



LOKALNI MEDIJI ZA BOLJE DRUŠTVO

Nacionalni izveštaj – Srbija



Beograd, Mart, 2022.

Naziv izveštaja:

Lokalni mediji za bolje društvo – nacionalni izveštaj – Srbija

Mart, 2022

Izdavač:

Nezavisno udruženje novinara Srbije

Autorka:

Sanja Kljajić

Urednica:

Dina Vozab

Lektorka:

Nataša Polić

Graphic design:

Miloš Sindelić

Ova publikacija je nastala u okviru projekta „Lokalni mediji za bolje društvo“, koji Sindikat novinara Hrvatske, Društvo novinara Slovenije, BH novinari i Nezavisno udruženje novinara Srbije realizuju uz podršku Ambasade Velike Britanije u Hrvatskoj. Stavovi i mišljenja autora izneseni u ovoj publikaciji ne predstavljaju nužno stavove donatora.



Sadržaj

1. Uvod	4
2. Metodologija	5
3. Kontekst medija	6
4. Rezultati analize sadržaja	7
5. Rezultati dubinskih intervjua	10
6. Zaključak	12
7. Preporuke	13

1. Uvod

Strategija razvoja sistema javnog informisanja za period 2020-2025. beleži da je u Srbiji registrovano više stotina lokalnih elektronskih medija i više od 700 štampanih izdanja. Ključni problemi u njihovom funkcionisanju odnose se na nepovoljne finansijske uslove.

Lokalni mediji na tržištu oglašavanja prihoduju vrlo malo. Analiza Regulatornog tela za elektronske medije pokazuje da čak 89% udela u oglašavanju pripada televizijskim stanicama s nacionalnom pokrivenošću, te da se od 15 najvećih komercijalnih oglašivača u Republici Srbiji nijedan ne oglašava na lokalnim, pa čak ni na regionalnim stanicama.

Tako su lokalni i regionalni mediji prinuđeni da se okrenu raznim oblicima državnog finansiranja, uključujući projektno sufinansiranje, ugovore s javnim preduzećima, sponzorstva, donacije. Međutim, istraživanja pokazuju da je svaki od ovih segmenata raspedele praćen brojnim problemima i zloupotrebama koje rezultiraju neravnopravnim položajem medija u korist onih medija čija uređivačka politika podržava vladajuću politiku.

Takve okolnosti u kojima su mediji direktno ekonomski zavisni od države, kako to beleži i Medijska strategija, „urušavaju autonomiju lokalnih medija i otvaraju ogroman prostor za razne vrste pritisaka koji se najčešće ogledaju kroz uticaj na uređivačku politiku medija i urušavanje njihove nezavisne uređivačke politike“.

2. Metodologija

Analiza se sastoji iz dva dela: analize sadržaja pet lokalnih medija i dubinskih intervjua s urednicima ovih pet medija. Za analizu su odabrana onlajn izdanja lokalnih medija, bez obzira na to da li imaju i druge formate. Uzorak za analizu obuhvatio je prvih deset tekstova objavljenih na naslovnoj stranici u 16:00 na sledeće datume: 7.2.2022. (ponedeljak), 15.2.2022. (utorak), 23.2.2022. (sreda), 3.2.2022. (četvrtak), 11.2.2022. (petak), 19.2.2022. (subota), 27.2.2022. (nedelja). Jedinica analize bila je novinski tekst, a neke od kategorija koje su posmatrane su: žanr i tema novinskog teksta, akteri i izvori u tekstu, ali i to da li članak ima lokalni fokus, u kojoj meri se pojavljuju lokalni akteri i koliko su zastupljeni tekstovi koji se bave pitanjima demokratije, ljudskih prava ili izgradnje mira.

S urednicima analiziranih medija urađeni su dubinski intervjui. Vodič za intervjue je podeljen na tri teme: opšte karakteristike medija, stavovi prema ulozi lokalnih medija u demokratiji, ljudskim pravima i izgradnji mira, i na kraju, uočeni uticaji i pritisci na novinarski rad u lokalnim medijima.

