

МИРКО МИЛЕТИЋ*
Факултет за културу и медије
Београд

УДК 316.77(497.11)
Оригиналан научни рад
Примљен: 23.12.2016
Одобрен: 25.01.2017
Страна: 239-249

ДЕКОНСТРУКЦИЈА МЕДИЈСКОГ СИСТЕМА У СРБИЈИ**

Сажетак: У раду је анализирано функционисање медијског система у Србији током 2016. године које је засновано на примени нових медијских закона. Анализа је обухватила ефекте приватизације медијских организација у јавном власништву, праксу и последице суфинасирање приватизованих и приватних медијских организација буџетским средствима, функционисање јавних медијских сервиса и медијских организација чији власнички статус још није решен. У оквиру изнетих емпиријских индикатора изведен је закључак да је медијски систем деконструисан до његове потпуне инструментализације од олигархијски спрегнутих политичких субјеката и интересних група капитала. Механизми контроле засновани су на индиректним видовима цензуре и самоцензури, облицима контроле јавног комуницирања који онемогућавају успостављање демократске јавну сфере у Србији. Крајњи резултат је доминација хегемонске неолибералистичке идеологије у медијским садржајима.

Кључне речи: медијски систем, медијски закони, медијска организација, јавни интерес, пројектно суфинансирање, цензура, јавна сфера, деконструкција

Увод

Минула 2016. година била је прва у којој су постали белодани резултати примене нових медијских закона, који представљају формално-правни оквир функционисања медијског система Србије. Реч је о: *Закону о јавном информисању и медијима*, *Закону о електронским медијима* и *Закону о јавни медијским сервисима*¹, усвојеним у Народној скупштини Републике Србије крајем лета 2014. Њима је омогућен други покушај реформе медијског система у складу са „европским стандардима”. Као и први, изведен у периоду од 2002. до 2012. године, неславно је завршен. Првенствено из угла остваривања основног циља обе реформе: стварања слободне и демократске јавне сфере у медијском ком-

* nettler@ptt.rs

** Рад је реализован у оквиру истраживачког пројекта МПНТР бр. 47004.

плексу, пропусне за различите мњеске струје које одсликавају сложеност структуре српског друштва у погледу јавног артикулација интереса свих релевантних друштвених група, слојева и класа.

Све што се дешавало у протеклој години указује да је медијски систем, овим другим покушајем реформисања, деконструисан до нивоа његове потпуне инструментализације од два најважнија агенса медијског система у чврстој олигархијској спрези – владајућих политичких субјеката и интересних група капитала. Тврдњу је могуће аргументовати емпиријским чињеницама у сваком динамичком аспекту функционисања медијског система.

Од лошег ка горем

Први циљ реформе био је приватизација медијских организација у јавном власништу на либералном постулату теорије и праксе разумевања односа државе и медијских организација – нема слободе јавног комуницирања посредованог масовним медијима ако су оне својински и финансијски под контролом државе.

Својинско развлашћивање државе извршено је (види: Милетић, 2015) тако што су медијске организације у највећем броју продате приватним власницима (33); у нешто мањем обиму погашене јер нису имале куп(а)ца (28); и у најмањем броју (12) тако што су власници, решењем о преносу капитала, постали запослени у њима¹.

Међутим, каквом-таквом приватизацијом медијских организација, држава није себе и финансијски развластала, јер је уведен модел њиховог тзв. пројектног суфинансирања. Реч је о законској обавези да се на свим нивоима организовања државе у Србији, од Републике до локалних самоуправа, расписују конкурси током сваке календарске године ради финансирања пројекта који подстичу производњу медијских садржаја од јавног интереса.²

Тиме је директна власничка контрола замењена индиректном финансијском контролом медијских организација у приватном власништву. Наиме, број медијских организација у Србији, националног, покрајинског и локалног значаја далеко надмашује потенцијале медијског тржишта, односно могућег броја оглашивача који могу да обезбеде њихов опстанак у медијском систему као, уосталом, и стварне потребе грађана да буду истинито, објективно, правовремено и потпуно информисани о свим питањима преображеним у проблем од јавног интереса.³ Будући да на медијском тржишту нема новца не само за

¹ Према подацима објављеним на сајту Удружења новинара Србије: <http://www.uns.org.rs/sr/desk/Privatizacija.html>; приступљено 27.12.2016.

