке, одговоре.

Литература

- Vuković, Novo (2000) *Putevi stilističke ideje*. Podgorica, Nikšić : Jasen.
- Milivojević, Snježana (2001). Javnost i ideološki efekti medija. (U: *Reč*). Beograd, br. 64, 151–213.
- Petrović, Vladislava (1989). Novinski komentar u svetlu jezičkih procesa u novinama. (U: *Književni jezik*). Sarajevo, god. 18, br. 3, 149–156.
- Ryznar, Aneta (2009). Stilistika (ne) trenira strogoću. (U: *Vijenac*). Zagreb, god. 17, br. 409 (5. studeni), 17–18.
- Тошовић, Бранко (2002). *Функционални стилови*. Београд : Београдска књига.
- Нудећек, Лана, Мihaljević, Milica (2009). *Jezik medija. Publicistički funkcionalni stil*. Zagreb : Hrvatska sveučilišna naklada.

WOZU STILISTIK IN MEDIENSTUDIEN?

Zusammenfassung

Obwohl man weiß, dass ein Presstext wurde analysiert durch eigenen Eigenschaften, die zum Bereich funktionale Stilistik gehören müssen, heutige Medien, wie Internet-Journalistik, Blog, Copi-paste u.ä. zeigen wie sich Stil innerhalb kollektive Stilen radikal ändern soll. Stilistik neuen Medien darf nicht mehr preskriptiv bzw. normativ, sondern deskriptiv sein, weil er mehr diskursiv ist. Es handelt sich um Idee, die aus Medien-Praxis heraus kommt, dass jeder Journalist aus verschiedenen Medien formiert eigener Stil, so daß man heute auch eine Nachricht auch metaphorisch geschrieben wurde. Es bedeutet auch Veränderungsmöglichkeit jener antiken/traditionellen Definitionen von Stil; nämlich, Begriff Stil bedeutet nicht nur wie man, sondern warum und was man sagt. In der Definition liegt die Antwort an der Titelfrage.

Dubravka Valić Nedeljković
dnvalic@gmail.com

UDK 81`42 : 654
Originalni naučni rad

ZAŠTO OBAVEZNI PREDMET ANALIZA MEDIJSKOG DISKURSA?

Apstrakt

U radu je dat pregled izučavanja medijskog diskursa na domaćim i univerzitetima iz okruženja nakon što je sa stanovišta teorija jezičke upotrebe diskutovano o neophodnosti postojanja kako na osnovnim, tako i na master akademskim studijama teorijsko-metodološkog predmeta koji se bavi analizom medijskog diskursa.

Ključne reči: medijski diskurs, analiza, jezička upotreba, dekonstrukcija, mediji, moć, interakcija, konteksti.

Analiza medijskog diskursa kao nezaobilazan teorijsko-metodološki predmet

Analiza diskursa je interdisciplinarno polje istraživanja koje se afirmiše u univerzitetnoj nastavi poslednjih tridesetak godina u svetu, a gotovo istovremeno i na Filozofskom Fakultetu Univerziteta u Novom Sadu. Analizom jezičke upotrebe, kao i teorijskim pristupima analize diskursa, bavi se na različitim jezičkim katedrama, pre svih na Odseku za srpski jezik i lingvistiku i Odseku za anglistiku. Odsek za medijske studije Filozofskog fakulteta kao poslednji osnovan (2004) ovu disciplinu uveo je u plan i program, (akreditovan 2008), kao obavezan predmet u grupi teorijsko-metodoloških i na osnovnim i na diplomskim akademskim studijama. Na osnovnim akademskim studijama je reč o predmetu *Analiza medijskog diskursa* (5 ESPB, 1+2), a na diplomskim akademskim studijama, takođe obavezan, *Kritička analiza medijskog diskursa* (ESPB 6, 2+2).

U najkraćem studije diskursa se bave govorom i tekstom u kontekstu.

Prema Teunu van Dijk (1998) diskurs podrazumeva jezičku upotrebu, javni govor, način govora. U sociološkom smislu to je tip mišljenja, političke ide-

je, ideološki okvir kao na primer: diskurs neoliberalizma, ne proučava jezik neoliberalista već njihov ideološki koncept.

Tri su osnovne dimenzije diskursa (van Dijk 1998: 2):

1) jezička upotreba; 2) komuniciranje verovanja (kognicija), 3) interakcija u društvenim situacijama.

Predmet analize diskursa može biti govorni ali i pisani tekst. Dugo se pojam diskursa izjednačavao sa pojmom razgovora. Međutim van Dijk tvrdi (1989:3) da je sasvim moguće u analizu uključiti i pisani tekst jer »ima puno sličnosti u tome kako ljudi pišu i kako govore. Govorni jezik je forma interakcije između govornika i recipijenta, a i pisani tekstovi imaju u suštini kreatora i recipijenta. Tekstovi poput pisanih izveštaja za medije, zakoni, udžbenici, pisma su pre *objekti*, ili produkti verbalnog-govornog čina, nego forme interakcije. Stoga se pre može govoriti o "pisanoj interakciji" s tim što su autori i čitaoci u interakciji koja nije licem u lice i mnogo je pasivnija. Mnogo je dakle više sličnosti između govornog i pisanog teksta tako se oba ova modaliteta mogu smatrati diskursom i analizirati».

Analiza diskursa se bavi jedinicama *većim od rečenice* ostvarenim među *sagovornicima* u nekom *kontekstu* u smislu koji pojmu sagovornici daje van Dijk ne ograničavajući ih samo na direktnu interakciju.

Njen osnovni cilj jeste *interpretacija značenja* i otuda *kritičko* propitivanje društvenog i kulturnog, pre svega ideološkog i političkog, konteksta posebno među istraživačima koji sebe svrstavaju u one koji se bave *kritičkom analizom diskursa*.

U tom smislu je ova analiza moćno sredstvo za *dekonstrukciju* raznih oblika moći u društvu, a jedna takva moć je u institucijama i pojedinim autoritetim.

Za buduće novinare analiza diskursa je veoma važno sredstvo za:

- dekonstrukciju sopstvene struke (šta to mediji rade drugima) i
- dekonstrukciju moći nad medijima u društvu (šta to moćnici rade medijima).

Ono je za sada jedino učinkovito sredstvo za otvaranje pitanja o različitim stima u društvu (prema rasi, polu, naciji...) posredovanih i medijima. Uopšteno posmatrano etničke i druge marginalizovane zajednice (žene, deca, pripadnici različitih rasa, drugačije seksualne orijentacije) razvijaju svoj specifični način govora koji mogu da izazovu probleme u interkulturalnoj komunikaciji, ili da do-

vedu do asimilacije. Istovremeno novinari mogu putem medija reprodukovati različite *-izme* (etnocentrizam, seksizam, ejdžizam, rasizam) kroz medijsku jezičku upotrebu opterećen predrasudama o različitim društvenim manjinama. Tako medijski diskurs može biti tolerantan i netolerantan u odnosu na, pre svega, kulturni kontekst, a potom i društveno-politički, geografski, etnički, rasne pripadnosti i slično. Zadatak istraživača, kada su mediji u pitanju, je da pre svega kroz Kritičku analizu diskursa »zauzimaju stav i aktivno učestvuju sa namerom da razotkriju, demistifikuju, izazovu reakciju sa svojom analizom diskursa« (van Dijk, 1998:19). Važno je da se fokusiraju na to kako mediji obrađuju društvene probleme nejednakosti u odnosu na rod, etnicitet, klasu, rasu, region, jezik, seksualnu orijentaciju. Istraživači kritičke analize medijskog diskursa su proaktivni i rezultatima svojih dekonstrukcija medijskog teksta, govora i slike teže da menjaju stanje u društvu.

Analiza diskursa je interdisciplinarno utemeljena, crpi svoja teorijska uporišta u različitim teorijama poteklim u različitim (pre svega humanističkim) disciplinama: filozofiji (teorija govornih činova i teorija govorne delatnosti), lingvistici, sociologiji, antropologiji, ali afirmiše i sopsvene teorijske tvorevine.

U sociološki orijentisanim disciplinama *diskurs* se razmatra u odnosu na društveni kontekst jezičke upotrebe i kao preovlađujuću metodu koristi kvantitativno-kvalitativnu analizu sadržaja. Kreira kodeks kategorijama i varijablama po kojima kodira svaki medijski sadržaj. Na osnovu kvantitativne analize donosi kvalitativne zaključke.

U lingvistički orijentisanim disciplinama istraživanja su fokusirana na jezik u upotrebi. Feršueren (pragmatička lingvistika) navodi da teorija jezičke upotrebe istražuje mehanizme i motivacije koji stoje u osnovi jezičkih izbora i efekat koji ti izbori imaju na nameru da nešto postignu. Tri osnovne osobine jezika posmatrane iz pragmatičke perspektive pomoću kojih se može razumeti "pravljenje izbora" su: varijabilnost, pregovaranje i prilagodljivost. Posebna važnost pridaje se distinkciji između eksplicitno saopštenog značenja i implicitne informacije. Za analizu medijskog diskursa, u kojem su implicitna značenja osnova ubeđivačke strategije (rukovođene ideologijom centara moći koji medijima upravljaju), najznačajnija je *interpretacija* primaoca poruke.

Poslednjih decenija primećuje se svojevrsna fuzija ova dva trenda.

Tri su osnovna pristupa analizi medijskog diskursa

- 1) fokus na sam diskurs teksta i govora
- 2) istraživanje komunikacije kao kognicije
- 3) fokusiranje na društvenim strukturama i kulturi.

Jedna od moćnih teorija je teorija delatnosti prema kojoj je jezik delatnost – jezičkom delatnošću (aktivnošću) može se menjati svet, na osnovama (Serl i Ostin). Teorijski okvir govornih činova i njihovih uslova u središtu su pažnje i pragmatičara koji se bave jezičkom upotrebom kao akcijom u sociokulturnom kontekstu.

Veoma produktivni teorijski okviri studija analize diskursa danas su osim teorije delatnosti još i: Etnometodologija, Konverzaciona analiza (Greatbatch), Sociokognitivna analiza (van Dijk), Pragmatička lingvistika (Ferdinand de Saussure), Kulturne studije (Allan), Strukturalna diskurs analiza (Bell), Psihologija diskursa, Studije komunikacije.

U Srbiji postoje dve istraživačke linije u analizi diskursa, među kojima je i medijski:

1. Lingvistička – konverzaciona analiza, pragmatička lingvistika, sociolingvistika (u Novom Sadu primenjenim istraživanjima bavi se Svenka Savić i njeni saradnici i naslednici Vera Vasić, Ivana Antonić, Dubravka Valić Nedeljković, Dejan Pralica; u Beogradu Ranko Bugarski, Vesna Polovina i njihovi saradnici).
2. Sociološka (u Beogradu Jovanka Matić, Snježana Milivojević, Rade Veľjanovski, u Novom Sadu Višnja Baćanović).

Analiza diskursa, time i medijskog, temelji se na grupi principa

1. Analiziraju se tekst i razgovor u svojoj pojavnoj formi bez ulepšavanja. Podjednako su za analizu značajni i standardni govor i dijalekti.
2. Konteksti
3. U analizi diskursa jednako je važan (*raz*)govor, koliko i *pisana* poruka (do sada je u strukturalnoj lingvistici veći značaj poklanjan pisanom tekstu).
4. Diskurs se posmatra kao društvena praksa.
5. Analiza diskursa se dominantnije fokusira na *kulturnim razlikama* ostvarenim jezikom. Otuda je njen fokus ne toliko na jednom, nego na više istih stvari u raznim kulturama (na primer, kako se pozdravlja u raznim kulturama, ili pišu poslovna pisma i sl.).
7. Kategorije za analizu proizilaze iz samog načina na koji sagovornici sebe interpretiraju, odnosno one proizilaze iz tipa diskursa, kao i cilja istraživanja.
6. Sekvencijalnost - potponji elementi diskursa uvek su u vezi sa prethodnim i ta veza je funkcionalna.
7. Konstruktivnost - diskurs je konstruktivan tako da su njegove jedinice u funkcionalnoj upotrebi i tvore hijerarhizovane strukture.

8. Nivoi i dimenzije - važan je odnos među njima. Nivoi su različiti tipovi fenomena uključenih u diskurs kao što su zvuk, forma, značenje; ali i jezički i nejezički znaci; emocionalno i racionalno.

9. Značenje i funkcija - analiza diskursa odgovara na pitanje »Zašto je to bilo rečeno ovde?«; kao i »Kako ovo ima smisla u ovom kontekstu?«; »Šta je govornik-govornica mislio/la ovde?«

10. Pravila - jezik, komunikacija kao i diskurs vođeni su pravilima. Tekst i razgovor se analiziraju kao manifestacija društvenih, gramatičkih, tekstualnih, komunikativnih i interakcijskih pravila. Diskurs analiza se bavi načinom na koji su ta pravila povređena i koje su diskurzivne, ili kontekstualne funkcije uzrokovale to narušavanje.

11. Strategije - osim pravila govornici koriste i mentalne i interakcijske strategije da bi se bolje razumeli i realizovali diskurs i komunikativne, odnosno društvene ciljeve. Te strategije se mogu uporediti sa šahom, pa tako i analizirati kao što se analiziraju šahovske partije.

12. Društveno saznanje - spoznaja, znanje, stav, ponašanje, ideologija, norme, vrednosti jezičkih korisnika kao članova određene grupe takođe igraju izuzetno važnu ulogu u diskursu. Spoznaja je veza između diskursa i društva (*prema van Dijk, 1998: 29-31 i Savić 1992*).

Dakle odgovor na pitanje: Otkud interes za medijski diskurs? prema Alanu Belu (1999:2), leži u tome da su mediji:

1. jako dobar izvor za dostupne podatke za istraživanja i učenje.
2. Upotreba medija utiče na ljude.
3. Upotreba medija može mnogo reći o javnom mnjenju i stereotipima projektovanim kroz jezik i komunikaciju (npr. upotreba stranih reči u reklamama, u radijskim muzičkim emisijama).
4. Mediji odražavaju i utiču na formiranje i izražavanje kulture, politike i društvenog života.

Imajući sve rečeno u vidu, jasan je značaj uvođenja analize medijskog diskursa u planove i programe osnovnih i diplomskih akademskih studija koje obrazuju i za profesiju novinar i za profesiju osoba zaduženih za odnose sa javnošću, kao naravno i za medijske analitičare. Ponuda fakulteta i smerova u celom regionu je velika i potencijalni studenti imaju mogućnost za izbor i uže usmerenje pošto su progami raznorodni i kreirani u kontekstu fakulteta na kojem je medijski studij pozicioniran. Tačnije da li je dominantno filozofsko-filološki, odnosno politikološki ili umetnički, ili su to privatni fakulteti koji su se pri osnivanju opredelili isključivo za medijske struke, pre svega menadžment u medijima koji

je sve atraktivniji studij. Po istom ovom kriterijumu plasira se i sadržaj namenjen savladavanju osnovnih metoda i tehnika u analiziranju medijskih sadržaja.

Na Odseku za komunikaciju i medijske studije **Univerziteta u Segedinu** predmet se izučava u trećem semestru i prema akreditovanom programu navodi se da »predmet nudi uvod u teoriju i u metodologiju analize diskursa. Zatim, prezentuje tekuće teme analiza diskursa. Bavi se problematikom segmentacije diskursa, mogućim jedinicama diskursa i definisanjem istih, koherencijom diskursa; raznim funkcijama diskursa, oznakama diskursa, itd. Sekundarni cilj predmeta je i da uvodi studente u praktične tokove analize diskursa». Valja istaći da je uveden kao priprema za međuuniverzitetsku školu analize medijskog diskursa *Mostovi medijskog obrazovanja* koja je nastala na osnovama uspostavljene saradnje sa univerzitetima u Segedinu i Temišvaru u okviru projekta "Mesto i značaj medijskih studija za međuregionalnu saradnju", Odseka za medijske studije Filozofskog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu, i Pokrajinskog sekretarijata za nauku (2005-2009).

Odsek za komunikacije **Univerziteta u Ljubljani** ima predmet Teorija novinskog diskursa koji se prema koncepciji sadrži od predavanja i istraživačkog dela.

Odsek za novinarstvo **Univerziteta u Podgorici** kao i studije Mediji i kultura društva **Sveučilišta u Dubrovniku** analizu medijskog diskursa su pozicionirali u okviru teorijsko metodoloških predmeta koji se tiču metoda istraživanja uopšte.

Na osnovnim akademskim studijama novinarstva i komunikologije **Fakulteta političkih nauka u Beogradu** na četvrtoj godini kao obavezan predmet izučava se *Analiza medija sa sociološkog stanovišta*.

Na Odseku za komunikacije **Zapadnog univerziteta u Temišvaru** predmet koji ima nameru da studente uputi u analizu medija izučava se tek na drugoj godini master studija.

Na Odseku za medijske studije Filozofskog fakulteta, **Univerziteta u Novom Sadu**, kao što je navedeno na početku, na osnovnim akademskim studijama koncipiran je predmet *Analiza medijskog diskursa* (5 ESPB, 1+2), a na diplomskim akademskim studijama, takođe obavezan, *Kritička analiza medijskog diskursa* (ESPB 6, 2+2). Sadržaj predmeta obuhvata razmatranje pojma diskursa i ciljeve i metode analize diskursa, analize konverzacije i teorije govornih činova, strukturu i organizaciju pisanog i govornog, planiranog i neplaniranog diskursa. Takođe i organizaciju i osobine medijskog diskursa s obzirom na broj učesnika. Bavi se i monološkim, dijaloškim i poliloškim diskursima u elektronskim medijima. Predmet razmatra i uslovljenost diskursnih obeležja i strategija od medija,

žanra, teme teksta/emisije i ciljnih grupa primalaca poruke. Ishodište predmeta je dekonstrukcija načina kreiranja medijskog diskursa štampanih, elektronskih i novih medija.

Plan i program koji se izvodi koncipiran je tako da se pomire lingvistički i sociološki pristupi u analizi medijskog diskursa, uključuju predavanja, vežbe i istraživački studentski rad. Svojevrсна nadgradnja je jesenja međunarodna škola *Mostovi medijskog obrazovanja* koja podrazumeva tematska predavanja i praktičan istraživački rad studenata i asistenata univerziteta iz zemalja okruženja (Mađarska, Rumunija, Crna Gora, Slovenija, Srbija, a u buduće još Hrvatska i Makedonija) koja se završava konferencijom na kojoj se predstavljaju istraživački rezultati i teorijski radovi koji za temu imaju promišljanje nekog od elemenata analize medijskog diskursa. Ovo je još jedna afirmacija analize medijskog diskursa i prilika da se neguje istraživački podmladak u celom regionu.