3. Kontekst medija

Istraživanjem je obuhvaćeno pet lokalnih medija u Srbiji: Radio 021, Ozon press, Boom 93, Radio 100 plus i Južne vesti.

1. **Portal 021.rs** je deo Radio-difuznog preduzeća „021“ d.o.o. iz Novog Sada koje je osnovano 1997. godine i u svom sastavu ima Radio 021 i Portal 021, ali i ugostiteljski objekat „Radio café“ i internet prodavnicu „ShopiNS“. Vlasničku strukturu preduzeća čini dvanaest lica, od kojih jedan većinski vlasnik poseduje 74%. Osnovni izvori finansiranja su prodaja i oglašavanje, a dodatni konkursno sufinansiranje i nemedijske delatnosti, poput ugostiteljstva i onlajn prodaje. Preduzeće ima 17 zaposlenih na poslovima u direktnoj vezi s medijskom proizvodnjom.
2. **Ozonpress.net** je deo preduzeća „Ozon Media“ iz Čačka, koje čine tri medija: Radio Ozon FM, Čačanske novine i portal Ozonpress.net. Preduzeće je osnovano 1996. godine kada je sa radom počeo Radio Ozon, dok je portal Ozonpress.net pokrenut 2012. godine. Ovo medijsko preduzeće je u privatnom vlasništvu i ima 11 zaposlenih. Osnovni izvori finansiranja su konkursno sufinansiranje i donacije, dok 20% budžeta potiče od oglašavanja.
3. **Boom 93** je osnovan 1992. godine u Požarevcu kao radio stanica, ali je već 1997. godine pokrenut i medijski portal. U izveštavanju pokrivaju Braničevski i Podunavski okrug. Glavni i odgovorni urednik je ujedno i stoprocentni vlasnik i direktor medija, a uz njega postoji još sedmoro stalno zaposlenih i četvero honorarno angažovanih novinara. Izvori finansiranja su višestruki: konkursno sufinansiranje, donacije i dodatne delatnosti kao što su ugostiteljstvo, onlajn prodaja i organizovanje događaja.
4. **Radio 100 plus** je osnovan 2003. kao jedina radijska stanica u Sandžaku sa dozvolom za regionalnu zonu pokrivanja. Deo je privatne novinske agencije „Beta“. Portal je nastao i održava se kroz projekat finansiran od Vlade UK. Integrisana redakcija ima šestoro zaposlenih i dominantni izvor prihoda je konkursno sufinansiranje (70%), dok 30% budžeta dolazi iz oglašavanja.
5. **Južne vesti** su osnovane 2009. godine kao regionalni onlajn medij koji pokriva južnu i jugoistočnu Srbiju. Osnivač je IT firma „Simplisiti“, a finansira se iz oglašavanja (20%) i projekata i donacija, ali ne učestvuje na konkursima za projektno sufinansiranje. U ovom mediju je zaposleno dvoje urednika i četvero novinara u sedištu redakcije u Nišu, kao i jedan urednik i četvero novinara u dopisništvu.

4. Rezultati analize sadržaja

Analiza sadržaja pet lokalnih medija u Srbiji pokazala je dominaciju faktografskih žanrova, pri čemu 27% čine vest i vest s bekgraundom, dok 62% čine složeniji izveštaji, članci i reportaže. Dobri pokazatelji uočeni u analiziranom uzorku jesu da nije zabeležen nijedan senzacionalistički (klikbejt) naslov, dok je u gotovo polovini svih sadržaja prisutna potpuna identifikacija autora. U 14,2% tekstova u kojima je autor potpisan inicijalima ili je kao autor identifikovan sam medij, dominantno se radi o obrađenim saopštenjima u kojima je bilo prisutno vrlo malo novinarske intervencije. Samo je u jednom mediju primećena drugačija praksa, gde su od ukupno posmatranog uzorka autori bili identifikovani isključivo u slučajevima autorskih komentara i tekstova preuzetih iz drugih medija.