² Чланови 17 – 26. Закона о јавном информисању и медијима, „Службени гласник РС”, бр. 83/2014.

³ У Регистру медија Агенције за привредне регистре на крају 2016. године било је уписано: 826 дневних и периодичних новина, 297 радио-програма, 190 телевизијских програма, 272 интернет портала, 36 уређивачки обликованих интернет страница, као и 23 сервиса новинских агенција. (<http://uns.org.rs/desk/UNS-news/43286/u-srbiji-400-medija-vise-nego-prosle-godine.html>; приступљено 29.12.2016.)

успешно функционисање, него и опстанак свих постојећих медијских организација у приватном власништву⁴, буџетска средства, која се добијају за суфинансирање пројеката, и даље су остала сламка спаса за све њих и најважнији механизам којим држава, односно политички субјекти на власти, финансијски контролишу уређивачке политике приватних и приватизованих медијских организација, јер „сиромашно медијско тржиште и све тањи буџети за оглашавање додатно су усмерили медије ка буџетском финансирању” (Јакоби, ур. 2016: 5). То чине на два начина: опредељивањем величине средстава у буџетима за суфинансирање пројеката од јавног интереса и волунтарситичким одлукама којим ће медијским организација бити додељена средства. У првом случају, буџетска средства се планирају у знатно мањем обиму од броја медијских организација које их очекују или се, чак, и не предвиђају у буџетским расходима. Али, и када су предвиђена, у другом случају она одлазе у медијске организације одлуком руководиоца државног органа који је расписао конкурс, државног функционера, чиновника који је под директном политичком контролом скупштинске већине. Истина, на предлог стручне комисије, коју предвиђа *Закон о јавном информисању и медијима* али, осим тога што се такве комисије, у највећем броју, формирају по мери скупштинске већине, чак и када је обезбеђена њихова компетентност, последњу реч има државни орган.

Када је реч о средствима која се планирају у буџетима, она су по правилу испод, не очекивања, него потреба медијских организација да њима допуне приходе остварене на тржишту. Захтев Удружења новинара Србије да у буџетима буде опредељено минимално два одсто средстава остао је само то – захтев. Нити на једном нивоу државног организовања, од Републике до сваке појединачне општине она не износе више од један одсто.

Мада процентуално недовољна, средства опредељена у буџетима нису мала у апсолутном износу, посебно када се њима фаворизују одређене медијске организације. Последњи пример је конкурс за пројектно суфинансирање у Београду, који се може узети као својеврсна студија случаја која омогућава повезивање теоријских концепата и емпиријских чињеница, будући да студије случаја „пружају прилику за повезивање факата и концепата, стварности и хипотеза” (Wieviorka, 1992: 160). Тим пре што је конкурс у главном граду, поређен са бројним мањим и малим локалним самоуправама, под будним оком јавности, потпуно видљив, као и његови резултати објављени у децембру 2016. године. А резултати су такви да је Удружење новинара Србије реаговало саопштењем „Град Београд потпуно обесмислио медијски конкурс”, тврдећи да: „Уместо да овим конкурсом заштите и унапреде јавни интерес у јавном информисању, београдске власти шаљу поруку да се плаше слободног извештавања у интересу свих грађана”⁵. У вези са претходним запажњима о члановима стручне комисије и надлежним функционерима за реализацију конкурса, значајно је напоменути да у овој комисији, коју је именовала директорка град-

⁴ Од 2008. до 2014. године средства која су уложена у оглашавања смањена су за четвртину, са 206 на 156 милиона евра (Јакоби, ур. 2016: 6)

⁵ <http://uns.org.rs/saopstenja/43122/uns-grad-beograd-ponovo-obesmislio-medijski-konkurs.html>; приступљено 27.12.2016.