Okvirna literatura

- Bell, Allan, Garrett, Peter (1999). *Media and Discourse: a Critical Overview*. (U: *Approaches to media Discourse*). Oxford and Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Devereux, Eoin edd, (2007). *Media Studie: key Issues and Debates*. Los Angeles [et al]: SAGE Publications.
- Fetzer, Anita, Gerda, Eva Lauerbach edd. (2007). *Political Discourse in the media*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins publishing Company.
- Ostin, Džon (1993). *Kako delovati rečima*. Novi Sad: Matica srpska.
- Polovina, Vesna (1987). *Leksičko-semantička kohezija u razgovornom jeziku*. Beograd: Filološki fakultet.
- Radovanović, Milorad (2003). *Sociolingvistika*. Sremski Karlovci, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Savić, Svenka (1993). *Diskurs analiza*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Serl, Džon (1992). *Govorni činovi*. Beograd: Nolit.
- Renkema, Jan edd. (2009). *Discourse of course, an overview of research in discourse studies*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins publishing company.
- Dijk, Teun A. van (1998). *Discourse as structure and process: discourse sstudies 1 a multidisciplinary introduction*. London [et al]: SAGE Publications.
- Dijk, Teun A. van (1998). *Discourse as social interaction: discourse sstudies 2 a multidisciplinary introduction*. London [et al]: SAGE Publications.
- Valić Nedeljković, Dubravka (2008). (Ne)vidljivost žena u političkom tv spotu? - Analiza diskursa političkog tv spotu u predizbornoj kampanji 2008. u

- Srbiji. (U: *Kandidatkinje: monitoring prisustva žena kandidatkinja u mediji-toka tokom predizborne kampanje za lokalne i pokrajinske izbore u 2008.* 3). Novi Sad: Novosadska novinarska škola, Zavod za ravnopravnost polova Vojvodine.
- Valić Nedeljković, Dubravka (2008). Analiza sadržaja političke tv reklame u predizornoj kampanji 2008 u Srbiji. (U: *Mioko*). Novi Sad, br. 2/3, 49-63.
- Valić Nedeljković, Dubravka (2008). Multikulturalnost u programima javnog servisa Vojvodine. Multietnički identitet Vojvodine: izazovi u 2007-08. (U: *Helsinkiške sveske*). Beograd: Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji, br. 27, 120-143.
- Valić Nedeljković, Dubravka (1997). *Rikošet reči: analiza ratnih izveštaja emitovanih na radiju*. Beograd: Argument.
- Valić Nedeljković, Dubravka (1998). *Radijski intervju: analiza diskursa intervju sa verskim sadržajem emitovanih na radiju*. Beograd: Zadužbina Andrejević.
- Vershueren, J. (1995). The pragmatics perspective. (U: *Handbook of Pragmatics*), Ostman [et al]: Ofprint, 1-17.

Dubravka Valić Nedeljković

WHY SHOULD MEDIA DISCOURSE ANALYSIS BE A COMPULSORY SUBJECT?

Summary

Studies of discourse deal with speech and text in context. Its main goal is the interpretation of the meaning, and hence the critical questioning of social and cultural, primarily ideological and political context, especially among those researchers who consider themselves the ones who deal with critical discourse analysis. In that sense, this analysis is a powerful tool for the deconstruction of various forms of power in society, and such power lies in certain institutions and authorities, especially in the media and those who directly and indirectly influence media policy.

The offer of courses on faculties that deal with Journalism in the region is large, and potential students have the opportunity to select the proper orientation, as the Programs are diverse and designed in the context of the Faculty of Media Studies where the program is positioned (philosophical-philological, or

Political, or artistic, or private faculties which were established as media profession only). Almost all higher education programs of Journalism studies and communication which cover the subject of theoretical / methodological groups, treat issues of analysis of media discourse. generally, or only partially. This analysis of limited range, showed that the most complex program is implemented by the Department of Media Studies Faculty of Philosophy, University of Novi Sad.

Дејан Праща
novisad1748@nadlanu.com

UDK 070.11 (497.1) (498) (439)
 Оригинални научни рад

ШТАМПА ИЗ РЕГИОНА О МУЛТИКУЛТУРАЛИЗМУ¹

Сажетак

Циљ овог рада био је да истражи у којој мери и на који начин одабрани штампани медији из пет земаља региона пишу о темама које су у вези са проблематиком националних мањина држава региона, али и о мултикултурализму. За истраживање су коришћени квантитативно-квалитативни метод анализе медијског дискурса и интерпретација садржаја новинских текстова (самосталних одсецака) из листова *Дневник* и *Блиц* (Србија), *Мађар немзет* (Мађарска), *Адеварул* и *Уј мађар со* (Румунија), *Побједа* и *Дан* (Црна Гора) и *Дело* и *Приморске новости* (Словенија). Анализа је показала да су у највећем броју медија веома мало заступљене мањинске и мултикултурне теме, да се о мањинама најчешће говори у контексту актуелних догађаја, културе и образовања. У анализираном периоду мај-јун 2009. запажено је како је најмање мањинских текстова било у подгоричком *Дану* и љубљанском *Делу*, а највише у новосадском *Дневнику*. Највећи број текстова су вести и извештаји, док је врло мало заступљено аналитичких жанрова, као што су репортажа, чланци или коментари или интервјуи.

Кључне речи: анализа медијског дискурса, новине, регион, националне мањине, мултикултурализам.

¹ Појединачне анализе дневних новина из својих земаља обавиле су групе студената основних и мастер студија са медијских одсека универзитета у Новом Саду, Сегедину, Темишвару, Подгорици и Љубљани у оквиру радионица на 1. Међународној летњој школи „Мостови медијског образовања“ у Новом Саду од 7. до 14. септембра 2009. Захваљујем се на сарадњи студенткињама и студенту Драгани Лајић, Андреи Јеринић, Илдико Фехер и Стевану Илићу (Нови Сад); Тимеи Киш и Марији Ласло (Сегедин); Симони Ливији Суцио и Виорели Прекупас (Темишвар); Јелени Мијатовић и Јелени Ђорлука (Подгорица); Ањи Вилотић и Тањи Жарковић (Љубљана).

1. ЦИЉ ИСТРАЖИВАЊА

Медији имају веома важну улогу у афирмисању мањинских права и постављању прекограничне сарадње.² Теме којима се баве и начин на који новинари пишу о националним мањинама део су глобалне слике која одређено друштво приказује ван граница неке земље. Циљ овог рада је да истражи у којој мери и на који начин одабрани штампани медији из пет земаља региона (Србија, Мађарска, Румунија, Црна Гора и Словенија) пишу о темама које су у вези са проблематиком националних мањина држава региона, али и о мултикултурализму. Истраживање треба да покаже и како су мањине приказане у водећим штампаним медијима држава региона.

2. МЕТОД

Приликом анализе девет дневних новина из пет земаља региона коришћена је метода квантитативно-квалитативне анализе садржаја медијског дискурса. Анализа дискурса најпогоднија је за овакав тип истраживања у медијима будући да као интердисциплинарно подручје критички преиспитује друштво и културу у којој су реални саговорници који размењују поруке. Оно што је јединствено за ову интердисциплинарну науку јесте да „анализа јединица већих од реченице, у конкретној употреби у контексту и ситуацији, боље објашњава људску комуникацију и понашање“ (Савић 1993: 25). Анализа медијског дискурса изучава друштво и проучава које врсте интеракција медијски текст успоставља између људи и света и између моћника (власти, већине) и оних који то нису (мањине) (према Matheson 2005: 1-3).

Употреба језика у овој интердисциплинарној науци није ограничена само на говорни језик, већ укључује и *писане* или *штампане* форме комуникацију и интеракцију, као у случају када читамо дневне новине, уџбенике, електронску пошту или било који текст који је у вези са нашим академским или другим радом. Тако дискурс обухвата *писану комуникацију*, чак и *писану интеракцију*, с тим да читалац и аутор нису у интеракцији *лицем у лице* (Van Dijk 1998: 2-3). Структура новинарског дискурса, због потребе да се информација недвосмислено разуме, припада најјаче шематизованим и аутоматизованим исказима. Према Ван Дијковој шеми, новинарски жанрови „испуњавају структурне елементе различитим карактеристикама“. Ван Дијкова суперструктура јесте сложено разграната и укључује елементе од вести,

² О афирмисању мањинских и прекограничних тема у електронским медијима Војводине детаљније у раду „Значај регионалне сарадње медија на примерима *Радио-телевизије Војводине* и *Радија 021* из Новог Сада“ (Пралица 2007: 122-129).

преко делова вести, до контекста (Zgrabljic-Rotar 2007: 34-35). Медијски дискурс кружи унутар институција и међу њима и дубоко је укоренен у свакодневици и интеракцији готово сваког човека. Због тога се каже да дискурс није готов производ, већ процес, односно стална промена, а да је текст део дискурсног процеса и нема сврхе изучавати га ван контекста (Talbot 2007: 5-10).

Анализа садржаја настала је као резултат практичних и теоријских потреба да се појединачним облицима друштвене комуникације добију објективнији и прецизнији подаци. То је истраживачки метод помоћу којег на систематичан, квантитативан и објективан начин долазимо до података о садржају поруке, пошиљаоцу и примаоцу поруке, као и о ефектима поруке (према Милић 1978: 571; Шушњић: 1973: 247).

Анализа садржаја фокусирана је на неколико елемената презентације мањинске проблематике у дневним новинама: структуру садржаја у погледу тема и субјеката о којима се извештава, вредносне усмерености ставова субјеката према објектима као и на утврђивање степена медијске оригиналности новинара. Јединица анализе јесте *самостални одсечак* – новински текст који као претежну тему садржи националне мањине, а као форму подразумева заокружени писани садржај новинарског жанра, те обухвата наслов, сам текст, потпис аутора, али и додатну опрему, као што су оквир, фотографија, карикатура или неки додатни цртеж (према Матић, 2008: 21; Валић Недељковић 2008: 286-287).

За потребе анализе садржаја медијског дискурса креиран је посебан кодни лист (кодекс) који садржи 17 категорија. Свака категорија обухвата елементе на основу којих је јединица анализа и класификована. Кодекс је састављен од категорија по следећем редоследу: 1) новине, 2) датум, 3) број стране, 4) величине текста, 5) жанр, 6) ауторство, 7) повод, 8) визуелна презентација, 9) локација, 10) тема, 11) субјекат 12) персонализација субјекта, 13) објекат, 14) персонализација објекта, 15) вредносни контекст субјекта према објекту, 16) тип наслова, 17) напомене.

Број *самосталних одсечака* различит је од броја субјеката и објеката будући да је у оквиру једног *одсечка* могуће уочити више тема о којима говори један исти субјекат или више субјеката, односно објеката о којима се говори. Сви субјекти и објекти регистровани су функцијом и именом и презименом, односно називом институције или појма, уколико нису жива бића. Основни квантитативни садржаји су у вези са датумом, редним броје стране, бројем *одсечака*, док се квалитативни садржај односи на вредносни контекст у који субјекат „смешта“ објекат, као и на жанровску структуру *одсечака*, као и тип наслова (метафорички или реални).

3. АНАЛИЗА И РЕЗУЛТАТИ

3.1. Контекст медија

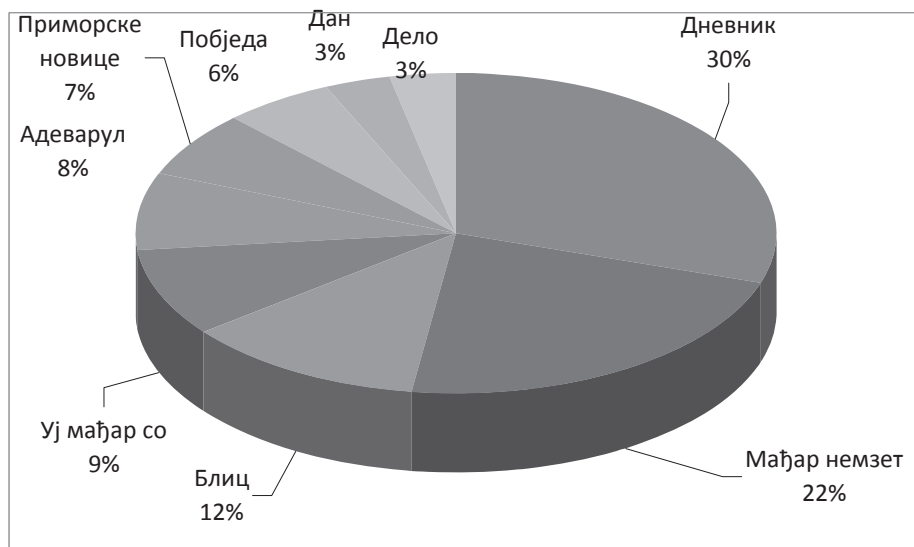
Утицај штампе на формирање јавног мњења једног друштва одувек је био велик. Делимично ослабљен је појавом радија и телевизије, али након експанзије интернета и интернетских издања дневних новина, за штампу се данас никако не може рећи да је престала да има утицаја на догађаје у друштву и живот људи. У свету данас готово да и нема једнонационалних држава, а медији у свакој држави представљају „кисеоник демократије“. Анализа овог рада обухвата девет штампаних медија – дневних новина из пет земаља региона. Четворо дневних новина је на српском језику (*Блиц*, *Дневник*, *Побједа* и *Дан*), по двоје новина на словеначком (*Дело* и *Приморске новости*) и мађарском језику (*Мађар немзет* и *Уј мађар со*) и једне на румунском (*Адеварул*).

Блиц су високотиражне приватне дневне новине, са седиштем у Београду, основане 1996. Оснивач и издавач листа је мултинационална компанија *Рингиер*. *Блиц* има националну покривеност и издања за Београд, Србију, Војводину и Нови Сад, и Српску. По садржају је између таблоида и озбиљних дневних новина. *Дневник* је најстарија новинско-издавачка установа у Војводини, а сам лист, под именом *Слободна Војводина*, основали су антифашисти 1942. Лист од 1953. мења име у *Дневник*. Већински власник предузећа *Дневник Војводина прес* данас је немачка медијска компанија *Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)* (55%), а мањински *Дневник Холдинг* а.д. (45%), односно Аутономна Покрајина Војводина, која има 52% власништва акција у *Холдингу*. Подгоричка *Побједа* су провладине дневне новине које су основане 1944, у власништву су Републике Црне Горе, а у марту 2009, немачки *WAZ*, који је једини био заинтересован за куповину већинског дела *Побједе*, одустао је због светске економске кризе. Лист *Дан*, такође са седиштем у Подгорици, излази од 1998. и у приватном је власништву. Афирмисао је заједништво Србије и Црне Горе, а незванично подржава политику просрпски оријентисаних странака у Црној Гори. Љубљанско *Дело* (словеначки *Delo*) су најстарије дневне новине у Словенији које се штампају од 1959. Чине део истоимене највеће новинско-издавачке куће у Словенији, која је у већинском власништву *Пиваре Лашко*. *Приморске новости* (словеначки *Primorske novice*) једине су регионалне новине које излазе у Копрју од 1953. Од 2004. су дневне новине, у приватном власништву компаније *Primorske novice - časopisno založniška družba*. *Мађарска нација* (мађарски *Magyar Nemzet*) најтиражније су дневне новине које излазе у Будимпешти, а основане су 1937, док 2000. у свој састав „утапају“ конзервативне дневне

новине *Napi Magyarország*. Блиске су опозиционом лидеру и некадашњем премијеру Виктору Орбану. *Нова мађарска реч* (мађарски *Új Magyar Szó*) су дневне новине које излазе на мађарском језику, а штампају се у главном граду Румуније. Имају највећу читалачку публику међу румунским Мађарима. Наследиле су *Romániai Magyar Szó* који је банкротирао 2005. *Истина* (румунски *Adevărul*) су дневне новине са дугом традицијом које су основане у Букурешту 1871. За време краљевине важиле су за главни пролевичарски лист, а након Другог светског рата комунистички режим их је забранио. Лист је поново почео да се штампа 1989. након пада Чаушескуа. Овај лист 2005. потресају скандали и напушта га један број уредника и новинара. Садашњи власник је румунски бизнисмен и политичар Дину Патрициу.

3.2. Квантитативно-квалитативна анализа

Анализа обухвата укупно 90 самосталних одсека у вези са мањинском тематиком из одабраних бројева девет дневних новина у региону и то: 27 одсека у *Дневнику*, 20 у *Мађар немзету*, 11 у *Блицу*, осам у *Уј мађар соу*, седам у *Адеварулу*, шест у *Приморским новицама*, пет у *Побједи* и по три у *Дану* и *Делу* (Графикон 1). Анализирано је по седам примерака бројева новина у мају и јуну 2009, за датуме 4, 8, 12, 14, 20, 23 и 31, односно 30. за јун, јер тај месец има 30 дана.



Графикон 1: Број текстова о националним мањинама у одабраним дневним новинама земаља у региону

О мањинским темама, жанровски, одабрани штампани медији из мања региона, највише су писали кроз вести и извештаје. Вести су најзаступљеније у српским дневним новинама (50%), дневницима на мађарском језику (49%), као и у румунском дневнику (43%). Кроз форму извештаја о националним мањинама пишу најчешће словеначки (60%) и црногорски дневници (56%). Како су жанровски вест и извештај најједноставније новинарске форме, уз то, вест је и најкраћа, може се приметити да се одабране дневне новине у региону на тривијалан начин, не улазећи у детаље, баве мањинском проблематиком. Од сложенијих жанрова, који захтевају већу посвећеност новинара одређеној теми, забележено је симболично присуство чланака, репортажа, интервјуа и коментара. Од ових новинарских жанрова чланци су пронађени у свим српским и црногорским дневницима, по један интервју у *Дневнику* и *Блицу*, једна репортажа у румунском *Адеварулу* и један коментар у румунском дневнику на мађарском језику *Уј мађар со*.

Тематски, права националних мањина у Србији, њихова култура, обичаји и образовање највише су заступљени у *Дневнику* (демократија 26%, култура и образовање 15%) и *Блицу* (демократија 26%, култура и образовање 11%). Теме о националним мањинама нису истражене до краја, јер у текстовима нема „друге стране“. Не постоје виђења обичних људи, већ новинари само преносе ставове званичника, односно власти. Текстови у црногорским дневницима, слично као и у српским, претежно су информативног карактера, а медији се мањинском тематиком баве једино ако је неки актуелни догађај у питању. Занимљив пример за то је обележавање Светског дана Рома (8. април) који је у Црној Гори био веома добро испраћен. Новинске странице биле су испуњене текстовима о животу ромске мањине, као и обећањима власти да ће радити на побољшању животних услова Рома. Месец дана након тога, у време мониторинга, ситуација се враћа у првобитно стање пре 8. априла, а медији се поново веома скромно баве мањинским питањима. У одабраним словеначким медијима највећи проблема у вези са текстовима о националним мањинама јесте недостатак комуникације са мањинама. Тематски текстови о мањинама углавном су „скрајнути“ и налазе се у рубрикама о култури или друштву, те новинари на тај начин праве јаз између већинског словеначког становништва и мањинских припадника (Срба, Хрвата, Бошњака и осталих мањина) чије се културне карактеристике недовољно поштују, односно афирмишу. И међу дневницима на мађарском језику тематски о мањинама доминирају информације из културе (мањински фестивали, свечаности, перформанси и слично). Приметно је да се припадници јеврејске мањине помињу углавном у случајевима неких протоколарних информација, што може да значи да су новинари врло дистанцирани према Јеврејима у

Мађарској. Румунски дневник највише се бавим мањинском тематиком у вези са положајем и обичајима Рома, Јевреја и Италијана, и што је врло занимљиво, ниједном није било текстова у вези са Мађарима, који су најбројнија национална мањина у Румунији.

Када је реч о субјектима који уједно, посредно својим ставовима према објектима утичу и на формирање вредносног контекста самог текста, издвајају се словеначка и румунска дневна штампа. Тако је у *Делу* и *Приморским новицама* забележено да су сами новинари, аутори текстова, субјекти у 60% случајева. Далеко мање субјеката (по 10%) долази из националних мањина, невладиних организација, институција војске и полиције, и културе и образовања. *Адеварул* је у периду мониторинга писао о јеврејској заједници у Темишвару, медијској кампањи против дискриминације Рома, о познатој румунској ромској певачици, обичајима приликом ромских венчања, о повратку ромске музичке групе на сцену у Букурешту, као и једној италијанској пословној жени која живи у Румунији. Субјекти су доминантно у мањинским текстовима у румунском дневнику били сами представници националних мањина (72%), док су грађани и државне власти, далеко мање и подједнако, били заступљени на позицији субјекта (по 14%). У осталим дневним новинама из региона појединачно се не издваја ниједна група субјеката.