Dve trećine analiziranog sadržaja ima lokalni fokus, a najviše su bile zastupljene teme iz domena lokalne politike, odnosno odluke na lokalnom nivou, servisne informacije i rad lokalnih funkcionera.

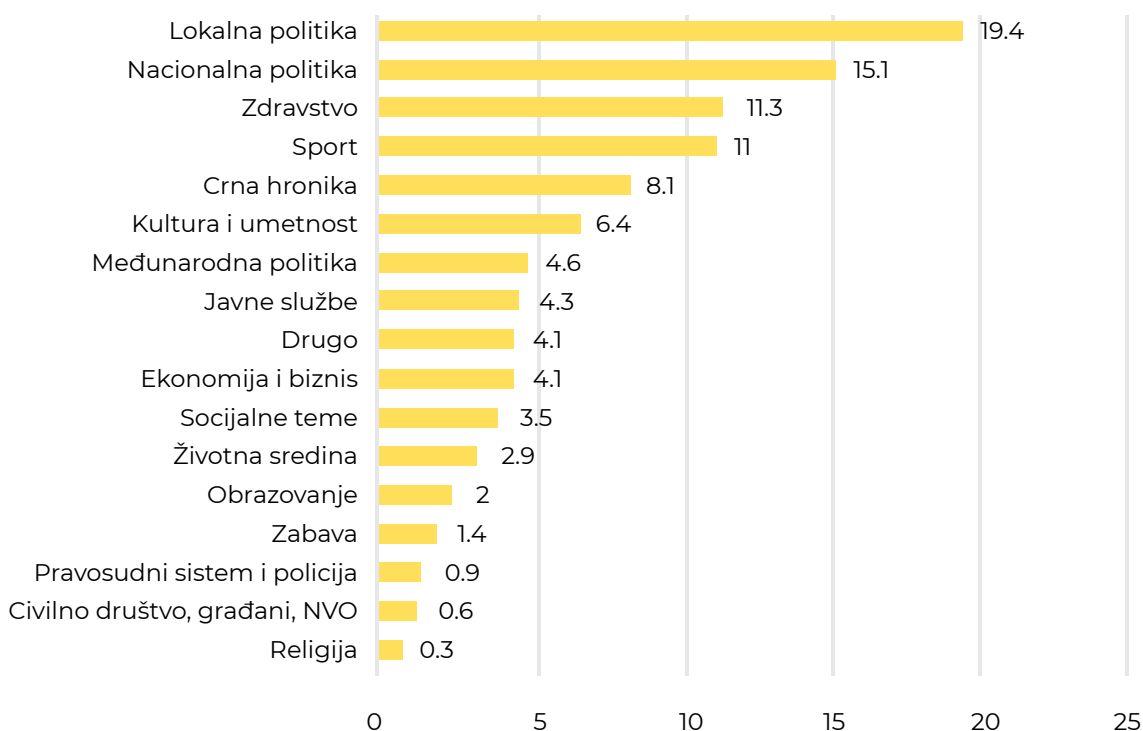
Među ostalim temama, izdvojili su se i sadržaji iz domena nacionalne politike, što se može objasniti blizinom parlamentarnih i predsedničkih izbora. Ovde je, međutim, uočena pozitivna težnja pojedinih medija da vestima u vezi sa strankama i koalicijama koje su se kandidovale na parlamentarnim izborima daju i lokalni fokus, isticanjem informacije o kandidatima s lokalnog nivoa.

Visok udeo sadržaja iz oblasti zdravstva može se objasniti pandemijskom situacijom, dok visok udeo sporta ne odražava faktičko stanje, imajući u vidu da je u slučaju jednog medija primećeno značajno više tema iz sporta u odnosu na ostatak uzorka.