ске информативне службе, нису били представници репрезентативних новинарских удружења (УНС и НУНС).

Други илустративан пример је Јагодина. Конкурс за 2015. годину није ни расписан, а у 2016. години конкурс није био у складу са прописима јер је право учешћа било ограничено само на медије који су располагали техничким и кадровским капацитетима на територији Града Јагодине. Ипак, било је 11 пријава, али је сав новац – 7, 2 милиона, добила једна медијска организација – РТВ Коперникус Јагодина. Реч је о приватизованом Јавном предузећу „Нови пут” (регионални радио-програм и недељне новине и општински телевизијски програм), за које је Скупштина општине Јагодина до краја 2014. године издвајала 50 милиона динара, а онда је у приватизацији ово предузеће, са 80% мање запослених, постало власништво и део медијске компаније „Коперникус” (*KCN – Kopernikus Cable Network*) из Ниша.⁶

На тај начин, егзистенцијалном финансијском зависношћу од буџетских, дакле средстава из јавних прихода, њиховим (не)давањем контролишу се готово све приватне и приватизоване медијске организације у Србији локалног, регионалног, покрајинског и републичког значаја, независно од тога да ли је реч о новинским, радијским и телевизијским предузећима или информативним агенцијама и „издавачима медија” у електронском формату коришћењем интернета.

Од горег ка још горем

Остварена дерегулација, сведена искључиво на власничко, не и финансијско развлашћивање државе, није, међутим, захватила мањи али много значајнији део медијског комплекса, који има највећи утицај на грађане у улози припадника масовне публице, анонимних рецепијената медијских садржаја.

Реч је о Радио-телевизији Србије, Радио-телевизији Војводине, „Политици” АД, „Политици новине и магазини”, Компанији „Новости” и, на специфичан начин, информативној агенцији ТАНЈУГ.

Замишљене као јавни медијски сервиси „у служби грађана”, сада већ давне 2002. године, са доношењем *Закона о радиодифузији*, Радио-телевизија Србије и Радио-телевизија Војводине то никада нису постале, независно од свакодневне самопромоције слоганима који су, често, били импрегнирани интенцијама усклађеним са интересима владајућих политичких субјеката (види: Милетић, 2014а).

*Законом о јавним медијским сервисима*⁷ предвиђено је, наиме, да се ове две медијске организације финансирају из таксе коју плаћају физичка и правна лица, „корисници мерила електричне енергије”, која не може бити већа од 500 динара. Такса као основни извор финансирања требало је да буде уведена 1.

⁶ <http://www.sinos.rs/srpski/vesti/2/2016/05/02/2516/izvestaj-o-projektom-sufinansiranju-medijskih-sadrzaja-od-javnog-znacaja-u-srbiji.html>; приступљено 27.12.2016.

⁷ „Службени гласник РС”, бр. 83/2014.

јанура 2016. године, што је и учињено, али у износу од 150 динара. Додатана средства у износу од 4 милијарде динара (3,1 за РТС и 0,9 за РТВ) обезбеђена су у републичком буџету, са образложењем да су грађани, привреда и друштво у целини у незавидном материјалном положају, а од овог хибридног решења и истог износа није се одустало ни у текућој 2017. и идућој 2018. години, изменама поменутог закона на самом измаку 2016⁸. Дакле, држава није себе финансијски развластала ни у случају „јавних медијских сервиса” и тако је и њих задржала под контролом владајућих политичких субјеката, што свака квантитативна и квалитативна анализа њихове заступљености у информативно-политичким емисијама показује и доказује.⁹ Проблем је у томе што директна финансијска зависност РТС и РТВ од средства из државног буџета ове две медијске организације делегитимише, и у формалном и у суштинском смислу, као јавне сервисе „у служби грађана”.