Вредносни став који субјекат има према објекту, као што је речено, у крајњој инстанци одражава се и на читав вредносни контекст текста, када се посматра као целина. Истраживање је показало присуство претежно неутралних вредносних контекста у српским и словеначким дневницима, као и у румунском дневнику на мађарском језику *Уј мађар со*. Изразито позитиван вредносни контекст субјеката према објектима забележен је углавном у црногорским дневницима и румунском *Адеварулу* (чак 72%). Док за црногорске примере нема универзалног правила зашто је то тако, румунски пример се подудара са преминацијом националних мањина као субјеката који, када говоре о објектима најчешће имају афирмативан став. Како је за преосталих 28% утврђено да је у питању неутралан вредносни контекст, следи да у *Адеварулу* не постоје негативне слике према националним мањинама, што је, свакако, похвално. За разлику од поменутих примера, негативан контекст доминантан је једино у будимпештанском *Мађар немзету* (62%). Компаративна анализа одабраних *самосталних одсецака* два дневника на мађарском језику букурештанског *Уј мађар соа* и будимпештанског *Мађар немзета*, показала је да о мањинским темама *Мађар немзет* пише углавном у негативном контексту. Као експлицитни примери наведени су злочини које су починили припадници ромске националности, што је врло честа тема у овом листу још

од такозваног „Козма случаја“³. *Мађар немзет* пише, највећим делом у негативном контексту и о мађарско-словачким међунационалним односима. Истраживачи су уочили да је такав однос последица „радикалне десничарске“ политике овог дневника. С обзиром на то да је врло популаран у Мађарској, такви стативи далекосежно могу имати негативне последице за међунационалне односе у тој земљи.

4. ЗАКЉУЧНЕ НАПОМЕНЕ

Општа, заједничка карактеристика свих одабраних штампаних медија пет земаља региона јесте да се недовољно и неаналитички баве темама мањинске проблематике. Ипак, појединачно највише мањинских тема било је у *Дневнику*, али то је било и очекивано, будући да у покрајини Војводини живи велики број припадника националних мањина. Међутим, садржаји који се нуде не пружају увид у свакодневни живот мањинских народа, те се стиче утисак, што је карактеристика и свих других посматраних листова, да већински народи живе не заједно са мањинским, него једни поред других.

Скроман учинак црногорских листова у вези са националним мањинама, огледа се у томе да у Црној Гори до краја није дефинисано ко су заиста припадници националних мањина, те део медија Србе третира као аутохтони народ⁴. У словеначким медијима највећи проблема представља недостатак јавне расправе у вези са националним мањинама, као и преминација словеначке културе у односу на мањинске. Анализа је показала и да се *Мађар немзет* углавном бавио мањинама када су оне имале или када су „стварале“ неки проблем, што никако не може бити добро за афирмисање суживота међу различитима народима.

³ Румунски рукометни репрезентативац Марин Козма убијен је 8. фебруара 2009. испред једног ноћног клуба у мађарском граду Веспремену, док су његови саиграчи, српски и хрватски рукометаша, Жарко Шешум и Иван Пешић, задобили тешке повреде у покушају да га одбране. Сва тројица рукометаша играла су за локални клуб *МКБ Веспрем*. Њих је нешто после два сата иза поноћи, на паркингу напало око 30 момака ромске националности. Претходно, играчи су прослављали рођење детета колеге из клуба. У једном моменту, на прославу је улетела група од тридесетак Рома, који су напали девојку која је плесала са Козмом. Према незваничним сазнањима, Козма, Пешић и Шешум покушали су да одбране девојку, након чега је дошло до масовне туче која се убрзо пренела и на улицу где је дошло до трагедије. Двојица нападача ухапшена су у Аустрији убрзо након трагедије, трећи се предао, а десетак дана после напада ухапшен је и четврти изгредник. Пети осумњичени за напад и убиство ухапшен је у Мађарској почетком августа 2009.

⁴ Према попису из 2003. у Црној Гори живи 43% Црногораца, 32% Срба, 12% Муслимама, 5% Албанаца и тако даље.

Начин писања румунског дневника *Адеварул* може бити добар пример како се у јавности ствара позитивна слика о националним мањинама. Неке од могућности да се унапреди писање штампаних медија из региона о мањинској тематици могу ићи у правцу отварања посебних сталних рубрика, што никако не треба доводити у везу са гетоизацијом националних мањина. Такође, увођењем већег броја сложенијих новинарских жанрова, као што су репортажа, чланак или интервју, већинским народима помогло би се да стекне бољи увид у стварне животне проблеме и вредности мањинских заједница и тако отклоне баријере и предрасуде које имају о националним мањинама. Мултикултурализам који се само декларативно и спорадично појављује у писаним медијима треба заменити стварним темама, као и истинским интересовањима новинара за активности мањина. Сudeћи према анализираним текстовима и недовољној заступљености мањинске тематике у девет штампаних медија из региона, може се закључити да у основи бројних односа на релацији већина – мањине лежи страх да ће мањина, ако се „превише“ појављује у медијима бити „снажнија“ и „опаснија“ и да ће једног дана затражити аутономију (ако је нема), већи степен аутономије или чак и оцепљење. Међутим, новинари треба да буду свесни следећег: „Ако се осећате као код куће, не осећате никакву потребу да одете негде другде“ (Пешић 2004: 142).

Литература

- Валић Недељковић, Дубравка (2008). Слика Косова у дневним новинама у Србији. (У: *Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду*). Нови Сад: Филозофски факултет, књ. 33, св. 1, 281-299.
- Van Dijk, Teun A. (1998). *The Study of Discourse. Discourse as Structure and Process – Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. London: Sage Publications. Vol. 1:1-34.
- Matheson, Donald (2005). *Media Discourses – Analysing Media Texts*. New York: Open University Press. Матић, Јованка (2008). Мониторинг јавног сервиса Војводине: 2006-2007. (У: *Медијска сфера – медији о свакодневици. Мониторинг јавног сервиса Војводине и регионалних телевизија*). Нови Сад: Новосадска новинарска школа. 2: 15-30.
- Милић, Војин (1978). *Социолошки метод*. Београд: Нолит.
- Пешић, Милица (2004). Медијско приказивање националних мањина и унапређивање духа толеранције и међукултурног дијалога. (У: *Пуњавање оквира – пет година мониторинга Оквирне конвенције за заш-*

- титу националних мањина – зборник радова са конференције одржане у Стразбуру 30. и 31. октобра 2003). Стразбур ; Нови Сад: Савет Европе и Војвођански центар за људска права. 138-142.
- Пралица, Дејан (2007). Значај регионалне сарадње медија на примерима Радио-телевизије Војводине и Радија 021 из Новог Сада. (У: Аудиовизуелна обука новинара на универзитетима у Сегедину и Новом Саду). Сегедин: Универзитет у Сегедину, Катедра за комуникацију и медијске студије. 122-129.
- Rotar-Zgrabljic, Nada (2007). *Radio mit i informacija, dijalog i demokratija*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
- Савић, Свенка (1993). *Дискурс анализа*. Нови Сад: Филозофски факултет.
- Talbot, Mary (2007). *Media Discourse – Representation and Interaction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Шушњић, Ђуро (1973). *Критика социолошке методе*. Ниш: Градина.

Dejan Pralica

REGIONAL NEWSPAPERS ON MULTICULTURALISM

Summary

The purpose of this paper was to find out how much and in which way certain printed media from the five countries in the region cover the topics related to the issues concerning minorities in these countries, as well as the issues of multiculturalism. In this research, we used quantitative-qualitative method of media discourse analysis and interpretation of articles content in the following papers: *Dnevnik* and *Blic* (Serbia), (Hungary), *Új Magyar Szó* and *Adevărul* (Romania), *Pobjeda* and *Dan* (Montenegro) and *Delo* and *Primorske novice* (Slovenia). The analysis has shown that most media write very little about minority and multicultural topics, minorities are usually mentioned in the contexts of current affairs, culture and education. In the analysed period of time, May and June 2009, the smallest number of minority texts was published in *Dan* from Podgorica and *Delo* from Ljubljana, while the largest number of texts was published in *Dnevnik* from Novi Sad. Most texts were news and reports, while there were only few other analytical genres, such as feature, interview, article or comment.

Key words: newspapers, region, minorities, multiculturalism, media discourse analysis

Vladimir Barović
barovic@neobee.net

UDK 659.3/.4 : 174
Originalni naučni rad

IZVEŠTAVANJE U KRIZNIM SITUACIJAMA I PRIMERI NEPOŠTOVANJA MEDIJSKE ETIKE U ŠTAMPANIM MEDIJIMA

Sažetak

U radu se konstatuje da sveopšta komercijalizacija štampanih medija doводи do beskompromisne borbe za tržište u kojoj se kšrše mnoge etičke norme. To dolazi do izražaja u svim oblastima medijskog rada ali posebno ekstremni slučajevi uočljivi su u kriznim situacijama, koje često spuštaju prag etički prihvatljivih fotografija, snimaka i pratećeg teksta koji se nalazi u štampanim medijima. Uspostavljamo relaciju između potrebe za većim tiražom i očuvanjem digniteta savremenog moralnog subjekta čija egzistencija je ugrožena u bespoštednoj medijskoj komercijalizaciji.

Ključne reči: krizne situacije, etika, mediji, norme, novinarstvo, kodeks.

Urednička i, u krajnjoj liniji, menadžerska težnja ka povećanju tiraža dijametralno je suprotna od potrebe za uvođenjem bilo kakvih standarda u novinarstvu koje nakon devedesetih godina doživljava nekrofilsku apoteozu uobličenu u definiciju žurnalizma koja podrazumeva kombinaciju nasilja, neprofesionalizma, senzacionalizma i raznovrsnog širenja najgoreg neukusa. Upravo takav tretman medija koje su u procesu divlje privatizacije pokupovala lica koja su sticala novac na krajnje sumnjiv način, doводи medijske poslenike pred ogoljenu komercijalizaciju. Nije problem u sporadičnom kršenju novinarskih etičkih principa i postulata koji se mnogima čine kao daleki, nedostižni ideali, već je suština u razvijanju tabloidnog senzibiliteta među najširim slojevima konzumenata informacija.

Mediji, među kojima i štampa, svakako su svedočanstvo trenutnog bitisanja, stanja kolektivnog impulsa društva u kome egzistiraju jer kao što vandalska

arhitektura nadogradnje i zidanja seoskih kuća na vrhu solitera odaje moralnu i materijalnu devastaciju 90-tih godina, tako i izdanja štampe iz tog perioda sve-doče o psihičkom i moralnom demoliranju konzumenata informacija u posmatranom vremenskom okviru. To sistematsko uništavanje savremenog moralnog subjekta je izraženo čak i kada je on/ona kritički nastrojen/a prema informacijama koje se preko medija nude. Sa druge strane ima autora koji novinara vide kao najamnog radnika u medijskoj industriji, koja se posmatra kao samo jedna od veoma profitnih grana tržišne ekonomije (Belsey u Kieran, 1998:3).

Novinari, ili oni koji se tako nazivaju, smatraju da konzumenti informacija mogu da vide odsečene glave, razmrskane ekstremitete, naga mrtva tela, usmrćene u nedoličnim pozama jer videli su i gore scene za vreme raznih kriza koje su nas pogađale devedesetih godina.

Medijska etika se bave različitim pitanjima, filozofskim problemima i procesima u društvu ali su posredno ili neposredno u fokusu njenog interesovanja ljudska bića (Žaket, 2007). Isti princip u značajnoj meri važi za krizne situacije koje se baziraju na pojedincima, grupama ili zajednici koju mediji obrađuju u datom kriznom kontekstu. Krizne situacije je sa medijskog aspekta moguće definisati kao: „... izveštavanje o aktuelnim događajima u kojima su ugroženi ljudski životi i nepokretna odnosno pokretna imovina“ (Valić Nedeljković, 2007). To je opšta i dosta široka definicija koja obuhvata sve krize a zanimljivo određenje krizne situacije dao je Kombs koji piše: „Krizna je definisana kao nagoveštaj pretnje koji će imati negativne posledice ako ne bude upravljana ispravno“ (Coombs, 2007:5). Krizne situacije se u osnovi mogu podeliti na krize koje su izazvane delovanjem prirodnih sila i krize koje je proizveo ljudski (ne)svesni faktor. Fink je sastavio životni ciklus krizne situacije koji počinje najavom krize (Prodromal Crisis), zatim dolazi akutna faza (Acute Crisis), hronična faza (Chronic Crisis) i poslednja je faza saniranja krize (Crisis Resolution) (Fink, 1986).

U razmatranju odnosa kriznih situacija i etike u štampanim ali i ostalim medijima u središtu pažnje je na posredan ili neposredan način ljudsko biće ili određena šira ili uža zajednica. Ima li novinar pravo da objavi identitete žrtava silovanja i pored mogućnosti da to neka druga napastvovana lica ohrabri da prijave vlastima do tada skrivenog prestupnika? Da li je etički prihvatljivo objaviti potresne snimke osobe poginule u saobraćajnoj nezgodi kao upozorenje ostalim učesnicima u saobraćaju da smanje brzinu? Isto pitanje je moguće izneti u nekoliko varijacija ali je suština u profesionalnoj odgovornosti, koja je u direktnoj vezi sa poimanjem etike novinarstva. Pojedini autori kao što je Meril apsolutizuju postulat odgovornosti tvrdeći da je kodeks nepotreban ako imamo odgovorne i savesne novinare, što je po našoj oceni preterano i teško ostvarljivo (Everette, Merrill, 1984 :108).

U vreme ekonomske krize sveopšta komercijalizacija medija dodatno je uočljiva, jer je opšti trend trčanje novinara za ekskluzivnim informacijama. „Događaj je za medije sirovina koja se propušta kroz njihov filter, umnaža i konačno prodaje kao roba. Posljedica je toga, kako ističe Malović, komercijalizacija medija koja je nametnula druge novinarske standarde: senzacionalno, agresivno, površno, kratko, bez objašnjavanja, što više krvi, suza i patnje, glamurozno“ (Perinić, 2008:39). Novinarska etika najtransparentnije se ogleda u tretmanu ličnosti u određenoj kriznoj situaciji ili incidentu jer svaki konzument informacija lako će uočiti da li je: sačuvan identitete žrtve, da li se vidi lice na snimku ili fotografiji, da li je sačuvano dostojanstvo unesrećene osobe, što posebno naglašava Korni kada piše: „Treće značenje aksiološke odrednice novinarske etike odnosi se na poštovanje ljudske ličnosti“ (Korni,1999:56).

Primenom profesionalnog novinarskog kodeksa u značajnoj meri će biti ograničena mogućnost manipulacije i kršenja etičkih principa čime se u krajnjoj liniji smanjuje mogućnost ugrožavanja dostojanstva i prava ljudskog bića kao centralne figure svakog oblika kriznih situacija. „Ipak, kodeksi se smatraju ozbiljnim pokušajem da se bar prepoznaju suštinske vrednosti i principi koje medijske organizacije zastupaju. Oni imaju funkciju uspostavljanja zajedničke podloge na kojoj pripadnici profesije mogu da stoje i funkciju odnosa s javnošću preko koje javnost može znati da li neka organizacija pridaje značaj etici“ (Dej, 2004:68.). I pored svih evidentnih nedostataka koje on poseduje profesionalni kodeks je ipak neophodan u novinarstvu a njegova svrsishodnost posebno se uviđa u kriznim situacijama.

U tim vanrednim i nepredvidivim okolnostima na primerima se transparentno uočava koji etički postupci u izveštavanju odvajaju novinara koji se pridržava profesionalne etike od onoga koji to ne čini. Poštovanje etičkog kodeksa u značajnoj meri utiče na kredibilitet profesije u očima stručne javnosti ali i etičara koji jasno ukazuju na nedoslednosti novinara koji i pored postojećeg kodeksa u mnoštvu situacija postupaju po svom nahođenju. „ U demokratskim društvima u kojima su i medijski sistemi zreli i u kojima dominiraju odgovorni činioци, moralna sankcija proizvodi značajno dejstvo, jer se izricanjem takve sankcije pojedinom mediju, gubi ugled, a time poverenje publike, rejtinzi i tiraži padaju, pa se u krajnjoj liniji smanjuju prihodi. Zato se i vlasnici medija i novinari i urednici koji rade u njima trude da ne dođu pod udar takvih sankcija“ (Veljanovski, 2007 : 3).

Ako razmotrimo kodeks koji je važeći u Srbiji i nalazi se na sajtu Udruženja novinara Srbije i Nezavisnog društva novinara Vojvodine pored standardnih odredbi koje regulišu niz značajnih pitanja, nalazimo elemente koji se odnose na krizne situacije i to u članu VI koji reguliše poštovanje privatnosti. Pri tom se u članu III Kodeksa u stavu 4. jasno ističe: „Novinaru je zabranjeno da koristi

neprimerene, uznemiravajuće, pornografske i sve druge sadržaje koji mogu imati štetan uticaj na decu. (Italik – VB, <http://www.unsonline.org/sr-Cyrl-CS/content/dokumenta/464/кодекс-новинара-србије.xhtml>).

U najvažnijim elementima jasno se determiniše šta je etički prihvatljivo u kriznim situacijama jer se u stavu 2. eksplicitno navodi izbegavanje prenošenja neproverenih vesti o nesrećama. Stav 3. reguliše etičku potrebu saučestvovanja izveštača u duševnoj patnji unesrećenih i njihove rodbine što se kod nas često krši objavljivanjem senzacionalističkih izveštaja i fotografija kako sa mesta incidenta tako i sa sahrana, komemoracija i verskih obreda (koji se organizuju za uži krug prijatelja i rodbine). Problematičan je stav 1. koji sužava pravo privatnosti kada su u pitanju javne ličnosti što neodgovorni novinari zloupotrebljavaju da određene incidente iskoriste za medijsku eksploataciju koja se ne može nazvati etički prihvatljivom.

„Najbolji“ primer je saobraćajna nezgoda u kojoj je poginuo pevač Toše Proeski pa je tako tabloid „Kurir“ 08.03.2008. pod naslovom „Toše Proeski ipak ubijen“ doneo izveštaj koji je klasična špekulacija o mogućem nameštanju kvara na vozilo poginulog pevača (<http://www.kurir-info.rs/clanak/kurir-08-03-2008/tose-proeski-ipak-ubijen>, napomena: pogledajte komentare čitalaca). Iako je interesovanje javnosti za krizne situacije i incidente u kojima su unesrećene javne ličnosti veliko i time komercijalni mediji ostvaruju veće tiraže, diskutabilna je mogućnost njihove (zlou)potrebe u medijima.

Kao antipod uvodnog dela ovog poglavlja moram napisati da svaki novinar ima potrebu da makar jednom u karijeri plasira neku vest koja se može nazvati ekskluzivnom, prvorazrednom, veoma važnom za veliki broj konzumenata informacija, vest koju matični medij prvi objavi itd. To je prirodna težnja koja je razumljiva jer predstavlja vrhunac karijere i ako se ukaže prilika retko ko joj može u potpunosti odoleti.

Ako uzmemo kao primer Hrvatsku videćemo da je upravo težnja za ekskluzivnim informacijama u kombinaciji sa kršenjem etičkih normi bilo omiljeno sredstvo progona neprijatelja raznih boja i protivnika vladajuće političko – privredne elite u štampanim medijima. Nedeljnici „Globus“ i „ST“ prednjačili su u tim „ekskluzivama“ kada su od navodno dobronamernog, a uvek tajnog izvora, dobijali podatke o zdravstvenom stanju, ubistvima, nasilju, preljubama, privatnim odnosima, navodnim nemoralnim sklonostima pojedinaca.

Kako Ivančić primećuje navodno istraživačko novinarstvo otkrivalo je ekskluzivne podatke, a u suštini je bilo poligon za neetičke obračune, pri čemu se profesija maksimalno srozavala: „Potpisani istraživači obično su nosili kodne nazive, čak i s blagim prizvukom ironije – „Globusov investigativni tim“ ili „ST-ov obavještajni stožer (STOS) – pa sam još tada prije više od petnaest godina, pisao

o tome kako domaćim novinarstvom haraju maskirane bande“ (Ivančić, <http://www.e-novine.com/sr/stav/clanak.php?id=27141>). Dokle ide želja za objavljivanjem neetičkih priča u kriznim situacijama „dobar“ je skoriji primer „Globus“-a gde je nakon ubistva Ivane Hodak obelodanjena navodna ljubavna veza koju je imala sa generalom Vladimirom Zagorcem. Da bi sve delovalo uverljivo u toj nedokazanoj priči objavljena je na naslovnoj stranici fotomontaža pokojne Hodakove i Zagorca, jer navedeni snimak nikada nije načinjen u stvarnosti (Globus, Tajna iz bečkog hotela, 29.10.2008., www.globus.com.hr).