Među najzastupljenijim temama izdvojila se i takozvana crna hronika, odnosno direktno prenošenje policijskih saopštenja o nesrećama, nezgodama, krađama i drugim kriminalnim radnjama, koja nisu praćena eventualnim izjavama očevidaca, analizom fenomena ili drugih oblika medijske inicijative.

Izveštavanje o demokratiji i ljudskim pravima u svim medijima je na zanemarljivo niskom postotku. U celokupnom uzorku, ove teme čine svega šest odsto, odnosno svega 20 od 350 analiziranih tekstova, pri čemu se u najvećem broju slučajeva ponovo ne radi o medijskoj inicijativi, već praćenju aktuelnosti.

Tabela 1: Grafički prikaz zastupljenosti tema u analiziranom uzorku

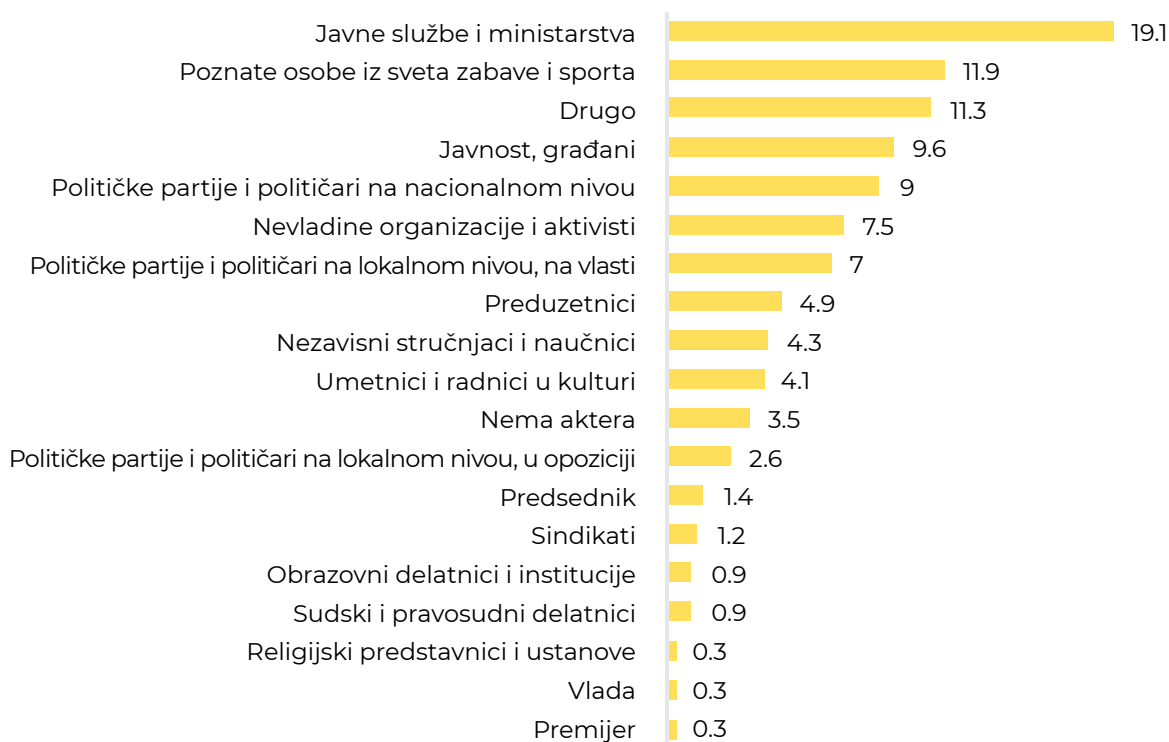


Prilikom identifikacije aktera, uočen je veliki disbalans u rodnoj zastupljenosti. Naime, gotovo polovinu aktera čine muškarci (48%), dok žene čine svega 14%. Ovaj podatak je, međutim, u potpunosti u korelaciji s tipom aktera. Najčešći akteri su državni i lokalni funkcioneri i donosioci odluka, a imajući u vidu da na pozicijama donosilaca odluka u Srbiji dominiraju muškarci, disbalans je bio očekivan i u rodnoj identifikaciji aktera.