Додатни механизми (ин)директне контроле јесу Управни одбор и Програмски савет РТС-а, као и Савет Регулаторног тела за електронске медије. Наиме, РТС је завршио прошлу годину са непотпуним Управним одбором, уместо 9 било је само 7 чланова. Управни одбор треба да изабере, по новом *Закону о јавним медијским сервисима*, 15 нових чланова Програмског савета, јер је претходном од 19 чланова одавно истекао мандат. Ништа се, међутим, не може урадити с обзиром да је и Савет Регулатора током 2016. радио без трећине од 9 чланова, а годину је, такође, завршио у непотпуном саставу и без – председника. Само на први поглед реч је процедуралним техникалијама. Суштински, у току је процес прекомпоновања Савета Регулатора, који ће редефинисати Управни одбор РТС а овај, по слову новог закона, изабрати 15 нових чланова Програмског савета међу 30 кандидата, такође одавно предложених у Скупштини Србије. Дакле, национални јавни медијски сервис треба увести у ред медијских организација чију је агенду медијских садржаја – личности, догађаја, појава, норми и вредносних оријентација (McCombs & Shaw, 1972: 159-172) – у најважнијим информативним емисијама могуће унапред, барем „минут-два” раније, претпоставити.

И најзначајније новинске компаније још су потпуно зависне од политичких фактора, како у погледу текућег пословања, тако и погледу могућег коначног решења њихове судбине у медијском систему Србије.

Акционарско друштво „Политика” је у већинском власништву државе и организација које је основала. Таква „Политика” АД је власник једне половине „Политике новина и магазина”, док се власник друге половине, у мутним тран-

⁸ „Радио-телевизија Србије и Радио-телевизија Војводине финансираће се у наредне две године и из државног буџета и од таксе од 150 динара, утврђено је изменама закона које је данас усвојила Скупштина Србије. (...) За финансирање јавних медијских сервиса предвиђено је годишње четири милијарде динара.”

(<http://www.blic.rs/vesti/drustvo/tv-pretplata-i-naredne-dve-godine-150-dinara/kp7ztss>; приступљено 28.12.2016.)

⁹ Види: Валић Недељковић, Дубравка – *Јавни сервиси (ни)су у служби грађана*

(<http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2015/10/JAVNI-SERVISI-NISU-U-SLU%20C5%BDBI-GRA%20C4%90ANA.pdf>; приступљено 28.12.2016.)

сакцијама од 2012. године, после повлачења немачког ВАЦ-а – изгубио или „изгубио”. Било како било, „најстарије дневне новине на Балкану” – „Политика”, остале су под чврстом контролом политике, са потпуном неизвесношћу када ће бити решен проблем њиховог својинског титулара.¹⁰

Слична ситуација је и у Компанији „Новости”. Овде је структура власништва јаснија – трећина „Новости” је у власништву државе, а две трећине припадају фирмама једног од најекспониранијих представника већ уобличене капиталистичке класе у Србији коме је, међутим, у сталном прекомпоновању олигархијске спреге политике и интересних група капитала онемогућено да располаже „својим” власништвом, па у том медијском интересном органу управљања, тиме и менаџерски и уредничке тимове контролишу владајући политички субјекти.¹¹

Како? Новцем из буџета видљивим државним оглашавањем и „невидљивим” парам оглашивача блиских власти, што је услов опстанка и „Политике” и „Вечерњих новости” на тржишту дневних новина у Србији, које се мери једва половином милиона продатих примерка свих дневника, међу којима су најтиражнији таблоиди.

Посебан случај у последњем покушају реформе медијског система Србије представља информативна агенција ТАНЈУГ. Стратешко опредељење власти да коначно медијски систем уподоби „европским вредностима”, а то значи да од почетка 2016. године све медијске организације, осим РТС и РТВ, буду у приватном власништву, резултирало је у случају ТАНЈУГ-а опсенарском статусом – не постоји али функционише. Ова агенција формално је одлуком Владе укинута 31. октобра 2015. године на основу Закона о јавном информисању и медијима. Међутим, није избрисана из регистра АПР и до данас емитује своје информативне сервисе. Ако се зна да је пре укудања шездесет одсто прихода