Iako je poznata činjenica da je nepoštovanje osnovnih moralnih načela odlika novinarstva nastalog u tabloidima koji su počeli da istražuju zanimljive priče iz života pojedinaca, želja za dobrom pričom po svaku cenu, dovela je do potpunog kršenja etičkih normi. U slučaju pokojne Ivane Hodak nepoštovanje medijske etike je išlo tako daleko da su mediji tvrdili kako je bila trudna u trenutku ubistva što je njena majka Ljerka Mintas Hodak morala javno da demantuje uz molbu da mediji ponovo ne ubijaju njenu mrtvu kćerku. „Nužnost da novinari daju događajima određenu ljudsku notu ni na koji način ne opravdava lov na patnje i nekontrolisano i neumereno eksploataisanje tih patnji. Neophodno je poštovanje žrtava i osoba koje doživljavaju šok, i na licu mesta, i u načinu prikazivanja događaja u medijima“ (Korni, 1999:59).

Faktor novinar/ka uvek se u kriznoj situaciji nameće kao presudan jer treba ispitati koji su motivi za plasiranje senzacionalne informacije u kriznoj situaciji, zašto baš ta priča, kolika je opasnost da se krši novinarska etika i da li je moguće i na koji način proveriti informacije? Svaka ekskluzivna priča nemoguća je bez insajdera a oni po pravilu dolaze iz raznih državnih, uglavnom bezbednosnih struktura i službi što se u vreme kriznih situacija dešava kao po pravilu. Setimo se samo Votergejta i „Dubokog grla“ za koga se tek 2005. godine saznalo da je Mark Felt (91), u vreme afere i opoziva Niksona drugi čovek moćnog Federalnog istražnog biroa (FBI).

U medijima u cilju objavljivanja senzacionalnih informacija, često i fotografija, novinari u trci za tiražima neretko izgube svaku meru i podilaze najprimitivnijim instinktima pa se na naslovnica mogu naći tekstovi i snimci koji su dostojni policijskih dosijea ali ne i medija. Neretko se zaboravlja da novinari moraju sačuvati lično dostojanstvo savremenog moralnog subjekta, što važi i za one koji su stradali. Primer koji je posebno privukao pažnju stručne javnosti je objavljivanje odsečene ljudske glave na naslovnoj stranici tabloida „Kurir“:

„Glava odsečena testerom! Odrubljena muška glava pronađena juče na Bulevaru kralja Aleksandra u crnoj kesi za đubre. Beograd – Odsečena glava nepoznatog muškarca pronađena je juče po podne oko 14,30 u Bulevaru kralja Aleksandra, ispred broja 318. Glavu su pronašli novinari koji su primili poziv

anonimnog muškarca. – Hoćete li da vidite nešto strašno u crnoj kesi, pored odsečenog panja – pitao je preko telefona nepoznati muški glas. I zaista, novinari dnevnih redakcija su posle kraćeg traganja pronašli panj pored kojeg je stajala crna kesa, iz koje se iskotrljala glava muškarca, najverovatnije odsečena testerom, koja se tu nalazila nekoliko dana! Ubrzo nakon dolaska policije ispred zgrade okupio se veliki broj stanara i prolaznika, koji se nisu mogli načuditi da je u kesi za đubre nekoliko dana stajala glava. Radnici Gradskog zelenila su na mestu gde je glava nađena prošle nedelje posekli drvo. Oni su u ponedeljak odneli preostalo granje, pa se pretpostavlja da je ubica verovatno glavu ostavio pored panja. – On sigurno na ovaj način šalje neku poruku. Žašto je glavu ostavio baš ovde, tu sigurno ima nešto – rekao je jedan od stanara. Većina stanara obližnje zgrade kaže da su pre nekoliko dana primetili crnu kesu ali na nju niko nije obraćao pažnju misleći da je u pitanju vreća sa smećem. Čak je tvrde, jedan komšijski pas svaki put tokom šetnje njušio kesu i nije hteo da se odvoji od nje.“ (Kurir, <http://www.kurir-info.rs/clanak/crna-hronika/kurir-22-08-008/glava-odsecena-testerom>).

Želja za senzacionalizmom i ekskluzivnošću u ovom slučaju je prešla preko svih profesionalnih normi i etičkih principa jer se na naslovnoj strani plasira stravična scena odrubljene glave. Zatim se špekuliše mogućnošću da je glava odsečena testerom pri čemu novinar izigrava patologa a zatim se prenosi izjava neimenovanog stanara koji u stilu gangsterskih filmova kaže da je to sigurno neka poruka (podrazumeva se da dolazi iz kriminalnih krugova). Vrhunac neetičnosti je prenošenje više nego bizarnog momenta o komšijskom psu koji je njušio kesu sa glavom „...i nije hteo da se odvoji od nje“.

Posebno je uočljiva neetičnost uredništva koje plasira snimak odrubljene ljudske glave na naslovnoj strani a tako šokantne fotografije ponovljena je i uz novinarski tekst. Osim kršenja profesionalnih normi i medijske etike, takav prizor kod konzumenata informacija može izazavati ozbiljan stres. U državama koje praktikuju vladavinu prava većina građana koji se oseće ugroženi ovim snimkom tužili bi štampani medij i velika je verovatnoća da bi dobili spor.

Ubistva i kriminalni obračuni u podzemlju česta su tema štampe, posebno tabloida uz obavezne špekulacije o vezama pokojnika sa određenim kriminalnim grupama, gangovima i bandama. Činjenica je da se bez provere ponekada plasiraju ekskluzivne informacije iz dobro obavještenih izvora koje se kasnije pokažu netačnim.

„Ubijen košarkaš iz Splita. Beograd – Košarkaš iz Splita Jovan Manović (30) ubijen je juče oko 14 sati dok je sedeo u bašti kafića „Zodijak“ u Ulici Vase Pelagića 48 na Senjaku. Njemu je nepoznati ubica ispalio nekoliko metaka u grudima, a zatim seo na motor „dukati“ i pobegao. Neposredno pre zločina, Manović je sedeo sa društvom za stolom blizu ograde bašte. U jednom trenutku pored bašte

protutnjao je crni motor. Motorciklista se parkirao pored trafike, u blizini kafića, i otrčao do ograde bašte. Iz crvenog ranca, koji je imao na leđima, izvukao je pištolj i ispalio nekoliko hitaca mladiću u grudi. Dok se penjao na motor, ubici je ispao pištolj CZ iz koga je ispalio smrtonosne hice, a u Ulici vojvode Putnika policija je našla i motor kojim se dovezao...Jovan je sin poznatog košarkaša Mihaila Manovića, koji je igrao u splitskoj „Jugoplastici“ u slavnoj generaciji Skansija i Šolmana u vreme kada je ovaj klub bio u samom vrhu evropske košarke. Jovan je u KK „Split“ imao svađu sa jednim od košarkaša pa je zbog toga dobio otkaz i sudio se sa klubom“. (Blic, <http://www.blic.rs/hronika.php?id=3256>)

U tekstu se implicira na samom kraju da je moguće da eventualni sukob sa „jednim od košarkaša“ može biti razlog ubistvu, dok se dosta detaljno opisuje sam akt likvidacije. Posebno neetičko je pisanje pojedinih medija od kojih se ističe tekst ispod jedne od fotografija stradalog koji glasi: „Presela mu kafa!“ (Kurir, 22.08.2008,5.). To je posebno neetički postupak jer ne pokazuje ni najmanje saučešća prema ubijenom i takav sadržaj je potpuno neprimeren kontekstu. Kasnije se kako je istraga utvrdila, ispostavilo da je nesrećni Manović ubijen slučajno jer je plaćeni ubica navođen od strane osobe u lokalu pogrešno razumeo da je „meta“ sedela sa desne strane. On je pucao u čoveka sa svoje desne strane i ubio košarkaša koji nije imao veze sa kriminalnim aktivnostima odnosno licem za koje je naručeno ubistvo („meta“ tj. lice za koje je naručena likvidacija je sedelo sa leve strane od ulaza). Posebno su potresne i neetičke fotografije poginulog koje su objavili visokotiražni štampani mediji a neki snimci su objavljeni i u uglednim listovima poput „Politike“.

Na pojedinim snimcima eksplicitno se vide ulazne rane od metaka a jasno se prepoznaje lice unesrećenog što je dodatno neetički jer prijatelji i rodbina osobe koja je izgubila život ne treba posredstvom medija da saznaju o tragediji. Jedan od senzacionalističkih pristupa koji ne služi na čast profesiji je sadržan u nagađanju i izvlačenju iz konteksta. To se ogleda u pokušaju novinara da na osnovu nepotvrđene i neosnovane priče napiše tekst koji je kontradiktoran, a naslov zvuči kao da je izveštač bio na mestu incidenta i da je svojim očima video šta se dogodilo.

„Otac i sin nastradali zbog mobilnog. Porodica i prijatelji i juče su tragali za Draganom Horvatincem (35), koji je u četvrtak sa trogodišnjim sinom ispao iz čamca u Dunav. Telo malog Andreja su uz pomoć ribara pronašli sat vremena posle nesreće, iskasapljeno po glavi, grudima i rukama od elise motora. Kako se i zbog čega dogodila tragedija koju je iz čamca posmatrao Draganov drugi sin David (11), i dalje nije tačno utvrđeno. Porodica pretpostavlja da je Draganu zazvonio mobilni telefon dok je upravljao čamcem, zbog čega je izgubio kontrolu nad pentom. – Ni sam ne znam šta nas je snašlo, ni kako se nesreća dogodila.

Moj brat je sa sinovima otišao do jednog čoveka u naselje Rit kako bi mu dao novac za mrežu. Trebalo je da ide sa mnom ali nije...Iz nekog razloga dok je plovio rekom, pustio je ručicu motora. Čamac je krenuo da se vrti u krug. Dragan je zajedno sa sinom koji je sedeo u njegovom krilu upao u Dunav. Neko kaže da je ručicu motora pustio jer mu je telefon zazvonio, ja stvarno ne znam.....“ (Alo!, 22-23.08.2009., 5).

Nije etički izvlačiti naslov iako se iz teksta vidi da je mobilni telefon mogući uzrok za tragediju ali istraga nije utvrdila šta je moglo izazvati gubitak dva života. Smatram da je takvim pisanjem moguće izazvati duševni bol kod rodbine i prijatelja jer naknadno se može ispostaviti da je došlo do drugog spleta okolnosti koji je izazvao tragediju.

Po neetičnosti se ističe i tekst o mladiću koji je upao u kavez sa tibetanskim medvedima u beogradskom zoo-vrtu, jer je objavljena fotografija na kojoj se vidi nago telo unesrećenog. To je najtransparentniji primer nepoštovanja medijske etike u štampi jer se nastradaloj osobi oduzima posthumni dignitet time što se eksplicitno prikazuje obnažen što je ne samo profesionalno neprihvatljivo već i nehumano sa aspekta fundamentalnog poimanja morala. Pored fotografije koja je egzemplar razvijanja nekrofilске svesti među konzumentima informacija možemo zaključiti da ni tekst ne predstavlja ništa drugo do vrhunac kršenja novinarske etike.

„Horor u Zoo vrtu. Tibetanski medvedi Miša i Maša rastrgli i pojeli radnika Pošte Branka Jovanovića (22), koji je juče pao u njihov kavez. Beograd. – Rastrgnuto telo Branka Jovanovića (22) radnika pošte, pronađeno je juče ujutro u kavezu para tibetanskih medveda u beogradskom zoo-vrtu! Zasad nije utvrđeno kako je on nastradao, ali se pretpostavlja da se mladić vraćao sa Bir festa, okliznuo se i upao u kavez s medvedima Mišom i Mašom, koji su ga rastrgli! Oglođano telo, pojedenog lica, primetio je juče oko sedam sati stražar u vrtu, koji je odmah po preuzimanju smene pošao u obilazak. Odmah je pozvana policija, ali su radnici zoološkog vrta s teškom mukom izveli medvede i premestili ih u drugi kavez da bi došli do ostatka unakaženog tela! Iako su pored tela pronađena dokumenta i mobilni telefon, policija je mladića identifikovala tek posle nekoliko sati! Naime, zbog toga što je Brankovo lice bilo unakaženo od ujeda medveda, policija nije mogla da ga uporedi sa fotografijama iz pronađenih ličnih dokumenata! Direktor beogradskog zoo-vrta Vuk Bojović kaže da je prizor unakaženog ljudskog tela u kavezu tibetanskih medveda bio stravičan. –Bilo je strašno! Bio sam duboko nesrećan što sam video tu scenu i mislim da unakaženo lice tog čoveka neću nikada zaboraviti – kaže Bojović. Medvedi su mladiću unakazili lice i pojeli deo desne noge. U trenutku dolaska policije, medved Miša je glodao mladićevo stopalo! Zasad je još nejasno i kako je nesrećni čovek dospao u kavez medveda. Istraga bi

trebalo da utvrdi da li je on slučajno pao sa zidina, sa visine od oko pet metara, ili ga je neko gurnuo. Prema jednoj verziji, tragedija se dogodila kad se mladić u povratku sa Bir festa okliznuo i pao u kavez s medvedima. Bio je svestan i kada je video gde se nalazi, pokušao je da se uzvere uz šipke. Međutim, mladić nije imao šanse, jer ga je medved Miša ščepao za stopalo i vratio u kavez. Zapomagajući krici za pomoć bili su uzaludni. Inače medvedi su podivljali kada su radnici pokušali da ih izvuku iz kaveza: - Miša je čak napao Mašu, jer je leš smatrao svojim ličnim plenom i zbog toga je bilo veoma teško izvesti ga iz kaveza – zaključuje direktor zoo-vrta.“ (Kurir, 20.08.2007, 6).

Iako niko od predstavnika istražnih organa nije dao izjavu šta se zaista dogodilo novinar je sebi dao za pravo da izvede prave naučno-fantastične konstrukcije kada piše: „ Bio je svestan i kada je video gde se nalazi pokušao je da se uzvere uz šipke. Međutim, mladić nije imao šanse jer ga je medved Miša ščepao za stopalo i vratio u kavez. Zapomagajući krici u pomoć bili su uzaludni“. Ovako detaljan opis nije moguće sa etičkog aspekta okarakterisati na drugi način osim kao odličan primer kako ne treba raditi, jer novinar ide do detalja, kao da je bio na mestu incidenta, dok je po sredi senzacionalističko nagađanje koje smišljeno cilja na povećanje tiraža tj. dobiti.

Ako sumiramo iznete primere i način rada određenih medija mogu konstatovati da je medijska scena pri izveštavanju sa kriznih situacija puna neetičnosti pri čemu sam naveo najekstremnije primere u štampanim medijima. Ako se ide za ekskluzivnošću i senzacijom u krizama tada je nemoguće govoriti o etici a primeri koje smo izneli nanose štetu svim novinarima. Zbog toga je neophodno da strukovna udruženja reaguju ali i da se pokrenu javni tužioc i građanske parnice protiv novinara koji izveštavaju na etički neprimeren način.

Mediji treba da se zalažu za zaštitu javnog interesa što znači da konzumenti informacija treba da dobiju podatke i činjenice. Sa druge strane, posebno u kriznim situacijama, novinari treba da zaštite čitaoce od stresa, neprijatnosti i traume koju izazivaju snimci mrtvih i povređenih lica. Svakako da je novinar primoran da posmatra takve scene ali konzument informacija treba da bude pošteđen duševne boli i vizuelne neprijatnosti. Sve one koji plasiraju takve fotografije i tekstove treba podsetiti da medijske sadržaje konzumiraju i maloletnici što može ostaviti vidnog traga na njihovu psihu, kao i trudnice odnosno osobe sa srčanim i drugim oboljenjima što takođe može negativno da se odrazi na njihovo zdravstveno stanje.

Mogu konstatovati da je sveopšta želja za sve većom komercijalizacijom i izvlačenjem profita iz medija dovela do potpune dekadencije etičkih standarda i da je time u značajnoj meri ugrožen dignitet savaremenog moralnog subjekta. To se najbolje vidi iz pomenutih primera u kojima je na najgrublji način narušena

medijska etika a novine su od čuvara javnog interesa pretvorene u transparente najgoreg neukusa. U bespoštednoj medijskoj komercijalizaciji gde sve ima svoju cenu najnezaštićeniji su konzumenti informacija koji su u medijima i izveštavaju o kriznim situacijama izloženi najgrubljem nekrofilskom ataku na psihi. Po prirodi posla novinara izveštača, koji se angažuje u kriznim situacijama nije moguće izbeći mrtve, povređene, jednom rečju unesrećene ali je zadatak novinara ne da scene užasa transcendentira do publike već da svoj posao uradi na etički prihvatljiv način.

To podrazumeva da nije moguće sa mesta tragedije puštati kadrove romantičnog zalaska sunca ali je još manje prihvatljivo objaviti scenu nagog tela uz detaljan opis oglodanih delova tela, odrubljene glave i sličnih primera gotovo patogenih sklonosti koje demonstriraju pojedine redakcije. Iako je evidentna potreba za većim tiražima treba naglasiti da je očuvanje etičkih standarda na prvom mestu svakog medija koji pretenduje da se naziva tim imenom.

Jedna od preporuka ovog rada je da se u etičke kodekse unese poglavlje koje će tretirati krizne situacije odnosno etičke aspekte kriznih situacija. Da konzumenti informacija ne bi gledali horora dostojne scene u medijima predlažem sledeće tačke koje će regulisati posmatranu oblast:

1. Novinar/ka će odbiti da objavi tekst koji prate neetičke fotografije, ako urednik/ca budu insistirali na takvom sadržaju odbiće da isti potpiše;
2. Prilikom izveštavanja sa kriznih situacija novinar/ka će nastojati da ne prenose slikom niti rečju tj. pisanjem putem medija scene i opise koji mogu izazvati traumu, stres ili psihozu kod konzumenata informacija;
3. Novinar/ka koji se angažuju na kriznim situacijama neće objavljivati imena poginulih i unesrećenih ako nemaju zvaničnu potvrdu i nisu sigurni da su obavešteni rodbina i prijatelji postradalih;
4. Izveštači iz kriznih situacija uzdržaće se od paušalnih ocena, eksplicitnih opisa, nagađanja i širenja neproverenih informacija i panike tokom angažovanja na krizama.

Na kraju treba istaći da ako izveštač iz kriznih situacija ima suprotstavljenu ekskluzivu i etičke norme uvek treba da se opredeli za novinarsku etiku. Time se čuva profesionalno dostojanstvo, a u krizama, i konzumenti informacija. Ako možemo da damo najkraću definiciju novinarske etike koju može razumeti svaki konzument informacija, ona bi glasila: *Ono što izveštač ne bi želeo da vide njegova porodica ili drage osobe, ne bi trebao da šalje u stanove i kuće čitalaca/ gledalaca / slušalaca.*

Literatura

- Belsey, Andrew (1998). *Journalism and Ethics: Can they co-exist?* (U : *Kieran Matthew*). London, New York : Media Ethics, Routledge.
- Coombs, Timothy W. (2007). *Ongoing crisis communication: Planning, Managing, and responding*. Los Angeles : Sage publications.
- Dej, Luis Alvin (2004). *Etika u Medijima : primeri i kontraverze*. Beograd : Media centar.
- Durman, Rastislav (2003). *Funkcionisanje lokane televizije*. Novi Sad : Novosadska novinarska škola.
- Dvorniković, Vladimir (2000). *Karakterologija Jugoslovena*. Beograd : Prosveta.
- Everette, Merill J. S. (1984). *Journalistic objectivity is not possible. Basic issues in mass communication*. New York.
- Fink, Steven (1986). *Crisis management: planing for the Inevitable*. New York : American Management Association.
- Korni, Danijel (1999). *Etika informisanja*. Beograd : Clio.
- Perinić, Jadran (2008). Masovni mediji u životnom ciklusu krize – teorijski pristup, (U: *Mioko*), br. 2/3, 34-41.
- Valić Nedeljković, Dubravka (2007), Izveštavanje u kriznim situacijama – Opšti pregled, Filozofski fakultet, Novi Sad.
- Veljanovski, Rade (2007), *Medijski sistem Srbije* (skripta; drugi deo). Beograd (dostupno na sajtu: http://www.fpn.bg.ac.yu/pages/p_id3/data/medij-skisistemsrbijeskripta2.pdf)
- Žaket, Dej (2007), *Novinarska etika*. Beograd : Službeni glasnik.