Rezultati pokazuju i malu zastupljenost opozicionih političara, koji su uglavnom zabeleženi na nacionalnom nivou, dok su na lokalnom gotovo u potpunosti nevidljivi. Opozicionu ulogu na lokalnu najčešće preuzimaju aktivisti i nevladine organizacije, te građani koji u malom udelu govore o problemima s kojima se suočavaju.

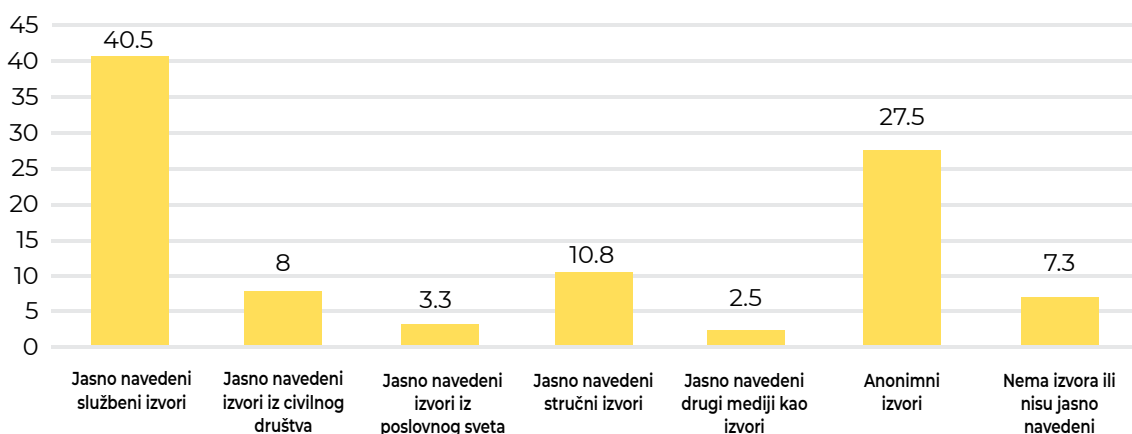
S druge strane, najzastupljeniji akteri su javne ustanove, službe i ministarstva, pri čemu su često u pitanju kolektivni, a ne individualni akteri. Visok udeo sportskih ličnosti proizlazi iz činjenice da je u jednom posmatranom mediju uočena dominacija sportskih tema, dok su u kategoriji drugi najčešće beleženi predstavnici zdravstvenih institucija i medicinski radnici uopšte, što korespondira s visokim udelom tema o zdravstvu u uslovima epidemije korona virusa.

Tabela 2: Grafički prikaz zastupljenosti aktera u analiziranom uzorku



U posmatranom uzorku uočeno je i to da mediji u svom izveštavanju najčešće koriste jedan izvor, i to u 40,5% slučajeva zvaničan, službeni izvor. To potvrđuje i uočen visok broj tekstova u kojima mediji prenose najvažnije informacije iz nekog zvaničnog dokumenta, primera radi – odluke o javnim nabavkama ili strateški dokument koji je usvojila neka lokalna institucija. U takvim slučajevima nije zabeležen slučaj dalje analize iznetih informacija, što bi obogatilo sadržaj i izvorima i akterima i analitičkom perspektivom.

Tabela 3: Grafički prikaz zastupljenosti izvora u analiziranom uzorku



5. Rezultati dubinskih intervjua

Ključni nalazi intervjua potvrđuju ranija medijska istraživanja koja kao najveći problem u funkcionisanju lokalnih medija identifikuju finansijske izazove, posebno netransparentnost finansiranja iz javnih izvora.

Kako navode sagovornici, fizičke napade i pretnje s kojima su se ranije suočavali, sada su dominantno zamenili ekonomski pritisci kao osnovni oblik pritiska na uređivačku politiku.