¹⁰ „Политику” АД Влада Србије је прогласила предузећем од стратешког значаја које ће бити приватизовано изван оквира Закона о јавном информисању и медијима. Реч је о компанији у мешовитом власништву. Највећи акционари су Република Србија, Акционарски фонд, ЕПС, ПИО фонд Републике Србије, Комерцијална банка, АИК банка, итд. У поседу малих акционара се налази нешто више од 20% власништва, тако да је ова компанија, практично, под државном контролом. Године 2002. ова компанија основала је са немачким ВАЦ-ом (WAZ – Westdeutsche Allgemeine Zeitung) нову – „Политика новине и магазини”, која објављује дневне новине „Политику” и „Спортски журнал”, са структуром власништва пола-пола. Међутим, деценију касније ВАЦ продаје, данас се испоставља, не зна се коме свој удео, тако да приватизација „Политике” АД, као предузећа од стратешког значаја за Србију, подразумева претходно разрешење енигме – ко је другу власник компаније „Политика новине и ма газини”? До тада ће и „Политика” АД (непосредно) и „Политика новине и магазини” (посредно) бити под контролом државе. (Милетић, 2015: 319-320)

¹¹ Две трећине власништва је у рукама приватног капитала (две аустријске компаније – *Trimax investments* /24,99 одсто/ и *Ardos holding* /24,90 одсто/, и једне кипарске компаније – *Karamat* /12,55 одсто/21), а преостала трећина припада држави (30 одсто Република Србија, 7 одсто Фонд ПИО). Но, због тога што приватни власник није искористио право прече куповине, „Новости” (укључујући дневник „Вечерње новости” и све периодичне новине које ова компанија објављује) стављене су под пуну контролу државе односно владајућих политичких субјеката, који имају већину у органу управљања. Од јуна 2011. године, наиме, Влада Србије управља „Новостима”, именујући петочлани Надзорни одбор, који поставља генералног директора и главног и одговорног уредника и, индиректно, утиче на формирање менаџерског и уредничког тима. (Исто: 320)

добила уз републичког буџета, поставља се питање како, са преполовљеним бројем запослених, успева да се одржи на медијском тржишту, са конкуренцијом две подједнако велике агенције у приватном власништву (Бета и ФоНет). Бројна објашњења не могу потиснути у страну логичну претпоставку да су за функционисање ТАНЈУГ-а успостављени механизми финансирања које контролише држава, прецизније – владајући политички субјекти.

Од још горег ка најгорем

Претходна скица актуелних промена у медијском систему Србије представља само премису за расправу о слободи јавног комуницирања, посредовањом масовним медијима. Наиме, од последњих избора стално је у фокусу расправе стручњака и интересовања грађана питање – да ли у Србији има или нема цензуре? Или другачије, да ли новокомпоновани медијски систем омогућава функционисање демократске јавности као „четврте власти” у друштву или је тако деконструисан да спречава макар и мале оазе за слободно изражавање мишљења које није у складу са хегемонском неолибералистичком идеологијом, која је у Србији то постала после 5. октобра 2000. године?

Одмах треба рећи, у узаврелим расправама о (не)постојању цензуре у Србији по правилу се појму „цензура” придаје подразумевајуће значење. Теоријски најсведеније одређење цензуре јесте да је она институционално и/или ванституционално спречавање и ограничавање слободе јавног комуницирања.

Али, као и већина друштвених појава и цензура је друштвено-историјски условљена и има три основна облика.

За први, класичну цензуру, у оба њена појавна вида – превентивна/претходна и суспензивна/накнадна цензура – у највећем броју савремених држава, па и у Србији, може се тврдити да је реликт прошлости и да се као механизам контроле јавног комуницирања примењује још само у тоталитарним државама, које функционишу као партијско-монистичке, теократско-фундаменталистичке или диктаторско-милитаристичке. Истина, и у тзв. демократским друштвима постоје и функционишу неки рецидиви суспензивне/накнадне цензуре, законски нормиране у ванредним овлашћењима државе у истим таквим, ванредним друштвеним околностима или ради спречавања рушења уставног поретка, оружаних побуна и изазивања мржње и подстицања насиља према одређеним друштвеним групама.