Izvori

- <http://www.unsonline.org/sr-Cyrl-CS/content/dokumenta/464/КОДЕКС-НОВИНАРА-СРБИЈЕ.xhtml>
- <http://www.e-novine.com/sr/stav/clanak.php?id=27141>
- www.globus.com.hr
- <http://www.blic.rs/hronika.php?id=3256>
- <http://www.kurir-info.rs/clanak/crna-hronika/kurir-22-08-008/glava-odsece-na-testerom>
- <http://www.kurir-info.rs/clanak/kurir-08-03-2008/tose-proeski-ipak-ubijen>

Vladimir Barović

REPORTING IN CRISIS SITUATIONS AND EXAMPLES
OF DISRESPECT OF MEDIA ETHICS IN THE PRINT MEDIA

Resume

This paper remarks that the large-scale commercialism of printed media leads to uncompromising struggle for market, in which many of ethical codes are being violated. Such situation arises in all fields of work in media, but particularly extreme cases are noticeable in crises which often lower the ethical criteria of acceptable photographs, recordings and the follow-up texts that are being released in media. We accomplished connection between the need for bigger numerous edition and cherishing the dignity of contemporary moral subject whose existence is jeopardized in ruthless media commercialism.

Key words: crises, ethics, media, normative, journalism, codes.

Jelena Kleut
kleut@neobee.net

UDK 316.772
Originalni naučni rad

AKTIVNA PUBLIKA I NOVINARSTVO

Apstrakt

Pojam „aktivna publika“ pripada recepcijskim teorijama o masovnom komuniciranju i u najširem određenju koristi se da označi sve ono što pripadnici masovne publike „rade“ sa mas-medijskim porukama. U ovom radu se ovaj problematizuje pristup aktivnoj publici sa ciljem da se da se odrede različiti nivoi aktivnosti, od onog koji proističe iz semiotičkog razumevanja komuniciranja do aktivnosti u virtuelnom komuniciranju. U drigom delu rada diskutuju se implikacije aktivnosti publike po novinarstvo i obrazovanje novinara.

Ključne reči: masovno komuniciranje, aktivna publika, virtuelno komuniciranje, novinarstvo

Pojam „aktivna publika“ ušao je polje komunikologije i pre nego što su, sa razvojem tehnologije, građani dobili mogućnost da šalju poruke publici koja po brojniosti nadmašuje čitalaštvo nekih uglednih svetskih listova. Umrežavanje u svetsku kompjutersku mrežu omogućilo je publici ne samo da slobodno interpretira mas-medijske sadržaje, što je osnova izvornog koncepta „aktivnosti“, već i da sadržaje slobodno kreira, što je do tada bila privilegija samo novinara unutar komunikacionih centara masovnih medija. U ovom radu predstaviceo stanovišta o aktivnosti publike u odnosu na klasične medije masovnog komuniciranja, potom ćemo diskutovati nove oblike aktivnosti u virtuelnom komuniciranju i na kraju problematizovati posledice ovih aktivnosti po novinarstvo i obrazovanje novinara.

Kako je publika postala aktivna

Pojam „aktivna publika“ čini središnje mesto recepcijskih teorija o masovnom komuniciranju i nastaje kao odgovor na pristupe kojima se zagovara totalni

uticaj mas-medijskih sadržaja na pojedinca, društvene grupe i društvo u celini. Impuls da se stvori korpus recepcijskih teorija došao je i iz same medijske sfere koja je stavila publiku pred sve veći broj medijskih sadržaja (izdanja, kanala, programa), ali i od samih medijskih organizacija koje su, zarad ostvarenja sopstvenih komercijalnih interesa, zahtevale sveobuhvatnije podatke o ponašanju gledalaca, slušalaca i čitalaca.

Ovaj komercijalni impuls doveo je do političko-ekonomske perspektivizacije publike i do obilja podataka o njenoj socijalnoj strukturi, pri čemu je akcenat na tome da se identifikuje grupna pripadnost i da se ona poveže sa odabirom konkretnih mas-medijskih sadržaja. Na tragu ovih istraživanja nastale su i teorije koje se bave funkcijama koje masovni mediji ispunjavaju u svakodnevnom životu građana. Tako Rajt, delom prateći Lazarsfelda, formuliše funkcije nadzora, korelacije, kulturne transmisije i zabave (prema Mek Kvejl 1976: 105). Kao posebna grana, čija je popularnost rasla i opadala, nastaje i „teorija koristi i zadovoljstva“. Akcenat ovog pravca istraživanja najbolje ilustruje Haloranova krilatica, „ne zanima nas šta mediji rade ljudima, već šta ljudi rade sa medijima“ (prema Jensen 2004). Počeci teorije vezuju se za istraživanja iz prve polovine XX veka, mada ona biva formulisana šezdesetih godina u radovima Blamera, Kaca i Mekvejla. Ova teorija donosi gledište da se medijski sadržaji „koriste“ u različite svrhe, odnosno da „konzumiranje“ medija donosi različita zadovoljstva, te je implicitno masovna publika zbir potreba koje pojedinci zadovoljavaju mas-medijskim sadržajima.

Iz ovog dominantno kvantitativnog pristupa masovnoj publici proistekle su i neke pouke za novinare i novinarstvo. Verovatno najprisutnija jeste ona koja kaže da bi novinari trebalo da znaju kome se obraćaju pre svega u smislu socio-demografskih karakteristika kao što su pol, starost isl.

Nasuprot ekonomsko-političkoj perspektivi, osamdesetih godina razvija se kritičko-kulturološki pristup publici. Autori ovog pristupa integrišu kritičku sociologiju autora Frankfurtske škole (Adorno, Horkhajmer, Levental, Markuze idr.), kao i neomarksističke teorije Luja Altisea i Antonija Gramšija sa semiotikom Bahtina, Vološinova, Barta, Kristeve i Eka. Iz Bahtinovog opusa preuzima se stanovište da je svaki znak poliglotski, otvoren za različite ideološke akcente koje mu tumači mogu pripisati (Bahtin 1980). Ovi različiti akcenti rezultat su različitih kodova kojima tumači raspolazu a koji su formirani u celini komunikacione prakse pojedinca, a samim tim uslovljeni socijalnim miljeom u kojem pojedinac obitava.

Umberto Eko predlaže dva modela aktivnost čitaoca. U delu *Odsutna struktura* Eko predlaže model u kojem osnovna razlika između značenja za pošiljaoca i značenja za primaoca potiče iz razlika u znanju, razlika u presupozicijama

i privatnim i ideološkim kodovima kojima raspolažu učesnici komunikacijske razmene (prema Eko 1973: 112). Usled ovih razlika, „poruka-izraz“ kao izvor informacija nije identična „poruci-sadržaju“ kao interpretiranom tekstu. U drugom, procesualnom, modelu tumačenja Eko ostaje na ovim pozicijama i dopunjuje ih shvatanjem da je tumačenje uvek svojevrsno hermenutičko nagađanje, koje je opet uslovljeno našim prethodnim znanjem o svetu koje se ne može razdvojiti od konteksta u kojima je to znanje nastajalo (prema Eco 1979).

Koristeći prvi Ekov model kao osnovu, Stjuart Hol formuliše model kodiranja i dekodiranja kojim objašnjava asimetriju između „značenjskih struktura“ produkcijske i primalačke strane (Hol 2008: 278). Za razliku od Eka, iz čijeg dela proizilazi da su dva identična tumačenja nemoguća, Hol smatra da iz strukturnih elemata teksta proizilaze nameravana, „preferirana“ značenja autora do kojih se analizom može doći. U odnosu na ova značenja, Hol pretpostavlja postojanje tri interpretativne pozicije – dominaciju, pregovaranje i otpor. Prva pozicija je ona u kojoj postoji relativna (i dalje samo idealno-tipska identičnost) podudarnost ideološkog okvira primaoca i pošiljaoca, te je reč o *dominantno-hegemonističkoj poziciji*. Drugu poziciju Hol definiše kao *pregovaranu*¹ – „Dekodiranje u *dogovorenoj verziji* (pregovaranoj, JK) je mešavina adaptivnih i opozicionih elemenata: ono priznaje legitimnost hegemonističkih definicija da prave velika pojednostavljenja (apstraktno), ali na ograničenijem situacionom nivou pravi vlastita pravila“, odnosno „zadržava sebi pravo na njihovu dogovornu primenu na ‘lokalne uslove’“ (Hol 2008: 285). Na kraju, čitalac može da nastupi iz pozicije opozicionog koda, odnosno da „savršeno razume i bukvalne i konotativne naznake diskursa, ali da dešifruje poruku na *globalno* suprotan način“ (Hol 2008: 285). Prva interpretativna mogućnost podrazumeva zajedničke denotativne i konotativne kodove emitera i tumača, dok druga sugeriše postojanje zajedničkog denotativnog koda, a različitost konotativnih kodova.

Na ovim teorijskim osnovama Dejvid Morliji sprovodi empirijsko istraživanje sa ciljem da istraži „... meru do koje se dekodiranja odvijaju unutar ograničenja preferiranog (ili dominantnog) načina na koji su poruke izvorno kodirane (...) i način na koji je dekodiranje determinisano društvenom distribucijom kulturnih kodova različitih delova publike“ (Morley 1992: 57). Okosnicu istraživanja, sprovedenog između 1975. i 1979. godine, čini *Nejšenvajd* (*Nationwide*), program magazinskog tipa, koji je emitovan na BBC-iju. Prvi deo istraživanja čini semiotička analiza, dok je drugi imao ambiciju da „... konstruiše tipologiju obima dekodiranja, da analizira kako i zašto dekodiranja variraju, da demonstrira

¹ U prevodu Holovog rada na srpski jezik (u Jelena Đorđević (ur), *Studije kulture: Zbornik*, 2008) prevodilac se opredelio da koncept *negotiated* prevede sa dogovoreno. Čini nam se da termin *pregovaranje* bolje odslikava nameru autora.

kako se stvaraju različite interpretacije i da poveže ove varijacije sa različitim kulturnim faktorima, odnosno da pokaže koja je priroda veze između između klase, socio-ekonomske ili obrazovne pozicije i kulturnih ili interpretativnih kompetencija, diskursa i kodova“ (Morley 1992: 93).

Višegodišnje istraživanje pokazalo je da postoji potreba za modifikovanjem teorijskog modela kodiranja i dekodiranja. Odabrane grupe nisu dekodirale celokupan program *Nejšenvajd* konzistentno iz jedne od tri formulisane pozicije. Pokazalo se da posebne elemente programa – osnovnu ideju, pojedinačne teme, način prezentacije voditelja itd. – gledaoci tumače na neki od tri načina. Dodatno, Morli je ustanovio da ne postoje jedinstveni blokovi opozicionih i pregovaranih dekodiranja. U kritičkom postskriptumu istraživanju Morli konstatuje da „... osnovni model dominantnog, preferiranog i opozicionog koda mora biti značajno redefinisano kako bi ponudio adekvatan konceptualni okvir, koji bi obuhvatio sve relevantne podele i različitosti unutar obrasca osnovnog koda“ (Morley 1992: 118).

Poteškoće u identifikovanju aktivnosti publike, koje proizilaze iz Morlijevog istraživanja, ali i mnogih drugih, svode se na tri osnovna problema. Prvo, (televizijske) poruke koje su najčešće analizirane su veoma složene i različita tumačenja mogu se javiti na različitim nivoima. Zatim, kodovi kojima članovi publike barataju postaju neuhvatljivi usled različitih „nomadskih subjektivnosti“ (Grossberg prema Fiske 1987) koje se nepredvidljivo aktiviraju u činu interpretacije. Kako i Morli kaže, jedan gledalac može biti „radnik, član sindikata, podržavati socijaldemokratsku stranku, biti potrošač, rasista, vlasnik kuće, tući ženu i biti hrišćanin“ (Morley 1992: 97). I na kraju, ostaje otvoreno pitanje do koje mere se različita tumačenja mogu podvesti pod „aktivnost“, odnosno da li je svaka interpretacija aktivna ili pod aktivošću podrazumevamo momenat kada tumač prepoznaje ideološku poziciju teksta i u odnosu na nju formuliše svoju poziciju.

Čini se da je, posebno sa radovima Džona Fiska (Fiske 2003; 1987), kulturološko-kritički pristup krenuo putem priznavanja svakog tumačenja kao čina aktiviranja publike. Fisk u publici vidi „semiotičku gerilu“ u kontrahegemonskoj borbi, koja mas-medijske sadržaje koristi samo kao „semiotički resurs“ (Fiske, 1987). Nešto opreznije Kim Kristijan Šreder predlaže da se razlikuju razumevanje, evaluacija i implementacija (Schrøder 2000: 243). Dimenzija razumevanja predstavljala bi polje slobode tumačenja koja proizilazi iz značenjske otvorenosti poruka i razlika u kodovima i potkodovima, evaluacija predstavlja intencionalno pregovaranje ili odbacivanje propozicija teksta, dok implementacija, čini prođužetak evaluacije, onda kada evaluacija kao otpor biva uobličena u delatnost i akciju, odnosno kada postane politički resurs.

Iz navedenih teorija i istraživanja razvila su se etnografska istraživanja publika čija je pozicija da se različita tumačenja mogu analizirati jedino u konkretnom kontekstu gledanja, slušanja ili čitanja. Ovo je do kraja dovelo u pitanje i sam koncept masovne publike kao jedne od ključnih elemenata klasične definicije masovnog komuniciranja (videti npr. Radojković, Miletić 2005). Kako smatra Ien Ang, publika je postala „besmislena kategorija jer postoji jedino raštrkan, beskonačno otvoren niz situacija u kojima se “publičnost” (*audiencehood*) praktikuje i doživljava, koji čini difuzan i fragmentaran društveni svet stvarnih publika” (Ang prema Jensen 2004: 165).

Iz navedenog sledi da prvi nivo aktivnosti publike čini neintencionalno prekodiranje nameravanih značenja, koje Šreder naziva razumevanje. Drugi nivo je intencionalno pregovaranje, prihvatanje ili odbacivanje pozicija teksta (autora). Na trećem nivou, koji Šreder naziva implementacija, aktivnost postaje činjenje, uobličen i artikulisan odgovor na medijske sadržaje.

Internet i još aktivnija publika

Računarska mreža kao novi medij masovnog komuniciranja otvorila je nova pitanja recepcije (mas) medijskih sadržaja u novom obliku komunikacione prakse, virtuelnom komuniciranju. Za novi oblik komunikacione prakse karakteristična su četiri obrasca protoka informacija. To su alokucija, konverzacija, konsultacija i registracija (Bordewijk and van Kaam prema McQuail 1994: 55–58). Konverzacija je obrazac protoka u kome je sa obe strane komunikacionog lanca kontrola individualna. Takav protok sličan je interpersonalnom komuniciranju. Konsultacija podrazumeva aktivnog pojedinca sa periferije koji traga za informacijama u centralnim informacijskim skladištima. Obrnuta situacija, u kojoj centar traži i prima informacije sa periferije, naziva se registracija. Pri alokuciji informacije se šalju iz centra ka periferiji, s tim što, za razliku od konsultacije, centar određuje vreme i mesto komuniciranja. Alokucija je obrazac protoka koji je najbliži masovnom komuniciranju u smislu postojanja komunikacionog centra koji distribuira poruke masovnoj publici. Međutim, alokucija u virtuelnom komuniciranju i masovno komuniciranje ne mogu se u potpunosti izjednačiti jer u virtuelnom komuniciranju navedeni obrasci protoka mogu da postoje istovremeno u konkretnom komunikacionom činu. Na primer, pri alokuciji nekog medijskog sadržaja, centar može ujedno da vrši i registraciju, čime recipijentska strana (periferija) postaje bročano određiva i potencijalno personalno prepoznatljiva. Takođe, opšta je tendencija da se obrazac alokucije pomeri ka obrascu

konsultacije, što dovodi do zamagljivanja granice između centra i periferije, između pošiljaoca i primaoca.

Osnovna odlika virtuelnog komuniciranja jeste da, čak i kada se radi o posredovanju sadržaja koji su tipični za klasične medije masovnog komuniciranja, postoji mogućnost povratne veze, mogućnost da primalac postane pošiljalac i mogućnost da se pojedinac sa periferije obrati svima na način koji su pre omogućavali samo mediji masovnog komuniciranja. Ova odlika zahteva novi pristup „aktivnoj publici“. U virtuelnom komuniciranju metaforičan izraz postaje bukvalan, i „aktivna“ publika postaje zaista aktivna utoliko što može da reaguje – da se obrati pošiljaocu ili drugim primaocima. Na ovaj način „semiotička gerila“ postaje prava (hakerska) gerila, a ideološka moć komunikacionog centra biva ograničena. „Novi oblik komuniciranja ostavlja uvek otvorena vrata alternativni, što je u masovnom komuniciranju i u najrazvijenijim informaciono-komunikacionim sistemima bio izraz političke emancipovanosti nosilaca vlasti, nikako pravilo koje izvire iz same komunikacione situacije masovne distribucije poruka (Miletić 1999: 137).

Aktivnost publike, koja je i u ekonomsko-političkoj i kulturalističko-kritičkoj perspektivi bila omeđena privatnom sferom u kojoj se odvijala, u virtuelnom komuniciranju izlazi u javnu sferu, često kao odgovor na sadržaje koji se nalaze u on-lajn izdanjima klasičnih mas-medijjskih proizvođača. Ali i više od toga. Aktivnost kao reakcija postaje akcija, i privatni izvori-proizvođači, čak i vesti, zadobijaju pažnju, aktuelnost i kredibilitet koji je bio domen organizovanih i institucionalizovanih komunikacionih centara. Uobličava se praksa koja se sve češće naziva „građansko novinarstvo“.

Građansko novinarstvo može se posmatrati kao poslednja faza rastakanja linije između aktivnih novinara i pasivne publike ili kao poslednja faza aktivizacije u kojoj građani postaju novinari. Prema užoj definiciji, građansko novinarstvo predstavlja on-lajn ponudu sopstvenih sadržaja, uglavnom vesti, koji drugačije nisu dostupni, ni klasičnim medijima, ni putem interneta, i koji predstavljaju alternativu mejnstrim sadržajima. Međutim, bezmalo svaki element ove uske definicije i dalje je otvoren tako da se obuhvate i ne-internetske prakse, zatim on-lajn komentari mejnstrim sadržaja, modifikacija i preoblikovanje sadržaja drugih medija, metanovinarske prakse sistematizacije mejnstrim izvora itd (Goode 2009: 2–5).

Bez obzira na to kojoj se definiciji priklonimo, očito je da aktivna publika i aktivni novinari-građani u virtuelnom komuniciranju predstavljaju izazov za novinarstvo i novinare. U nastavku rada na kratko ćemo se vratiti osnovnim odlikama i funkcijama novinarstva da bismo na kraju problematizovali posledice aktiviranja publike iz ugla novinarske prakse.

Novinarstvo i novinari

I dalje se diskutuje šta čini novinarstvo i koje bi kompetencije, znanja i veštine, trebalo da poseduju novinari. U formalnom smislu, novinarstvo je daleko od regulisane profesije, poput lekara ili advokata. U mnogim medijskim sistemima novinarstvo se ne može smatrati profesijom pošto zakonodavstvo dozvoljava svima sa visokim obrazovanjem da budu novinari i ne postoji licenciranje novinara. Sa druge strane, novinari putem svojih udruženja teže profesionalizaciji, a i sve veći broj studijskih programa koji nude diplomu novinara doprinosi stvaranju onoga što bismo mogli da nazovemo profesionalno novinarstvo.