Ranije smo imali sijaset tužbi od strane Velimira Ilića koji je bio gradonačelnik, pa posle ministar. Imali smo i pretnje, vrlo često, da ćemo biti izudarani, pretučeni, ubijeni. Toga poslednjih godina nema. Sada je jedino ekonomski pritisak. Brojni su privrednici koji ne žele da se oglašavaju, neki od njih i danas nam daju pare da nam pomognu, ali da ih ne pominjemo, da ih ne oglašavamo. Boje se da će im odmah doći inspekcija.

Bilo je i fizičkih ataka, nama su bacali molotovljeve koktele na predajnike, sekli kablove, svašta nešto, ali to je stalo pre deset godina. Sad to ide na finjaka, zavrtnjem finansijskih izvora i sudskim tužbama.

Više urednika govori o tome da je najveći problem danas, pored diskriminacije na tržištu oglašavanja, diskriminacija na konkursnom sufinansiranju, posebno imajući u vidu to da je upravo konkursno sufinansiranje viđeno kao jedan od osnovnih oblika finansiranja.

Iz budžeta dobijamo crkavicu, ove godine smo dobili 400.000 dinara, a tražili smo 1,5 miliona, a na raspodeli je bilo 48 miliona. Devedeset odsto je otišlo televiziji koja je pod kontrolom opštine, odnosno SDP. Konkursi su se pretvorili u partijsko sufinansiranje režimskih medija. Nama daju tek da ne možemo da kažemo da nismo dobili, jer smo mi ovde drastično najčitaniji portal.

Pre tri godine susedna Raška je raspisala konkurs za medije, poslanik SNS je otišao kod predsednika opštine i rekao: „Ovima nema.“

Samo jedan od pet intervjuisanih urednika navodi da su zbog neregularnosti konkursnog sufinansiranja u potpunosti odustali od tog oblika finansiranja i okrenuli se dominantno međunarodnim fondovima.

U pokušaju da nadomeste finansijske deficite, urednici navode i druge metode: donacije građana, pretplatu, udruživanje s drugim srodnim medijima, a dva medija kao dobra iskustva navode i pokretanje drugih delatnosti u okviru istog preduzeća.

„Radio kafe“ nam je jedan značajan izvor prihoda, a poslednjih godinu dana smo pokrenuli i onlajn prodavnicu ShopiNS, što je takođe biznis koji nema mnogo veze s medijima, ali mi koristimo medij kako bismo taj biznis učinili vidljivim, a ideja negde i jeste da ljudi kupujući proizvode u ShopiNS-u zapravo podrže ono čime se mi primarno bavimo, a to je informisanje.

Drugi nalaz ukazuje na kadrovske deficite, koji dominantno proizlaze iz ekonomske nestabilnosti. Jedna sagovornica je to definisala na sledeći način: „Da imamo sto ljudi, svako bi imao šta da

radi.“ Ovaj deficit je vidljiv i u rezultatima analize sadržaja koji ukazuju na upotrebu malog broja izvora, nedostatak medijske inicijative i složenijih novinarskih žanrova.

S druge strane, u pogledu stavova prema ulozi lokalnih medija u izgradnji demokratskog društva, primećena je jasna identifikacija s idejom i načelima javnih medijskih servisa, kao idealom izveštavanja u javnom interesu, nasuprot komercijalnim i političkim interesima.

Ružno je reći, ali mi smo jedini medij koji mnogi doživljavaju kao neki javni servis i obraćaju se nama i mnogo je veliki pritisak na redakciju, mnogo je tema za istraživanje.

Jedna NVO radila je istraživanje kojim portalima ljudi veruju i šta čitaju i mi smo na prvom mestu, ubedljivo. Nemamo veliki broj poseta, to može da bude 18.000 jedinstvenih posetilaca, 30.000 poseta i 50.000 čitanja, ali uticaj na javnost je vrlo velik. Kada se desi nešto bitno, ljudi čekaju da vide šta ćemo mi da kažemo.