Међутим, „Улазимо (ушли смо – примедба аутора) у ново доба политичке цензуре, доба демократског Левијатана, у којем кључне сегменте живота структуришу неодговорне политичке установе (...)” (Кин, 1995: 74), што имплицира да је у савремености класична цензура замењена бројиним видовима индиректне цензуре и њеном специфичним варијацијом – самоцензуром.

Индиректна цензура, која се последњих година све учесталије метафорички назива „меком цензуром”, и самоцензура јесу начини ограничавања слободе јавног комуницирања и у данашњој Србији.

Три најдоминантнија вида индиректне цензуре, који после доношења нових медијских закона постају све делотворнији, јесу: организовано лагање, политички контролисано оглашавање и корпоративистичко структурирање медијског комплекса.

Организовано лагање остварује се у континуитету процеса пи-ара у којима су се стручњаци за производњу публициитета, тзв. пи-ар мејкери, изместили из позиције спољашњих фактора утицаја на продукцију медијских организација у позицију професионалних комуникатора који раде у тим истим медијским организацијама, али не као медијатори између „света живљења” и грађана, него као агенти својих олигархијски спрегнутих политичких и капиталистичких мецена. У последње две године, осим ретких изузетака, информативни садржаји у дневним и периодичним новинама, радијским и телевизијским програмима, интернет-порталима, свим техникама медијске манипулације (Пакард, 1992; Бретон, 2000), створили су и непрестано је развијају, у теоријски оивиченом концептуалном оквиру тзв. сторителинга (Салмон, 2010), причу о већ започетој бољој будућности Србије, разуме се и свих њених грађана. Дисонантни гласови који се могу чути, првенствено коришћењем интрнетом посредованих друштвених мрежа, затрпавају се постовима и твитовима армије организованих ботова. Може се дозволити постојање малобројних медијских организација чија уређивачка политика није у складу са сижеом „причам ти причу” о бољој будућности, јер није могуће зауздати демократски потенцијал интернета у погледу индивидуалног и групног приступа новом медију, али не сме бити заустављена у Србији већ изведена разградња позиције неутралног професионалног комуникатора и његовог преображаја у електронског агитатора, са дефинисаном хијерархијом – од пи-ар официра до пи-ар редова.

Узрок те разградње, који је у темељу новоуспостављеног, деконструисаног медијског система Србије, јесте зависности највећег дела друштва, тиме и запослених у медијским организацијама, од прихода које, у крајњој инстанци, из џепова грађана алоцирају политички субјекти на власти.

Видљиво то чине тзв. државним оглашавањем под маском информисања грађана о раду државних органа, организација и агенција; затим, већ објашњеном пројектним суфинансирањем изабраних медијских организација у приватном власништву; као и непрестаним одлагањем решавања формално-правног, материјалног и професионалног статуса најутицајнијих медијских организација.

Невидљиво, корпоративистичким механизмима спрезања политичких (државних и страначких), привредних и цивилних друштвених субјекта у интересни сплет који је услов, најпре очувања стечене друштвене позиције, а затим и доминације јавном сфером. „Корпоративистичке процедуре (...) су се развиле иза застора поверљивости и ванзаконитости. Иако представљају трајна обележја политичког пејзажа, ти поступци се ретко стављају у законску форму и обично не подлежу обавези да одговарају пред јавношћу. Они сачињавају један облик владавине 'под окриљем ноћи'. Корпоративистичке процедуре

нису дужне да јавно открију, објасне и оправдају своје активности. Доносиоци одлука нису ни под каквом обавезом *ex ante* да обаве широке консултације о распону могућих избора који се нуде. Не подлежу ни обавезама *post hoc*, на пример, да јавно оправдају било структуру својих расхода, било степен успешности, односно неуспешности у постизању циљева које су сами поставили.” (Исто: 83)