Uprkos dilemi oko toga da li je novinarstvo profesija ili zanimanje, čini se da se mogu definisati lista poslova novinara i funkcije koje novinarstvo ima u društvu. Prema Mekveju, „(N)ajekonomičnija verzija osnovnih zadataka novinarstva mogla bi se da se svede na tri osnovne „funkcije“, od kojih svaka ima empirijsku i normativnu komponentu, a to su: delovanje u svojstvu *posmatrača i izveštača*, obezbeđivanje *kanala i foruma* za glasove izvan samih medija, i preuzimanje uloge *učesnika* u društvu. (Mek Kvejl 2007: 9). Sa stanovišta obrazovanja novinara, Evropska asocijacija za obrazovanje novinara formulisala je listu kompetencija koje bi studenti trebalo da steknu da bi postali novinari. Oni bi trebalo: (1) da razumeju društvenu ulogu novinarstva i poznaju razvoj novinarstva, (2) da umeju da pronađu relevantna pitanja iz ugla javnosti i produkcijskih ciljeva, (3) da umeju da organizuju i planiraju novinarski rad, (4) da brzo prikupljaju informacije koristeći uobičajene tehnike i istraživačke metode, (5) da umeju da odaberu najvažnije informacije, (6) da umeju da strukturiraju informacije u skladu sa uobičajenim novinarskim rutinama, (7) da umeju da predstavljaju informaciju koristeći adekvatan jezik i adekvatne novinarske forme, (8) da vrednuju svoj rad i budu za njega odgovorni, (9) da rade timski, (10) da rade u profesionalnoj medijskoj organizaciji ili kao „frilenseri“ (prema UNESCO 2007: 35).

Pored navedenih zadataka i funkcija, novinarstvo odlikuje i samopercepcija profesije, koju Deuze naziva ideologijom novinarstva. Deuze smatra da „... novinari u izbornim demokratijama imaju zajedničke karakteristike i govore o sličnim vrednostima u kontekstu svakodnevnog rada, ali da ove vrednosti primenjuju na mnoštvo različitih načina (Deuze 2005: 445). Ovu ideologiju čini shvatanje da novinari deluju u službi javnosti, odnosno da pružaju javne usluge, da su objektivni i stoga kredibilni, da moraju da budu autonomni i nezavisni u radu, da imaju osećaj za aktuelnost i da su etični (Deuze 2005: 447).

Iako bi se navedene kategorizacije funkcija, kompetencija i stavova mogle dalje problematizovati, prihvatamo ih kao zadovoljavajuće polazište da se novinarstvo i novinari sagledaju iz ugla izazova koji pred njih donosi aktiviranje publike.

Aktivnost publike i aktivnost novinara

Prva teorijska i empirijska istraživanja o aktivnoj publici klasičnih medija masovnog komuniciranja retko su problematizovana iz ugla novinarstva i kao tek jedan od teorijskih pristupa bivaju predstavljena studentima, budućim novinarima. Novinarske rutine i smernice adekvatnog i uobičajenog žanrovskog oblikovanja informacija retko se unutar profesije promišljaju kao načini da se ograniči sloboda tumačenja, a samim tim i aktivnost publike. Ukoliko se odbaci Holov koncept preferiranog značenja i prihvati interpretativna sloboda koja proizilazi iz razlika u kodovima i potkodovima, uloga novinarstva u klasičnim medijima uglavnom se svodi na „postavljanje agende“, odnosno da na to da nam mediji samo govore o čemu da mislimo. Nedovoljno problematizovanje klasično shvaćene aktivnosti publike dovela je do toga da je sektor novinarstva iznenađen obimom delatnosti publike kojoj je tehnologija „odrešila ruka“.

Tek aktivnost publike u virtuelnom komuniciranju, koja doseže do preuzimanja novinarskih uloga i zadataka, dovela je do propitivanja budućnosti novinarstva. Ova upitanost nije naravno posledica samo aktiviranja publike, već i drugih procesa koji se odvijaju u medijskoj sferi – sve veća penetracija PR sadržaja i njihovo direktno preuzimanje, stapanje vesti sa zabavnim sadržajima, problemi sa konceptom medijskih javnih servisa, tabloidizacija medija, kovergencija medijskih tehnologija itd. Usled ovih procesa, ono što Deuze naziva ideologijom novinarstva postaje iz ugla publike „lista lepih želja“, koje se sve manje ili sve teže ostvaruju. Zbog toga se građani-novinari sve više posmatraju kao neposredniji i autentičniji izvori od kojih se kredibilnost (objektivnost) i ne očekuje, zbog čega su viđeni kao iskreniji učesnici javne komunikacije.

Pravovremenost kao jedan od principa (veština) novinarstva takođe se nalazi pred iskušenjima aktivne publike. Očito je da profesionalni novinari ne mogu da budu svuda i da njihovu prisutnost nadilaze mreže mobilnih telefonija putem kojih se prenose najaktuelnije informacije. Zato se i klasični mediji sve više okreću vestima novinara-građana koji im svoje video materijale ili fotografije „sa lica mesta“ stavljaju na raspolaganje.

Ostaju dakle još dve dimenzije novinarstva – veštine oblikovanja poruka i šire posmatrano uloga novinarstva u društvu. Visoki produkcijski standardi klasičnih medija i njihovih on-lajn izdanja retko kada se dostižu u građanskom novinarstvu i može se tvrditi da je ovo element koji i dalje razdvaja profesionalne novinare od amatera. Što se tiče društvenih uloga novinarstva vratićemo se na Mekvejlovu ekonomičnu definiciju. Građani novinari preuzimaju ulogu posmatrača i izveštača, s tim što se okreću vaninstitucionalnim izvorima u neposrednom okruženju. To znači da će se retko izveštavati o aktivnostima vlade ili predsed-

nika, ali će se odmah objaviti opasna boja dima iz pančevačke rafinerije. U tom smislu, građansko novinarstvo nema funkciju kulturnog kondenzatora jednog društva, ali, sa jedne strane dovodi u pitanje proces kondenzacije, dok, sa druge, zadovoljava praktične, a ne „mitske“ funkcije medijskog izveštavanj. Građani-novinari ne obezbeđuju kanal i forum za glasove izvan medija jer oni jesu ti glasovi izvan. Tako posmatrano, aktivnosti u virtuelnom komuniciranju do neke mere obesmišljavaju ovu klasičnu ulogu novinarstva. I na kraju građani-novinari i više nego profesionalni preuzimaju ulogu aktivnog učesnika društvenih zbivanja.

Ovim kratkim presekom ostajemo na skupu novinarskih veština, koje su medijski i programski specifične, kao jedinog razdelnici građanskog i profesionalnog novinarstva. Problem je što se tako novinarstvo, umesto da se profesionalizuje, vraća na zanat za koji nije potrebna univerzitetska diploma.

Pred obrazovanjem budućih novinara nalazi se izazov. Insistiranje na zadržanim veštinama, koje čini ključnu razdelnicu, trebalo bi da bude praćeno temeljnim promišljanjem „ideologije novinarstva“, na način koji neće dovesti do toga da mladi novinari u ekonomskom kovitlacu medija napuste ideale. Povratak na elemente samopercepcije profesije, možda i njihovo redefinisanje, trebalo bi da omogući ekonomski održiv povratak kredibiliteta. Pred obrazovanje novinara nalazi se takođe zadatak osmišljavanja novog pristupa „službi u javnom interesu“, pošto virtuelno komuniciranje omogućava da se različiti partikularni interesi javno artikulišu bez posredovanja medijske organizacije. Potrebno je, čini se, osmisliti nove načine na koji će novinari kao posrednici između javne vlasti i građana osnaživati i dopunjavati virtuelne mnjenjske struje.

Literatura

- Bahtin, Mihail (1980). *Marksizam i filozofija jezika*. Beograd: Nolit.
- Deuze, Mark (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. (u: *Journalism*.) Vol. 6(4): 442–464.
- Eco, Umberto (1979). *The Role of the Reader*. Bloomington: Indiana University Press.
- Eko, Umberto (1973). *Kultura, informacija, komunikacija*. Beograd: Nolit.
- Fiske, John (1987). *Television Culture*. New York: Taylor and Francis.
- Fiske, John (2003). *Introduction to Communication Studies*. London, New York: Routledge.
- Goode, Luke (2009). Social news, citizen journalism and democracy. (u: *New Media & Society*.) Vol. 11(8): 1–19.
- Hol, Stjart (2008). Kodiranje, dekodiranje (u: *Studije kulture*) Jelena Đorđević (ur.) *Zbornik 2*, Beograd: Službeni glasnik.

- Jensen, Klaus Bruhn (ed.) (2004). *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. London, New York: Routledge.
- McQuail, Dennis (1994). *Theories of Mass Communication: An Introduction*. London: Sage.
- Mek Kvejl, Denis (1976). *Uvod u sociologiju masovnih komunikacija*. Beograd: Glas.
- Mek Kvejl, Denis (2007). Uloge medija u društvu. (u: CM: *Časopis za upravljanje komuniciranjem*.) Vol. 2(2): 5–16.
- Miletić, Mirko (1999). *Komuniciranje u novim medijskim uslovima*. Jagodina: Učiteljski fakultet.
- Morley, David (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*. London, New York: Routledge.
- Radojković, Miroljub i Miletić, Mirko (2005). *Komuniciranje, mediji i društvo*. Novi Sad: Stylos.
- Schrøder, Kim Christian (2000). Making sense of audience discourses: towards a multidimensional model of mass media reception. *European Journal of Cultural Studies*. Vol. 3(2): 233–258.
- UNESCO (2007). *The Model Curricula for Journalism Education*. Paris: UNESCO.

Jelena Kleut

ACTIVE AUDIENCE AND JOURNALISM

Summary

The term „active audience“ belongs to the reception theories of mass communication and in a widest sense it is used to denote what the mass audience „do“ with mass media messages. In this paper, we discuss the term „active audience“ with a goal to identify different levels of audience activity, from the semiotic understanding of communication to the activities in virtual communication. After a short review of approaches to journalism, its tasks and roles in society, we attempt to scetch implications of audience activity for journalism and journalism education.

Keywords: mass communication, active audience, virtual communication, journalism

Violeta Rakić
violeta@ff.uns.ac.rs

UDK 021.2:070
Stručni rad

ZNAČAJ BIBLIOTEČKOG FONDA ZA STUDIJE MEDIJA

Rezime

Biblioteka kao informacioni posrednik u društvenoj zajednici predstavlja mesto sticanja znanja. Mediji imaju ogroman uticaj na razvoj društva i od izuzetne je važnosti da kreatori i prenosioci informacija budu obrazovani. Na primeru Biblioteke Filozofskog fakulteta biće predstavljena uloga i značaj fondova za studije medija. Ujedno, rad se bavi i ulogom bibliotekara kao informatora i kao posrednika u prenošenju informacija. Deo rada posvećen je izložbi knjiga Seminarske biblioteke Odseka za medijske studije i izvodima iz Kataloga sa te izložbe.

Ključne reči : bibliotečki fondovi, studije medija, obrazovanje novinara.

Pod uticajem informacionih i komunikacionih tehnologija, gotovo svakodnevno, dolazi do krupnih promena u svim segmentima društva. Jedna od takvih krupnih promena je mogućnost pristupa informacijama od kuće, sa radnog mesta ili u pokretu što u potpunosti menja dosadašnji način organizovanja i pristupa informacijama. Budući da je informacija proces, a informisanje proces prenošenja znanja nekome, osoba koja informaciju pruža ili je prima, najčešće ispunjava svoju profesionalnu dužnost ali zadovoljava i svoju ličnu potrebu da tom informacijom upotpuni znanje.

Dosadašnji sistem pronalaženja informacija bio je podeljen na primarne i sekundarne štampane izvore informacija. To znači konsultovane su monografije, časopisi, zbornici radova sa konferencija, razne disertacije i slično. Sa druge strane prikupljale su se informacije iz sekundarnih izvora, bibliografija, enciklopedija, leksikona i slično. Do informacija se dolazilo na razne načine, no, proces je trajao mnogo duže. Krupne promene u komunikacionim tehnologijama ovaj proces nisu promenile samo su ga ubrzale odnosno pojednostavile. Pojedno-

stavljen je princip pretrage, ali i dolaženja do informacije tj. publikacije. Dosađajna veza između nauke, izdavaštva i biblioteke pojednostavljena je sistemom elektronskih publikacija koje su ili potpuno ili delimično dostupne čitaocima. Potpuna ili delimična dostupnost informacija razlikuje se u tome što su jedne informacije besplatne a druge imaju određenu cenu. Plaćanjem te cene informacija je dostupna u potpunosti.

Polazeći od oblasti interesovanja, postupak za pronalaženje informacija je sledeći : uz svaki predmet npr. internetsko novinarstvo, novinarstvo u štampanim medijima i dr., postoji opis predmeta kao i spisak obavezne literature. Iz ponuđenih informacija mogu se izvući ključne reči i započeti pretraga. Ta pretraga može da krene od pretraživanja podataka iz Virtuelne biblioteke Srbije (www.vbs.rs/cobiss/index-sc.html) ili preko veb pretraživača (www.google.com; www.yahoo.com i sl.). Najbolji način pretraživanja je pretraživanje po sistemu ključnih reči. U tom slučaju mogućnosti su ogromne. Pretraživanje može da se obavlja na svim jezicima. Sistem ključnih reči daje nam ogromne mogućnosti pretraživanja samim tim što u ključnu reč možemo uneti reč iz naslova ili deo naslova, oblast interesovanja i tome slično. Postoji razlika u dobijenim rezultatima na vebu i na VBSu. Podaci na VBSu vezani su samo za fondove biblioteka u Srbiji. To je dragocen podatak samim tim što nam je taj podatak i fizički dostupan.

Biblioteka je, i dalje, mesto gde svaku publikaciju možete „opipati“, prelistati. „Prilikom ulaska u bilo koju fakultetsku ili javnu biblioteku bilo gde u svetu naići ćemo na prizor koji se ne razlikuje od prizora koji bi posetilac video pre pola veka. Nizovi ormana sa sređenim kataloškim listićima zamenjeni su kompjuterskim monitorima, ali je veliki deo prostora još ispunjen policama s knjigama i časopisima... Štaviše, iako statistički pokazatelji ukazuju na izvesno opadanje pozajmice u nekim tipovima biblioteka, one zadržavaju visok nivo popularnosti. Kako nam je rečeno, javna biblioteka je jedan od najviše korišćenih javnih servisa lokalne zajednice, dok fakultetska biblioteka privlači sve veći broj studenata korisnika.“ (Brofi 2005: 15-16).

Biblioteke Filozofskog fakulteta u Novom Sadu upravo su u ovakvoj situaciji. Atraktivni studijski programi i kursevi privlače sve veći broj studenata i korisnika biblioteka. Mogućnosti su ogromne, pogotovo kada su vam na raspolaganju veliki knjižni fondovi iz različitih oblasti znanja i nauke uopšte. Sistem dobijanja informacija je klasično pretraživanje lisnih kataloga i elektronsko pretraživanje baza podataka. Najveći broj obrađenih knjiga u elektronskoj formi nalazi se u sistemu BISIS i COBISS.SR. Permanentno se radi na obogaćivanju fonda ali i na omogućavanju što boljeg pristupa informacijama. Primarna obaveza i cilj svakog bibliotekara je zadovoljavanje potreba korisnika i iznalaženje svih mogućnosti za nabavku dokumenata i informacija. Postoje korisnici koji će maksimalno koristiti

svu raspoloživu tehniku i potpuno samostalno doći do informacije. Studentima je na raspolaganju oprema za pretraživanje elektronskih kataloga i baza podataka kao i pristup Internetu. S obzirom na različite stepene informatičke obučenosti i informisanost, studentima bibliotekar u svakom trenutku u Biblioteci pruža pomoć u pretraživanju i pristupu lokalnim i opštim bazama podataka. Na kraju, postoje i oni korisnici kojima je potrebna dodatna obuka za pretraživanje kataloga bez obzira na vrstu. Upravo u ove svrhe permanentno se obavlja obuka korisnika. U većini slučajeva obučavaju se korisnici – studenti – prve godine studija. Često na obuku dolaze i nastavnici kojima je potrebna obuka za pretraživanje elektronskih izvora informacija.

Studenti novinarstva imaju, u odnosu na druge studentske grupe na Filozofskom fakultetu, vrlo specifičan program. Studije novinarstva su same po sebi specifične i, za dobrog novinara, neophodno je ogromno znanje, kako opšte tako i specijalizovano, iz pojedinih oblasti u zavisnosti od profila novinara. Nastavni plan i program studentske grupe za Žurnalistiku na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu, omogućava budućim novinarima vrlo široko znanje (http://www.ff.uns.ac.rs/studijски_programi/ZU0-osnovne.pdf). Za sticanje takvog znanja neophodno je konstantno učenje i čitanje literature iz različitih oblasti. Na raspolaganju im se nalazi 550.000 publikacija i druge građe u Biblioteci Filozofskog fakulteta koja je raspoređena po seminarskim bibliotekama i to :

- Seminarska biblioteka Odseka za anglistiku;
- Seminarska biblioteka Odseka za srpski jezik i lingvistiku;
- Seminarska biblioteka Odseka za srpsku i komparativnu književnost;
- Seminarska biblioteka Odseka za filozofiju;
- Seminarska biblioteka Odseka za sociologiju;
- Seminarska biblioteka Odseka za hungarologiju;
- Seminarska biblioteka Odseka za slavistiku;
- Seminarska biblioteka Odseka za slovakiniku;
- Seminarska biblioteka Odseka za rumunistiku;
- Seminarska biblioteka Odseka za romanistiku;
- Seminarska biblioteka Odseka za germanistiku;
- Seminarska biblioteka Odseka za pedagogiju;
- Seminarska biblioteka Odseka za psihologiju;
- Seminarska biblioteka Odseka za istoriju;
- Seminarska biblioteka Odseka za medijske studije.

U okviru studentskog programa za svaki predmet nalazi se spisak neophodne literature. Studentima Žurnalistike većina tih naslova je dostupna u seminarskim bibliotekama Fakulteta. Sistem pretraživanja vrlo je jednostavan zahvalju-

jući lisnim i elektronskim katalozima. Svim studentima nudi se vrlo široko obra-zovanje.

Jedan od načina za permanentno informisanje studenata i nastavnika o fondu jeste priprema izložbi knjiga i priprema kataloga izložbe. U elektronskoj formi, na sajtu Fakulteta, izlazi Bilten novih knjiga u Biblioteci Filozofskog fakulteta.

Ove godine priređena je izložba knjiga povodom petogodišnjice postojanja Seminarske biblioteke Odseka za medijske studije i priređen je Katalog izložbe koji, uz izbor literature iz fonda Biblioteke, ima i tri registra i to : imenski registar, registar naslova i registar naslova serijskih publikacija. Ovom prilikom biće dati izvodi iz Kataloga izložbe kao i delovi registara.

IZVOD IZ KATALOGA IZLOŽBE PET GODINA SEMINARSKE BIBLIOTEKE ODSEKA ZA MEDIJSKE STUDIJE¹

1. oktobar 2009.

MONOGRAFSKE PUBLIKACIJE

1. Bacon, Jacqueline (2007). *Freedom's journal : the first African-American newspaper*, Lanham [et al.] : Lexington Books [COBISS.SR-ID [513090916](#)]
2. Balle, Francis, Deransart, Thierry (1997). *Moć medija : mandarin i trgovac*, Beograd : Clio [COBISS.SR-ID [167305479](#)]
3. Barker, Chris (2005). *Television, globalization and cultural identities : Issues in cultural and media studies*, Maidenhead, New York : Open University Press [COBISS.SR-ID [513343844](#)]
4. Bertrand, Calude-Jean (2007). *Deontologija medija*, Zagreb : Sveučilišna knji-žara [COBISS.SR-ID [512257636](#)]
5. Bignell, Jonathan (2004). *An introduction to television studies*, London, New York : Routledge [COBISS.SR-ID [215689991](#)]
6. Бјелица, Михаило, Јевтовић, Зоран (2006). *Историја новинарства*, Београд, Мегатренд универзитет примењених наука [COBISS.SR-ID [127593228](#)]

¹ Izvod iz Kataloga izložbe knjiga Pet godina Seminarske biblioteke Odsek za medijske studije. Novi Sad, 1. oktobar 2009. godine.