Jedan urednik je posebno istakao ulogu svog medija u izgradnji demokratskih procesa na lokalnu, dok drugi naročito ističe važnost odnosa poverenja koji su izgradili s publikom u momentima kada nastupe krizne ili vanredne situacije. Upravo su čvršće veze s publikom jedna od osnovnih težnji koju svi urednici ističu kao svoj prioritet. Prostor za unapređenje tog odnosa vide u pregovaranju o zajedničkoj definiciji javnog interesa.

Naš cilj je da budemo bliski sa našom publikom. Devedeset odsto našeg sadržaja se odnosi na ono što nam jave građani. Ta komunikacija je izuzetno razvijena kroz aplikaciju koju imamo „Prijavi problem“, imejlove i lične kontakte.

Ako imamo često upit od građana da im rešimo neki problem, to pokazuje naš uticaj. Auditorijum je postao svestan da kada mi upremo prstom u neki problem, često komunalni, sutra dolaze i to reše.

6. Zaključak

Analiza pet lokalnih medija u Srbiji ukazala je na pozitivan aspekt koji svedoči o tome da su lokalni mediji svesni značaja uloge medija u izgradnji demokratije, te da u autorefektivnim osvrtima upravo sebe prezentuju kao čuvare pluralizma i branitelje javnog interesa. Dodatno, analizom sadržaja koje objavljuju, uočeno je i da teže tome da izveštavaju o lokalnim temama koje su u javnom interesu i mogu da imaju efekte na živote građana u tim sredinama.

Međutim, analiza sadržaja pokazuje i da se u izveštavanju pre svega oslanjaju na službene izvore, dok „glas naroda“ i dublja analiza pojava i fenomena uglavnom izostaju. Takav nalaz korespondira i s odgovorima u intervjuima u kojima urednici kao jedan od osnovnih problema u funkcionisanju apostrofiraju upravo ograničenja u pogledu resursa – prvo finansijskih, a posledično i ljudskih. Tako je još jednom potvrđeno da je stabilno i nezavisno finansiranje osnovni preduslov za postojanje profesionalnog izveštavanja orijentisanog ka javnom interesu.

7. Preporuke

Na osnovu rezultata ove studije i komentara medijskih stručnjaka (Sabina Mihelj i Vaclav Štetka), kao i razgovora sa lokalnim novinarima, možemo predložiti neke preporuke za lokalne medije u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj, Srbiji i Sloveniji. Želimo da istaknemo da većina problema proističe iz nedostatka finansijskih i drugih sredstava i političkih pritisaka sa kojima su suočeni lokalni mediji. Ovo, naravno, zahteva ili više sistemskih političkih promena, ili razvoj medijskih politika ili modela javnog finansiranja lokalnih medija sa garancijama za autonomiju medija. Međutim, neki uvidi iz studije mogu biti od pomoći za novinarsku praksu.

■ Veći fokus na raznolikost aktera

Studija je pokazala da postoji veća zastupljenost određenih aktera u vestima u lokalnim medijima (npr. muškarci ili političari na vlasti). Više prostora bi se moglo dati akterima sa različitim identitetima. Na primer, u analizi je utvrđeno da su žene, političari u opoziciji, sindikati i kulturni radnici bili nedovoljno zastupljeni.

■ Korišćenje više izvora za priču

Studija je pokazala da postoji nedostatak raznolikosti u izvorima koji se koriste za vesti u lokalnim medijima. Ovo se može objasniti nedostatkom osoblja u redakcijama, nepouzdanim izvorima i političkim pritiscima koji mnoge izvore čine nedostupnima. Međutim, veći naglasak bi se mogao staviti na potvrđivanje izvora koji bi mogli biti nepouzdati, ili na pružanje više informacija o kontekstu i analizi kada je dostupan samo jedan izvor.