У таквим условима буја трећи облик цензуре – самоцензура. Она је неизбежна у свим временима и у свим социјалним заједницама, али је њен интензитет зависна варијабла од целине друштвеног контекста. Бројни су друштвени разлози самоцензуре, али најважнији међу њима јесу хегемонистичка идеологија у одређеном друштву, политички, економски и медијски систем, облици власништва и начини контроле медијских организација, као и унутрашњи хијерархијски односи у медијским организацијама. Ментално-психички разлози наглашено су индивидуализовани, али су увек, у мањој или већој мери, повезани са социјалним узроцима самоцензуре. У мотивационом смислу могу бити проактивни и реактивни. Први се изражавају жељом за достизањем или очувањем одређеног друштвеног статуса (нпр. радно место, зарада, привилегије, итд.), а други страхом за материјалну или, чак, физичку егзистенцију професионалних комуникатора (Милетић и Милетић, 2012: 297).

У сплету ових узрока, које треба илустровати чињеницом да је просечна зарада стално запослених новинара у Србији¹² у 2016. години била испод републичког просека и износила 300 евра, јасно је да су побројани индиректни видови цензуре и самоцензура у српском „демократском Левијатану” најзначајнији ограничавајући фактори слободе јавног комуницирања и конституисања релативно независне и релативно аутентичне јавности.

¹² „Постоји ли ико ко макар и приближно зна колико новинара заиста постоји и ради у Србији? Колико њих има ’сигуран’ посао у неком од медија? Колике су им плате и хонорари? Колико радно време? И прековремени рад? Имају ли право на слободне дане и плаћени годишњи одмор? Да ли су социјално осигурани? Колико њих је последњих година или месеци изгубило посао због текстова и прилога што су их написали или објавили. Колико их је ’протерано’ из новинарства у неке професије потпуно супротне новинарству? Зашто безмало 90 одсто студената журнализма у Србији као свој ’идеални’ посао сања о ПР положајима, професији која је антипод оном што представља професионално и друштвено одговорно новинарство? Зашто је положај новинарске професије данас на једној од вероватно најнижих лествица угледа у српском друштву и да ли су за то криви само новинари појединци или подједнако – ако не и више – њихови уредници, познати и непознати власници медија и, наравно, сви они политички господари наших живота и и судбина? Како објаснити готово потпуно одсуство солидарности међу новинарима; да ли је то својеврсни ’синдром Ивана Ивановича’? Како то да сви поменути понижавајући услови и реалности живота и ’рада’ новинара у Србији нису досад резултирала ниједним штрајком новинара, генералним или неким мање широким? Да ли само зато што постојеће, огромно али прилично аморфно, незадовољство новинара нема ко да каналише и фокусира? И, коначно, да ли је све ово последица општег стања у друштву, не само у Србији и не само у региону, и потпуног неразумевања улоге медија и новинара у њему?” (*Од новинара до надничара. Прекарнизација рада и живота*; стр 49;

<http://sindikalizam.org/wp-content/uploads/2014/09/Od-novinara-do-nadnicara.-Prekarni-rad-i-zivotl.pdf>, приступљено 31. 12. 2016).

И поново – све из почетка

Ако би се претходна запажања и тврдње у овом тексту узеле као недовољно утемељени, што је у епистемолошком смислу крајње легитимно, поставља се питање: зашто се из надлежног министарства најављује доношење нове медијске стратегије?¹³ Реализација претходне, на почетку текста поменутих усвајањем сета медијских закона, требало је да резултира јасно профилисаним медијским системом који ће као станиште демократске јавности успешно функционисати у барем једном десетлећу. Међутим, сва је прилика, а то показују сви поступци јавних (и тајних) власти у минулих 16 година од када је Србија постала „демократска земља” која тежи успостављању „европских вредности”, да је једина стратегија била и остала – стална деконструкција медијског система. У том периоду могуће је препознати правило – законски се дефинишу правила (нормативни оквир медијског система) чија се примена, најпре одлаже, а затим највећим делом напушта. Последица је да медијски систем Србије није могуће сврстати ни у један од четири теоријски препозната типа медијских система: партијско-државни, тржишни, тржишно-статистички или друштвено-цивилни (види Милетић: 2014). Медијски систем какав је у пракси успостављен током 2015/16. године представља својеврсни друштвени бастард, непрестано мењајући хибрид различитих решења из сва четири типа медијских система, чија је динамика у функцији остваривања само једног циља – очување новоуспостављених класних односа у Србији, преко политичких субјекта који свој долазак и опстанак на власти плаћају домаћем и страном капиталу контролом јавне сфере у којој нема и не може бити места за осиромашене грађане. Он су за дуже време осуђени на позицију наркотизованих анонимних реципијента мас-медијских садржаја, а када (ако могу) приступају новом медију – интернету, стварају фејсбуксовске организације себи сличних виртуелних персоналности или твитерашких аватара који потенцијални друштвени активизам исцрпљују коментаришући, под псеудонимима, питања која им се намећу као проблеми од јавног интереса.