7. Boarov, Dimitrije (2006). *Dr Laza Paču : legenda srpskih finansija*, Novi Sad : CUP [COBISS.SR-ID [215929607](#)]
8. Boarov, Dimitrije, Putnik, Milena (2004). *Kako je Novi Sad pobedio : 1998-2000*, Novi Sad : Yutopag [COBISS.SR-ID [194233607](#)]
9. Boarov, Dimitrije (2001). *Politička istorija Vojvodine : u trideset tri priloga*, Novi Sad : Europanon consulting [COBISS.SR-ID [165853959](#)]
10. Boyd, Andrew (2004). *Broadcast journalism : techniques of radio and television news*, Amsterdam [etc.] : Focal press [COBISS.SR-ID [24463965](#)]
11. Boyd, Andrew (2002). *Novinarstvo u elektronskim medijima : metodi pripreme radio i televizijskih vesti*, Beograd, Clio [COBISS.SR-ID [183093511](#)]
12. Boyle, Raymond (2006). *Sports journalism : context and issues*, London [et al.] : Sage publication [COBISS.SR-ID [512205924](#)]
13. Branston, Gill, Stafford, Roy (2003). *The media student`s book*, London, New York : Routledge [COBISS.SR-ID [512096100](#)]
14. Briggs, Asa, Burke, Peter (2006). *Društvena istorija medija : od Gutenberga do Interneta*, Beograd : Clio [COBISS.SR-ID [134647308](#)]
15. Briza, Jan (1996). *Ko će s Miloševićem?*, Novi Sad : Nezavisno društvo novinara Vojvodine [COBISS.SR-ID [109192455](#)]
16. Briza, Jan (2008). *Novosadski prozor*, Novi Sad : Nezavisno društvo novinara Vojvodine : Futura publikacije [COBISS.SR-ID [230681095](#)]
17. Briza, Jan (2000). *Prava nacionalnih manjina u Jugoslaviji : [izveštaj]* =Minority Rights Group International Report, Izd. na srp. jeziku, Subotica : Otvoreni univerzitet : Agencija Lokalne demokratije, London : Minority Rights Group International [COBISS.SR-ID [512062391](#)]
18. Briza, Jan (1990). *Rumunija : golgota i spasenje*, Novi Sad : Dnevnik [COBISS.SR-ID [26183425](#)]
19. *Brušenje pameti* (2003). Beograd : Ebart konsalting - Medijska dokumentacija [COBISS.SR-ID [106326540](#)]
20. *Bukvar TV novinarstva* (2006), (Smiljko Šagolj, prir.), Split : HKD Napredak [COBISS.SR-ID [513504356](#)]
21. Byerly, Carolyn M., Ross, Karen (2006). *Women and media : a critical production*, Malden [etc.] : Blackwell Publishing [COBISS.SR-ID [513720676](#)]
22. Carruthers, Susan L. (2000). *The media at war : communication and conflict in the twentieth century*, New York : St. Martin`s press [COBISS.SR-ID [512220772](#)]

23. Carter, Cynthia, Weaver, C. Kay (2008). *Violence and the media : Issues in cultural and media studies*, Berkshire : Open University Press [COBISS.SR-ID [513343076](#)]
24. Chantler, Paul, Stewart, Peter (2003). *Basic radio journalism*, Amsterdam... [et al.] : Focal press [COBISS.SR-ID [513474404](#)]
25. Collin, S.M.H. (2002). *Dictionary of multimedia*, 3th ed., London : P. Collin www.petercollin.com. [COBISS.SR-ID [831591](#)]
26. Cornu, Daniel (1999). *Etika informisanja*, Beograd : Clio [COBISS.SR-ID [150905607](#)]
27. Cotton, Bob, Oliver, Richard (1997). *Understanding hypermedia 2.000 : multimedia origins, internet futures*, London : Phaidon [COBISS.SR-ID [512099172](#)]
28. Đorđević, Mira ur. (1978). *Aspekti radija*, Sarajevo : Svjetlost [COBISS.SR-ID [12248583](#)]
29. Maričić, Nikola, Nikolić, Mirjana, Ljumović, Janko, Misković, Nebojša, Martinoli, Ana (2007). *Anatomija radija*, Beograd : RDU RTS, Radio Beograd, Fakultet dramskih umetnosti, Institut za pozorište, film, radio i televiziju [COBISS.SR-ID [142944780](#)]

SERIJSKE PUBLIKACIJE

1. *Communication management*, Novi Sad : Protocol, Beograd : Fakultet političkih nauka. - 2006-, ISSN 1452-7405. [COBISS.SR-ID [218473735](#)]
2. *European Journal of Communication*, London : SAGE Publications. - 1986-, ISSN 0267-3231. [COBISS.SR-ID [147859975](#)]
3. *Kod 04*, Novi Sad : Filozofski fakultet, Odsek za medijske studije. - 2006-, ISSN 1452-5461. [COBISS.SR-ID [213841415](#)]
4. *Культура полуса*, Нови Сад : Удружење за политичке науке СЦГ, Отгранак у Новом Саду : Stylos. - 2004-, ISSN 1820-4589. [COBISS.SR-ID [199568391](#)]
5. *Link*, Novi Sad : Media Art Service International. - 2002-, ISSN 1451-3420, www.mediart.org. [COBISS.SR-ID [181608199](#)]
6. *Medianali*, Dubrovnik : Sveučilište u Dubrovniku. - 2007-, ISSN 1846-436X. [COBISS.SR-ID [512556644](#)]
7. *Medijska politika*, Nikšić : NVO "Civilni forum". - 2008, ISSN 1800-7457. [COBISS.SR-ID [13381648](#)]
8. *Medijska sfera*, Novi Sad : Novosadska novinarska škola. - 2007-, ISSN 1820-5542. [COBISS.SR-ID [225278983](#)]

9. *Medijski dijalozi*, Podgorica : Elit - Ekonomska laboratorija za istraživanje tranzicije. - 2008-, ISSN 1800-7074. [COBISS.SR-ID [12734480](#)]
10. *Mioko*, Petrovaradin : Fond za razvoj istraživačkog novinarstva i nove medije – FORIN. - 2007-, ISSN 1820-6778. [COBISS.SR-ID [228663303](#)]
11. *Religija i tolerancija*, Novi Sad : CEIR. - 2004-, ISSN 1451-8759. [COBISS.SR-ID [195247879](#)]
12. *Televizija*, Beograd : Pay&Play Production. - 2008-, ISSN 1820-8304. [COBISS.SR-ID [149038348](#)]
13. *JOURNAL of radio & audio media*, Philadelphia : Routledge : Taylor & Francis Group. - 2009-, ISSN 1937-6529. [COBISS.SR-ID [514010724](#)]

IMENSKI REGISTAR

- Adams, Sally (autor) [74](#)
- Allan, Stuart [1](#)
- Anderson, Douglas A. (autor) [87](#)
- Anderson, James A. (autor) [68](#)
- Anderson, Sherry Ruth (autor) [154](#)
- Bacon, Jacqueline [4](#)
- Balle, Francis [5](#)
- Barker, Chris [6](#)
- Bauer, Thomas A. (autor) [147](#)
- Begović, Boris (autor) [58](#)
- Benoit, Philip (autor) [130](#)
- Bergen, Lori (autor) [68](#)
- Bertrand, Calude-Jean [7](#)
- Bešker, Inoslav (1950-) [85](#)
- Betka, Mark (autor) [132](#)
- Bignell, Jonathan [8](#)
- Bjelica, Mihailo [9](#)
- Boarov, Dimitrije (1946-) [10](#), [11](#), [12](#), [139](#)
- Boyd, Andrew (1956-) [13](#), [14](#)
- Boyle, Raymond [15](#)
- Branston, Gill [16](#)
- Brbaklić, Andrea (autor) [139](#)
- Briggs, Asa [17](#)
- Briza, Jan (1946-) [18](#), [19](#), [20](#), [21](#)
- Burgh, Hugo de (urednik) [82](#), [86](#), [111](#)
- Burke, Peter (autor) [17](#)
- Byerly, Carolyn M. [24](#)
- Carruthers, Susan L. [25](#)
- Carter, Cynthia [26](#)
- Chantler, Paul [27](#)
- Chorianopoulos, Konstantinos (autor) [101](#)
- Collin, S.M.H. (1966-) [28](#)
- Cornu, Daniel [30](#)
- Cotton, Bob [31](#)
- Crawley, Vince (autor) [132](#)
- Crisell, Andrew [32](#)
- Crnobrnja, Stanko (autor) [152](#)

REGISTAR NASLOVA

- Agencijsko novinarstvo [90](#)
- #An #introduction to journalism [156](#)
- Anatomija radija [2](#)
- Art in the age of mass media [190](#)
- Aspekti radija [3](#)
- Basic radio journalism [27](#)
- Beyond the front lines [160](#)
- Broadcast journalism [13](#)
- Brušenje pameti [22](#)
- Bukvar TV novinarstva [23](#)
- Children, adolescents, and the media [165](#)
- Communication, cultural and media studies [73](#)
- Communities of journalism [135](#)
- The concise focal encyclopedia of photography [29](#)
- Crkve, verske zajednice, mediji i demokratija [33](#)
- The cultural creatives [154](#)
- Deca i televizija [103](#)
- Degradirana moć [71](#)
- Deontologija medija [7](#)
- Dictionary of multimedia [28](#)
- Digital television [77](#)
- Discourse and context [39](#)
- Discourse and Power [40](#)
- Discourse, of course [41](#)
- Dr Laza Paču [10](#)
- Društvena istorija medija [17](#)
- Društvo i medijski izazovi [95](#)
- Editorial design [192](#)
- Encyclopedia of radio. Vol. 1, A-E [51](#)
- Encyclopedia of radio. Vol. 2, F-N [52](#)
- Encyclopedia of radio. Vol. 3, O-Z [53](#)
- Encyclopedia of television. Vol. 1, A-C [54](#)
- Encyclopedia of television. Vol. 2, D-L [55](#)
- Encyclopedia of television. Vol. 3, M-R [56](#)
- Encyclopedia of television. Vol. 4, S-Z [57](#)
- Etika informisanja [30](#)
- Etika javne reči u medijima i politici [58](#)
- Etika medija [142](#)
- Etika novinarstva [59](#), [113](#)

REGISTAR NASLOVA SERIJSKIH PUBLIKACIJA

- CM [1](#)
- European Journal of Communication [2](#)
- Kod 04 [3](#)
- Культура полиса [4](#)
- JOURNAL of radio & audio media [13](#)
- Link [5](#)
- Medianali [6](#)
- Medijska politika [7](#)
- Medijska sfera [8](#)
- Medijski dijalozi [9](#)
- Mioko [10](#)
- Religija i tolerancija [11](#)
- Televizija [12](#)

Ovakve izložbe predstavljaju potrebu da se stekne uvid u trenutno stanje fonda, sa jedne strane, i potreba da se informišu korisnici, sa druge strane. Sugestije su dobrodošle i one svakako doprinose budućem razvoju fonda.

Sušтина ovakvog rada je informacija u pisanoj i usmenoj formi, koja ima smisla ukoliko doprinese ukupnom napretku i kvalitetu kako bibliotečkog fonda tako i studija. Informacija je proces podeljen u tri segmenta : izgradnja, prenos i korišćenje. Izložba knjiga ili katalog (u pisanoj ili elektronskoj formi) predstavlja zbir ova tri segmenta. Pretraživanje podataka gradi informaciju. Zapisivanje podataka predstavlja prenos informacije, a distribucija informacije je vid njenog korišćenja. U zavisnosti od načina distribucije informacija može da dobije neku novu dimenziju.

Novinarstvo je disciplina koja učestvuje u stvaranju informacije i u procesu njene distribucije. Masovni mediji su svuda oko nas. U našoj kući, na poslu, na ulici. Mi ih maksimalno koristimo – gledamo, čitamo, kupujemo. Mediji su “naj-snažnije oružje”. Statistički podaci dovoljno govore o medijima kao značajnom segmentu našeg života. Prosečno gledano uz masovne medije (štampa, radio, televizija) provodimo sedam sati dnevno. S toga je proces obrazovanja novinara od izuzetne važnosti za kvalitetniji sistem informisanja. Mediji imaju ogroman uticaj na razvoj društva i od izuzetne je važnosti da kreatori i prenosioci informacija budu obrazovani. Fondovi Biblioteke Filozofskog fakulteta nude im sve ono što je potrebno da kvalitet i kvanititet njihovog znanja bude na zadovoljavajućem nivou. Rečnici, enciklopedije, naučna literatura iz oblasti komunikologije, menadžmenta, analize medijskog diskursa, tehnike i tehnologije radija i televizije kao i svih oblika novinarstva; istorije, književnosti, lingvistike, retorike; sociologije, filozofije, prava; informatike; stranih jezika... Najznačajnija stvar za budućeg novinara je da na najbrži i najlakši način dođe do izvora informacija. Sve ove oblasti utiču na razvoj njihovih istraživačkih aktivnosti kao i na krajnji novinarski “produkt” bez obzira na tip i vrstu. Jedna od bitnih odlika novinarstva je brzina a ona se postiže što višim nivoom znanja.

Biblioteka je, u svakom slučaju, mesto koje omogućava učenje. Društveni doprinos svake biblioteke je vezan kako za obrazovanje tako i za informacionog posrednika. “Postoje mnoge, veoma cenjene, uloge koje biblioteke mogu obavljati u XXI veku, ali će najmoćnija biti uloga “informacionog posrednika unutar zajednice”, institucije koje razume i ume da se poistoveti sa zajednicom svojih korisnika, dobro poznaje univerzum informacija i njihovu organizaciju, i istovremeno aktivno razvija i poboljšava mehanizme koji povezuju ta dva sveta” (Brofi 2005: 241).

Literatura

- BARBIER, Frédéric (2009). *Istorija knjige*. Beograd : Clio : Narodna biblioteka Srbije.
- BROPHY, Peter (2005). *Biblioteka u dvadeset prvom veku : nove usluge za informaciono doba*. Beograd : Clio.
- CLAYTON, Peter (2003). *Upravljanje izvorima informacija u bibliotekama : upravljanje fondovima u teoriji i praksi*. Beograd : Clio.
- KOŠIR, Manca (1999). *Život s medijima : priručnik o medijskom odgoju za roditelje, nastavnike i učitelje*. Zagreb : Doron.
- LE Caodic, Yves-François (2005). *Nauka o informacijama*. Beograd : Clio : Narodna biblioteka Srbije.

Violeta Rakić

IMPORTANCE OF THE LIBRARY COLLECTION FOR MEDIA STUDIES

Summary

Library, as an informational interface in social community, represents the place where knowledge is gained. The media have an enormous impact over society and it is of utmost importance to have educated creators and disseminators of information. This paper is about the role and importance of the library collections of the Faculty of Philosophy as an informant and as a channel of information transfer. Part of the paper is dedicated to the book exhibition of the Library of the Department of Media Studies and to the excerpts of the exhibition Catalogue.

Keywords: library collection, media studies, education of journalists

Norbert Šinković
sinkovics@gmail.com

UDK 353(497.113)(060.13)
Stručni rad

STATUT VOJVODINE U ODABRANIM DNEVNIM NOVINAMA OD REGIONALNOG I NACIONALNOG ZNAČAJA

Sažetak

Rad se bavi javnom raspravom o Statutu Vojvodine u dnevnim listovima Kurir, Dnevnik, Politika, Mađarso („Magyar Szó“), Blic i Građanski list na početku 2009. godine. Analizira način informisanja auditorijuma ukazujući na praksu dnevnih novina od regionalnog i nacionalnog značaja. Korpus obuhvata 197 tekstova u navedenim novinama. Monitoringom je obuhvaćen i jedan dnevni list mađarske nacionalne manjine Mađarso („Magyar Szó“). Analiza tekstova je rađena iz više uglova, sa posebnim osvrtom na ulogu političkih aktera. Identifikovani su najaktivniji akteri političkih debata, njihov međusobni odnos i odnos prema Statutu. Rad se posebno bavi i analizom plasiranih tema.

Ključne reči: Kurir, Dnevnik, Politika, Mađarso („Magyar Szó“), Blic, Građanski list, Statut Vojvodine, štampa, politički akteri, tema, diskurs, izjave.

1. Uvod

Položaj Vojvodine oduvek je bio pitanje odnosa „centrale“ i „provincije“, na šta ukazuje i istorijski razvoj pokrajine sa usponima i padovima u njenoj prošlosti¹. Ovaj odnos se najčešće reprezentovao na političkim i crkvenim skupovima gde je do izražaja uvek došlo „javno mnjenje“. Danas pitanje pložaja moramo posmatrati putem novonastalog oblika institucija, institucija medija koje zamenjuju crkve, radničke i trgovačke organizacije, narodne sabore. Mediji, zamenjujući pojedine stare oblike razmene informacija, postali su primarni izvori za razume-

¹ Za detaljniji prikaz pravno – političkog razvoja Vojvodine vidi rad D. Boarova (2001) *Politička istorija Vojvodine* – u trideset tri priloga. Novi Sad: Europanon consulting.

vanje sveta. Zbog toga, analiziran je period nakon usvajanja statuta u pokrajinskom parlamentu. Bitno je videti u kom pravcu se razvila priča od početne „čiste pravne situacije“ do političkog pitanja. Interesanto je videti i ko je bio „najglasniji“ u tom procesu javne rasprave. Ovaj rad se fokusira na analizu javne rasprave o Statutu Vojvodine u odabranim novinama. Za destrukuiranje „javne rasprave“ koristim kvantitativno-kvalitativnu diskurs analizu. Diskurs igra vitalnu ulogu u konstituisanju čovekove stvarnosti. Uticaj ovog diskursa na odnos snaga u zajednici je više nego jasan. (Talbot 2007:3). Nakon četrnaest meseci republička skuština dala je saglasnost na Statut čime je, barem u pravnom smislu, završen proces definisanja položaja i nadležnosti pokrajine.

2. Metod i korpus

Osnovna metoda analize bila je kvantitativno-kvalitativna diskurs analiza koja je obuhvatila tekstove posvećene pitanju položaja Vojvodine i debati o Statutu. Analizirani su svi tekstovi koji su posvećeni Statutu Vojvodine, a nisu u obzir uzimani oni koji govore sasvim sporadično o ovoj temi, kao ni oni koji kao centralnu temu spominju donošenje novog zakona o prenošenju nadležnosti na pokrajinu, poznat kao Omnibus dva. Monitorinig je planiran tako da ukaže na karakteristike pisanja o Statutu, da ukaže na profesionalnu angažovanost novinara, kao i na izbore subjekata koji su deo centra teksta i čiji su stavovi prezentovani auditorijumu.

Jedinica analize je samostalni odsečak koji kao pretežnu temu sadrži Statut, a kao formu podrazumeva zaokruženi pisani sadržaj bez obzira na vrstu i tip novinarskog i ne novinarskog žanra - od nadnaslova do potpisa autora uključujući okvir, fotografiju, grafiku, crtež.

Za potrebe analize konstituisan je poseban kodni list koji se primenjivao tokom cele analize. Kao formalne karakteristike kodiran je datum objavljivanja, redni broj teksta, dužina, prema tekstu, lokacija na koju se odnosi tekst i autorstvo.

Kao sadržajne osobine registrovani su izvori informacije, tema, subjekt, kao nosilac radnje, njegov stav prema temi ili objektu, žanr, kao i partijska pripadnost subjekta i objekta (ako su u pitanju osobe). U tekstu je bilo moguće registrovati više tema o kojima se piše. Ukupan broj registrovanih tema je stoga veći od broja uzorkovanih tekstova. Takođe je bilo moguće da se u istom tekstu spominje više lokacija te se tako broj tekstova ne poklapa i sa brojem lokacija.