■ Veća podrška originalnoj novinarskoj inicijativi za istraživanje lokalnih pitanja

Nedostatak resursa je verovatno razlog za nedostatak originalne medijske inicijative u istraživanju različitih lokalnih pitanja i zbog toga je većina sadržaja o aktuelnim događajima. Međutim, veća podrška bi trebalo da bude usmerena na promovisanje originalne novinarske inicijative i dublje istraživanje priča važnih za lokalnu zajednicu.

■ Potencijal za korišćenje društvenih mreža ili aplikacija za povezivanje sa publikom i građanima

Neki mediji iz analize koriste društvene mreže ili su razvili aplikacije za povezivanje sa građanima i publikom. Iako postoji i rizik oslanjanja na društvene meže, što je važno naglasiti (npr. pritisak da se pribegne klikbejt sadržaju), lokalni mediji bi takođe mogli da smisle strategije za korišćenje društvenih mreža ili određene inovacije za izgradnju poverenja i povezivanje sa publikom.

■ Diverzifikacija izvora finansiranja

Problem koji se pojavio u studiji odnosi se na ranjivost lokalnih medija na spoljne uticaje i promene, kao što je pandemija Covid-19, zbog nedostatka raznolikosti u izvorima finansiranja. Iako je u nekim slučajevima ekonomska održivost lokalnih medija teška čak i uz raznovrsnost izvora finansiranja, oni mediji koji imaju priliku mogli bi da razmotre traženje i razvoj alternativnih izvora finansiranja.

- Bolja saradnja sa profesionalnim novinarskim asocijacijama (udruženjima)

Čini se da je većina lokalnih medija iz studije imala pozitivnu saradnju sa profesionalnim novinarskim udruženjima. Međutim, profesionalna udruženja bi mogla više ulagati u povezivanje sa različitim medijima i privlačenje većeg broja novinara da postanu članovi i uživaju pogodnosti članstva u smislu profesionalne i pravne podrške, obrazovanja ili obuka. U pojedinim intervjuima bilo je jasno da deo novinara lokalnih medija nije svestan uloge i koristi profesionalnih udruženja. Stoga bi profesionalna novinarska udruženja trebalo više da ulažu u promociju svojih aktivnosti i privlačenje većeg broja članova, posebno mlađih generacija.

- Bliža saradnja sa drugim predstavnicima lokalnih medija i novinarima, širom regiona

Ono što je proizašlo iz ovog projekta i diskusija na radionicama jeste da lokalni mediji u regionu dele mnogo sličnih problema, pa bi stoga mogli imati koristi od bliže saradnje, umrežavanja i razmene iskustava sa kolegama iz drugih lokalnih medija. U ovakvoj bližoj saradnji postoji i mogućnost širih pritisaka na medijsku politiku i zakonodavstvo.

- Zalaganje za transparentne modele javnog finansiranja lokalnih medija

Problem netransparentnog javnog finansiranja lokalnih medija pojavio se u mnogim intervjuima u ovoj studiji. Bilo bi važno da profesionalna novinarska udruženja i lokalni mediji stave ovu temu na dnevni red i da se zalažu za transparentne modele finansiranja lokalnih medija. U nekim zemljama ima više prostora za takvo zagovaranje, a postoji i mogućnost regionalne saradnje u razvoju održivih modela javnog finansiranja lokalnih medija sa garancijama medijske autonomije.

- Veći monitoring lokalnog medijskog tržišta

Ova studija je pokazala da postoji nedostatak praćenja lokalnog medijskog tržišta. Možda bi se uz veću saradnju između regulatornih agencija, profesionalnih udruženja, lokalnih medija i akademske zajednice, veći naglasak mogao staviti na praćenje strukture lokalnog medijskog tržišta, što bi lokalne medije moglo učiniti odgovornijim, identifikovati rizike za održivost medija i medijsku autonomiju, i obezbediti znanje i strategije za održive i autonomne lokalne medije.