Литература:

1. Breton, Filip (2000): *Izmanipulisana reč*, Klio, Beograd.
2. *Zakon o javnom informisanju i medijima*, „Službeni glasnik RS”, br. 83/2014, Beograd.
3. *Zakon o elektronskim medijima*, „Službeni glasnik RS”, br. 83/2014, Beograd.
4. *Zakon o javnim medijskim servisima*, „Službeni glasnik RS”, br. 83/2014, Beograd.
5. Wiewiorka, Michel (1992): Case studies: History or sociology?; in Ragin, C. C. & Becker, H. S. *What is a case? Exploring the foundations of social inquiry*, New York: Cambridge University Press, pp. 159-172.
6. Jakobi, Tanja ur. (2016): *Meka cenzura*, Balkanska istraživačka mreža, Beograd.

¹³ Нови министар културе и информисања Србије Владан Вукосављевић најавио је (...) као и рад на нацрту нове стратегије медијске политике до краја године, наводећи да предстоји „деликатан посао, али се нико не плаши тог задатка”.

(<http://www.kultura.gov.rs/lat/mediji/prioriteti-ministarstva-kulture>; приступљено 31. 12. 2016)

7. Kin, Džon (1995): *Mediji i demokratija*, Filip Višnjić, Beograd.
8. McCombs, E. Maxwell & Shaw, L. Donald (1972): The Agenda-Setting Function of Mass Media, *Public Opinion Quarterly*, 36 (Summer), pp. 176-187.
9. Miletić, Mirko (2015): Privatizacija medijskih organizacija u javnom vlasništvu u Srbiji, *Godišnjak Fakulteta za kulturu i medije „Komunikacije, mediji, kultura”*, br. 7. Univerzitet „Džon Nežbit”, Beograd, str. 305-326.
10. Miletić, Mirko (2014): *Struktura i dinamika medijskog sistema Srbije*, Jasen, Beograd.
11. Miletić, Mirko (2014a): Medijski javni servisi u Srbiji, *Godišnjak Fakulteta za kulturu i medije „Komunikacije, mediji, kultura”*, br. 6. Univerzitet „Džon Nežbit”, Beograd, str. 289-316.
12. Miletić, Mirko i Miletić, Nevena (2012): *Komunikološki leksikon*, Megatrend univerzitet, Beograd.
13. Pakard, Vens (1994): *Skriveni ubeđivači*, Grmeč/Privredni pregled, Beograd.
14. Salmon, Kristijan (2010): *Storytelling ili pričam ti priču*, Klio, Beograd.

DECONSTRUCTION MEDIA SYSTEM IN SERBIA

Summary: The author has analyzed the functioning of the media system in Serbia during 2016th which is based on the use of new media laws. The analysis included the effects of privatization of media organizations in public ownership, practice and implications of co-financing of privatized and private media organizations with budgetary resources, the functioning of the public media services and media organizations whose ownership status has not been resolved. In the framework of the presented empirical indicators it was concluded that the media system is deconstructed to its complete instrumentalization of oligarchic political entities coupled with the interest groups of capital. Control mechanisms are based on indirect forms of censorship and self-censorship, forms of control of public communication which prevent the establishment of a democratic public sphere in Serbia. The final result is the domination of hegemonic neo-liberal ideology in media contents.

Key words: media system, media laws, media organizations, public interest, project co-financing, censorship, public sphere, deconstruction.