Prvenstveni kvantitativni pokazatelj je broj objavljenih tekstova. Broj medijskih proizvoda ukazuje na značaj teme. Ako ga stavljamo u komparaciju sa

drugim pokazateljima kao što je na primer dužina teksta ili žanrovska podela, možemo izvući podatke o tome koliko je tema obrađena, kao i koliki je stepen pritiska na čitalačku publiku da usvoji određeno mišljenje u vezi sa Statutom.

Za kvalitativne pokazatelje su birani žanrovska učestalost, tematska podela, dominacija predstavnika političkih stranaka, kao i njihova pozicija i odnos prema temi.

Korpus obuhvata približno tri meseca (od 15. januara do 31. marta 2009. godine) uzorkovanih tekstova o Statutu u sledećim dnevnim novinama:

1. Mađarso („Magyar Szó“) – dnevni list na mađarskom jeziku. Ima regionalni karakter. Od 29. juna 2004. Nacionalni savet mađarske nacionalne manjine preuzima osnivačka, vlasnička i upravljačka prava od Skupštine Vojvodine. Mađarso izlazi 65 godina, finansira se iz budžeta Pokrajinskog sekretarijata za informacije.
2. Blic - najtiražniji list u Srbiji. Vlasnik lista je švajcarska medijska korporacija Ringer, izlazi 12 godina. Blic je prvi dnevni list osnovan od strane korporacije u Srbiji.
3. Dnevnik – pokrajinski dnevni list. Većinski vlasnik je „Vac“ -Westallgemeine Zeitung – nemačka korporacija
4. Politika – najstariji dnevni list u Srbiji koji pokriva celu zemlju. Njegov položaj je posebno interesantan, pošto kao najprestižniji list nije privatizovan u potpunosti. Pedeset odsto akcija pripada američkom vlasniku, dok je druga polovina lista ostala u vlasništvu države. Glavnog urednika postavlja Vlada.
5. Kurir – U vlasništvu kompanije Kurir-net d.o.o.
6. Građanski list – U vlasništvu konzorcijuma „Vojvodina-info“ (Glas d.o.o.) Povezana vlasnička struktura sa vlasničkom strukturom lista Kurir

3. Analiza empirijskog materijala

3.1. Uvodne napomene

U korpus analize je ušlo ukupno 197 tekstova objavljenih u Kuriru (36), Politici (19), Dnevniku (87), Blicu (18), Mađarsou (10) i Građanskom listu (27) u periodu od 15. januara do 31. marta 2009. Osim u slučaju Mađarsoa, gde martovski brojevi nisu bili dostupni, od ostalih dnevnih listova svi brojevi su obrađeni. Rezultati dobijeni analizom su predstavljeni po korišćenim kategorijama, i u nekim slučajevima, gde je bilo bitno, podaci su stavljeni u korelaciju sa dobijenim brojkama drugih kategorija.

3.2. Mesto objavljivanja teksta

Uprkos značaju teme, Statut Vojvodine u praćenom periodu, kao tema nije mogao da se „izbori“ za naslovne stranice dnevnih listova. U svega 13,20% slučajeva informacija o Statutu dobila je mesto na naslovnoj strani novina. U većini slučajeva novosti u vezi sa Statutom su bile objavljene na unutrašnjim stranicama. Zašto je bitan ovaj segment? Prvenstveno zbog uloge navedenih stranica. Staviti informaciju na naslovnu stranu, znači dati joj najveću moguću javnost, jer institucija naslovne strane ima ulogu markiranja najbitnijih društveno-političkih tema. Kako se približavamo unutrašnjim stranama lista na relaciji javno-privatno, sve se više pojavljuju ne novinarski žanrovi (među njima je najizraženije pismo čitalaca) (Talbot, 2007:13). U praćenom periodu tekstovi su najčešće bili objavljeni od druge do pete stranice lista (86,29%).

3.3. Oprema teksta

Relativno je visok procenat „slikovitih“ tekstova: urednici su u 54,82% slučajeva smatrali da uz objavljeni tekst treba priložiti i fotografiju. Iako se analiza nije posebno bavila sadržajem slika, tokom analize je utvrđeno da su slike političara bile najatraktivnije prema urednicima da se objave sa informacijom. Bez slike je objavljeno približno 45% tekstova.

3.4. Autor

U približno 59% slučajeva znamo ko je autor (novinar iz redakcije), dok 14,72% tekstova je proizvod drugih medija. Procenat medijskih proizvoda bez naznačenog autora je relativno visok, 30%. Najveći broj nepotpisanih tekstova je objavljen u Blicu (44,44%!), što nikako ne možemo smatrati dobrom praksom, jer postiže efekat bezličnosti i relativizuje plasiranu informaciju. Takođe, može da ukazuje i na to da objavljena informacija jeste stav redakcije, naročito kada su u pitanju neizbalansirani tekstovi (pristrasnost).

3.5. Žanr

Žanr je centralna kategorija diskurs analize. Žanrovi čine konvencionalni šablon za komunikativna rešenja pojedinih problema. Ti društveni problemi čine spoljašnju strukturu (socijalnu i institucionalnu) žanrova. (Fetzer, Lauerbach 2007:10) Zapravo, to znači da novinari biraju žanr reagujući na pojedine informacije i u zavisnosti od procene kakav uticaj žele da postignu kod auditorijuma u vezi sa tim problemom ili pojavom. Čista vest, izveštaj, svakako da reflektuje stroge činjenice u vezi sa temom. Dok reportaža ili komentar deluju znatno bolje na emocije primalaca poruke. Naravno, žanrovi variraju u zavisnosti od kulture, istorijske ere, socijalnih klasa, i subkulture. Žanr određuje i početnu čitalačku po-

ziciju. Tekstovi uvek nude određeni dijapazon za potencijalnu čitalačku poziciju, ali predlaže i preferiranu interpretaciju za zuscavanje „najpoželjnije“ pozicije. (Fetzer, Lauerbach, 2007:10-11) Rezultati monitoringa pokazuju jako siromašnu ponudu u vezi sa žanrovima. Ono što je svakako alarmanto, jeste veliki broj prenetih izjava. One su najčešće (partijsko) političke poruke, koje služe samo kao reklama za pojedince ili stranke. Iznad 60% je porcenat izjave kao žanr pokazuje nizak stepen angažovanosti novinara. Javnost bi s pravom očekivala veći broj analitičkih tekstova, međutim, redakcije su se fokusirale isključivo na partijska ili organizacijska mišljenja. Nemamo kvalitetnu javnu raspravu, već imamo samo kvazi debatu o najvišem pravnom aktu pokrajine. Nizak procenat analitičkih tekstova znači da ni jedna redakcije nije ozbiljno shvatila svoj zadatak: da na profesionalan način pristupi temi. Ovo nikako ne može da se opravdava lošom kadrovskom mogućnošću, ni kod Mađarsoa ni kod Građanskog lista. Naročito kada znamo da su centralna uredništva u većim gradovima, sa fakultetima (Subotica, Novi Sad, Beograd), sa bezbroj kompetentnih ljudi iz oblasti prava, sociologije, ekonomije, pa i psihologije i istorije.

3.6. Dužina teksta

U korelaciji sa siromašnom žanrovskom ponudom javlja se i visoka stopa kratkih tekstova. Ako znamo da je dominantni žanr izjava, a dužina teksta u blizu polovini slučaja (49,74%) kratak, jasno možemo zaključiti da su novine na svojim stranama samo prenele, citirale aktere, bez većeg stepena kritičnosti. Čak u vrlo retkim slučajevima imamo više suprotstavljajućih mišljenja spojenih u jedan tekst, što bi bio minimalan novinarski angažman.

3.7. Lokacija

Da je Srbija visoko centralizovana država pokazuju i dobijeni rezultati u ovoj kategoriji: dva centralna mesta su Beograd (44,77%) i Novi Sad (37,81%). Zajedno čine više od 80%. Polazeći od osnovne pretpostavke da je Statut Vojvodine dominantna tema u celoj pokrajini očekivali bismo veću pokrivenost od pokrajinskih dnevnih listova, dok od nacionalnih listova veći prostor za ostale delove Srbije.

3.8. Tema

Tema je sledeći segment analize. Ova kategorija posebno je značajna, ako znamo da su mediji ti koji nameću određene informacije ili pojave svom auditorijumu. Oni daju okvire o čemu treba publika da razmišlja. Monitoring je potvrdio da je najdominatnija tema od januara do kraja marta aktivnost političkih stranaka u Beogradu (iznad 50%). Ova kategorija je obuhvatala sve tekstove koji

su u svom sadržaju u fokus stavili aktivnosti beogradskih krila stranaka. Zabrinjavajuća je činjenica da predstavljanje sadržaja pravnog akta, kao i ekspertska analiza ispod 4%. Zapravo vidimo političku manipulaciju putem medija. Auditorijum nema jasan uvid u sadržaj Statuta, nije „čuo“ stručno mišljenje niti su u analitičkom obliku obrađeni stavovi. Zapravo, ni sami građani nisu pitani u vezi sa Statutom: svega 0,88% tekstova govori o stavovima građana, što je izuzetno nizak procenat. Novine nisu uspele da temu Statuta zadrže na nivou običnih, životnih priča. Nemamo stavove građana o delovima Statuta koji su najviše osuđivani u partijsko-političkoj eri. Zamagljivanje i udaljavanje rešenja Statuta od životnih tema svakako da vodi ka rezistenciji građana prema toj temi, kao što visok broj izjava političara vodi ka indoktrinaciji i političkoj manipulaciji. Razne lobističke grupe, nevladine organizacije su takođe stavljene na marginu debate. To je takođe vrlo problematično, jer šalje poruku svim vidovima građanskih inicijativa da je diskurs o Statutu ekkluziva samo partijsko-političkih subjekata.

3.9. Subjekat

Analiza je pokazala da su dominantnu ulogu imali političari, oni su bili pitani, oni su dali izjave u najvećoj meri: politički subjekti prisutni su čak u 54,02% slučajeva. Nikako ne možemo reći da je za pohvalu. Od pokrajinskih funkcionera u kodnom listu su posebno bili navedeni predsednik Izvršnog veća Vojvodine i predsednik Skupštine Vojvodine. Iz analize se vidi da se predsednik Skupštine skoro dva puta više pojavljuje u odnosu na pokrajinskog premijera. Ostali pokrajinski funkcioneri su na istom nivou prisutni kao i predsednik Izvršnog veća. Glavni akter izvršne vlasti pokrajine slabije je komunicirao sa medijima, u odnosu na temu koja je izuzetno bitna za samo funkcionisanje pokrajinskih organa. Moramo naglasiti i nizak procenat predstavnika nevladinih organizacija u ulozi subjekta, što takođe ukazuje na medijsku rezistenciju na čitalačku publiku, odnosno na njen organizovaniji oblik.

3.10. Politička pripadnost subjekta

Računajući na to da će predstavnici političkih partija biti „najglasniji“ u raspravi o Statutu uvedena je kategorija, koja detektuje političku pripadnost subjekta. Najviše su o Statutu pričali pripadnici Demokratske stranke i Saveza vojvođanskih Mađara. Kada je u pitanju opozicija najviše se javlja Demokratska stranka Srbije, zatim Srpska napredna stranka.

Kada podelimo stranke na poziciju i opoziciju, možemo uočiti da su procentualno više puta bili subjekti u tekstovima pripadnici pozicije. Naravno to nikako ne znači da su bili i stavovi pozitivni. Kad je reč o manjinskim strankama,

očigledno je da je stranka Mađara bila najaktivnija, to prvenstveno zbog većeg stepena organizovanosti u odnosu na druge manjinske stranke.

Posle izjave Sinoda Srpske pravoslavne crkve, da je Statut neustavan i da vodi ka secesiji Vojvodine, povećao se broj izjava u vezi sa pravnim aktom. U januaru najviše su pripadnici Demokratske stranke dobili ulogu subjekta u tekstovima, srazmerno ih prati SVM. U februaru dobijamo jednu obrnutu sliku: najviše se pitaju predstavnici SVM-a dok DS, koji čini većinu i u pokrajinskoj i u republičkoj vladi jedva postiže broj pojavljivanja od 20. Mart je mesec gde još uvek SVM drži svoju medijsku komunikaciju na najvišem nivou. Demokratska stranka je smanjila svoju medijsku pojavu na 5 jedinica. Ovo može govoriti o uticaju stava Srpske pravoslavne crkve na tok debate. Povlačenje DSa iz diskursa na prvi pogled ukazuje na postojeću podelu unutar stranke. Ovaj slučaj inače se pojavljuje u tekstovima krajem februara, kao glavni razlog za neodobravanje Statuta. Kad su u pitanju opozicione stranke, partija Vojislava Koštunice zauzima vodeću poziciju u davanju izjava u vezi sa Statutom. U februaru je premašila i DS kada je reč o ulozi subjekta u tekstovima. U praćenom periodu se vidi da na medijskoj sceni imamo političku bipolarizaciju diskursa: sa jedne strane tu je SVM kao stranka koja promovise usvajanje Statuta, dok sa druge strane imamo DSS koji svojim konstantnim učinkom vodi protivkampanju. Ono što možemo naglasiti, to je, da je u praćenom periodu najintenzivnija javna rasprava oko Statuta bila u februaru.

3.11. Objekti

U najvećem delu subjekti govore o samom Statutu (70,18%), na drugom mestu je stav Sinoda SPC (8,43%), dok su na trećem mestu politički akteri (6,32%). U posebnoj kategoriji sam označio i političku pripadnost, kada su bili u pitanju politički akteri kao objekti. Prema toj kategoriji, najviše se pojavljuju pripadnici DSa i SVMa.

Visok je procenat DSa u ulozi objekta. Srazmerno sa utišavanjem DSa u ulozi subjekta, pojačava se uloga DSa kao objekta.

3.12. Odnos subjekta prema objektu

Ova kategorija ukazuje na stavove subjekta prema objektu. Važnost ove kategorije leži u tome da ona pokazuje postojeću vrednosnu klimu prema najdominatnijem objektu (u prethodnom delu smo videli da je u pitanju Statut Vojvodine). Vrednosna klima bitno određuje tok diskursa kao i sam ishod. Preovlađujući stav je negativan. Možemo zaključiti da iako su zagovornici usvajanja Statuta bili procentualno više puta u ulozi subjekta, opadanje glavnog faktora pozicionih

snaga (DS) u februaru dovelo je do povećanja negativnih stavova, ali i jačanju neutralne pozicije.

3.13. Izvor

Izvor informacija je ključna kategorija u proceni profesionalnosti medija, kao i u određivanju relevantnosti objavljenih informacija. Prema osnovnom pravilu novinarstva svaka informacija koja se objavljuje mora da se proveri iz dva međusobno nepovezana izvora. U našem slučaju dominira jedan izvor u tekstovima (31,81%). Što korespondira sa činjenicom da je dominantni žanr izjava. Ono što je problematično, to je visok stepen prenošenja agencijskih informacija i prenošenja medijskih proizvoda drugih medija (34,84%). Nedostatak izvornih redakcijskih tekstova, sem neangažovanosti novinara, ukazuje i na relativnu zaptvorenost samih izvora.

3.14. Naslov

Naslov teksta u većini slučajeva bio je u skladu sa sadržajem. Samo mali procenat naslova je bio nejasan ili je imao metaforično značenje.

4. Zaključak

Kvantitativno-kvalitativnom analizom obrađene dnevne novine Dnevnik, Blic, Kurir, Politika, Mađarso i Građanski list su informisanje svog auditorijuma uglavnom gradile na:

- skoro jednostranoj žanrovskoj ponudi (izjava), bez truda da temu Statuta obrade na više načina, izostaju analitički tekstovi koji bi nudili bolji uvid u sam sadržaj Statuta. Nemamo sveobuhvatnu analizu sa više aspekata (pravnog, ekonomskog, i sl.)
- niska medijska svest o sopstvenoj ulozi u javnoj raspravi o ovom pravnom aktu
- svoje informacije su bazirali samo na političkim izjavama, sa skromnim kritičkim pristupom
- dat je veliki medijski prostor političarima, a istovremeno svedoci smo medijske rezistencije prema stavovima građana
- kada je reč o tematskoj ponudi, analizom je ustanovljen sužen izbor tema
- u odabiru izvora za objavljene tekstove novinari su uglavnom koristili jedan izvor, visok je stepen preuzetih tekstova od drugih medija (najčešće su u pitanju agencijski proizvodi)
- autor tekstova je u većini slučajeva poznat

- naslovi su u praćenom periodu uglavnom u skladu sa samom informacijom u tekstu.

5. Preporuke za dobru praksu

Ono što nedostaje, a trebalo bi da bude prisutno, kada govorimo o radnim medijima, može se sažeti u sledeće tačke:

- snažno povećati žanrovsku ponudu i povećati medijsku svest o ulozi sopstvene struke u kreiranju javnog mnjenja, kao i o ulozi novinara u tom procesu
- pružiti veći otpor prema izjavama političara, i povećati kritičnost kada su politički akteri u pitanju istovremeno uključiti veći broj građana i udruženja građana u javnu raspravu
- ponuditi veći broj analitičkih tekstova, preferirati medijsku inicijativu u vidu direktnog povezivanja odredbe Statuta Vojvodine sa realnim životom

Literatura

- Dijk, Teun A. van (2008). *Discourse and context : a sociocognitive approach*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Dijk, Teun A. van (2008). *Discourse and power*. London : Palgrave macmillian.
- Dijk, Teun A. van (2007). *Discourse as social interaction*. London : Sage Publications.
- Dijk, Teun A. van (1997). *Discourse as structure and process*. London : Sage Publications.
- Boarov, Dimitrije (2001). *Politička istorija Vojvodine : u trideset tri priloga*. Novi Sad : Europanon consulting.
- Ćuk Skenderović, N. (2001). *Essays on regionalisation*. A collection of reports submitted at the international conference: Regionalisation in Southeast Europe. Comparative analysis and perspectives. Subotica : Open University.
- Fetzer, A. i Lauerbach, G.E. (2007). *Political discourse in the media (U: A. Fitzer, G.E. Lauerbach: Political discourse in the media)*. Amsterdam : John Benjamins Publishing.
- L. DeFleur, M., Ball-Rokeach, S. (1989). *Theories of mass communication*. London : Longman.
- Matheson, D. (2005). *Media discourses : analysing media texts*. Glasgow : Open University Press.
- Savić, Svenka (1993) *Diskurs analiza*. Novi Sad : Filozofski fakultet.

Talbot, M. (2007) *Media discourse : representation and interaction*. Edinburgh :
Edinburgh University Press.

Norbert Šinković

THE STATUTE OF VOJVODINA IN SELECTED DAILY NEWSPAPERS
OF REGIONAL AND NATIONAL IMPORTANCE

Summary

This piece of work deals, with the public argument about the statute of Vojvodina in the daily papers of Kurir, Dnevnik, Politika, Mađarso, Blic and Građanski list at the beginning of 2009. It analyzes the way of informing the auditory pointing out the usage of the daily news from regional and national magnitude. The corpus had rounded in 197 articles in the indicated newspapers. During at the monitoring came in one daily paper of the Hungarian national minority (Mađarso). The articles have been analyzed from more angles, especially from the angle of the political personae. The most active political personae of the conference were identified, just like their relationship toward the statute and other personae. This piece of work also deals with the analysis of revealed themes.

Keywords: Kurir, Dnevnik, Politika, Mađarso, Blic, Građanski list, statute of Vojvodina, newspaper, political personae, theme, discourse, declaration.

CIP – Каталогизација у публикацији
Библиотека Матице српске, Нови Сад

316.774(082)
659.3(082)

MESTO i značaj medijskih studija za međuregionalnu saradnju : zbornik radova. - Novi Sad : Filozofski fakultet, 2010
(Budisava : KriMel). - 76 str. ; 23 cm

Tekst lat. i ćir. - Tiraž 300. - Bibliografija uz svaki rad. - Rezimeji na nem.
i engl. jeziku uz svaki rad.

ISBN 978-86-6065-033-9

a) Масовни медији - Зборници b) Масовне комуникације -
Зборници

COBISS.SR-ID 248283143