

Rezultati istraživanja

Profesija na raskršću -

novinarstvo na pragu informacionog društva

Centar za medije i medijska istraživanja Fakulteta političkih nauka

- drugi deo -

jul 2011 - jun 2012.

• ***Istraživački tim:***

prof.dr Snježana Milivojević, rukovoditeljka projekta

prof.dr Miroljub Radojković,

mr Ana Milojević, mr Aleksandra Krstić

mr Aleksandra Ugrinić, mr Marijana Matović

This paper is prepared in the framework of the Regional Research Promotion Programme in the Western Balkans (RRPP), which is run by the University of Fribourg upon a mandate of the Swiss Agency for Development and Cooperation, SDC, Federal Department of Foreign Affairs.

The views expressed in this report are those of the authors and do not necessarily represent opinions of the SDC and the University of Fribourg.

O istraživanju

Istraživanje „Profesija na raskršću - novinarstvo na pragu informacionog društva“ sproveo je istraživački tim Centra za medije i medijska istraživanja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu, u okviru Regionalnog programa podrške istraživanjima na Zapadnom Balkanu (RRPP) koji vodi Univerzitet u Friburgu, uz podršku Švajcarske agencija za razvoj i saradnju. Istraživanje je realizovano u dve faze: prva u periodu od jula 2010. do juna 2011. godine, a druga u periodu od jula 2011. do juna 2012. godine.

Cilj prve faze je bio da istraži društvene, ekonomske i tehnološke odlike novinarske zajednice u Srbiji, kao i njene kapacitete da odgovori na izazove sa kojima se profesija suočava u uslovima globalnih medijskih promena i domaćih tranzicionih procesa. Anketno istraživanje obavljeno je na uzorku od 260 novinara i urednika, kao i na uzorku od 51 vlasnika i direktora medija. Obavljeni su i fokus grupni intervjui sa 30 novinara izabranih po istim kriterijumima po kojima su stratifikovani uzorci za anketno istraživanje (teritorija, vrsta medija, pol).

Cilj druge faze je bio da istraži organizacioni aspekt novinarskog profesionalizma, s obzirom na to da medijske organizacije predstavljaju okvir u kome novinari obavljaju svoj posao i upravo ih one povezuju sa medijskom kulturom i omogućavaju razvoj novinarstva u jednom društvu. Polazeći od glavnog istraživačkog pitanja: *kako različiti mediji u Srbiji obezbeđuju organizacione okolnosti i radni ambijent za profesionalni razvoj koji je usklađen sa zahtevima dubokih tehnoloških promena*, ova faza istraživanja je u fokus stavila tehnološke promene koje su prisutne u novinarskoj profesiji i način na koji se medijske organizacije sa tim izazovima nose. Inovativni procesi u medijskim organizacijama, razvoj novih znanja i veština neophodnih za multimedijalno i integrisano novinarstvo, kao i nove etičke dileme izazvane deprofesionalizacijom novinarstva predstavljaju okosnicu ovog istraživanja.

Ova faza istraživanja važna je zbog toga što su na profesionalne, organizacione i normativne promene u novinarstvu, kvalitativnom istraživačkom metodom dubinskog intervjua, odgovarali vlasnici ili direktori trideset medijskih organizacija u Srbiji, određenih na osnovu nekoliko kriterijuma: **1) vrsta vlasništva** (javni, komercijalni, mešoviti, ne-privatizovani)

2) vrsta medija (štampani, elektronski, agencije i web mediji), **3) teritorijalni domet** (nacionalni, pokrajinski, regionalni i lokalni).

Analizom dubinskih intervjua sa vlasnicima i direktorima medijskih organizacija, klasifikovani su mediji na osnovu zajedničkih karakteristika za koje je prethodno ustanovljeno pet indikatora. Ovi indikatori ukazuju na stepen razvijenosti u svakoj od oblasti značajnih za prepoznavanje modela/scenarija kojim određeni medij odgovara na izazove. Odabrani indikatori su: **(1) tehnološka opremljenost** (napredni, srednje i bazično opremljeni mediji); **(2) profesionalni resursi** (mediji koji nemaju dovoljno osoblja, oni koji imaju neodgovarajuću profesionalnu strukturu zaposlenih i oni sa dovoljno i odgovarajućim osobljem); **(3) ekonomski položaj** (mediji koji posluju sa gubitkom, oni koji preživljavaju ili ne iskazuju gubitak ali ne ostvaruju dobit i oni koji posluju uspešno i ostvaruju zaradu); **(4) umreženo novinarstvo** (mediji otvoreni za umrežavanje, delimično otvoreni i oni koji veoma kontrolisano otvaraju prostor za publiku i razne vidove neprofesionalnog novinarstva) i **(5) odnos prema državi** (mediji koji smatraju da država treba da bude regulator, zaštitnik ili finansijer).

Rezultati istraživanja

Kompletni nalazi biće dostupni posle Konferencije na: <http://centarzamedije.fpn.bg.ac.rs/>

- **Mediji u javnoj svojini**

Na osnovu postavljenih indikatora, istraživanje pokazuje da se među medijima u javnoj svojini izdvajaju dve grupe medija.

Elektronski mediji - Mediji u ovom uzorku su **tehnološki osrednje opremljeni**. Svi interno od kamera do režije rade na digitalnoj opremi, ali nemaju linkove i predajnike da takav program i emituju. U konvergenciji sa novim tehnologijama otvorili su sopstvene web sajtove a po neki i IP radio ili TV program. Direktori nekih javnih elektronskih medija smatraju da su ulaganja u tehnološki napredak sporadična i nekompletna. Indikator *profesionalnih resursa* kojima emiteri raspolažu ukazuje na to da ovim medijima **nedostaju neki kadrovi**. Pre svega, nedostaju im menadžeri novih medijskih platformi, kao i multitask novinari koji bi bili u stanju da istovremno pripremaju sadržaj za više platformi.

Elektronski mediji u javnoj svojini ocenjuju svoj *ekonomski položaj* ili kao **gubitak** ili kao **puko preživljavanje**. Po pravilu, što je emiter veći, poslovni rezultat je negativan. Pošto su u našem uzorku najveći mediji dva javna servisa, kod njih se već više godina unazad beleži gubitak. Konkurencija u smislu kvaliteta programa i brzine izveštavanja i izlaska na nove platforme zahteva prijem novih, mladih i bolje obučanih novinara, ali se oni tipično uzimaju u honorarni radni odnos.

Elektronski mediji u uzorku su **delimično otvoreni za umreženo novinarstvo**. U javnim servisima ovo važi samo za web stranicu nacionalnog javnog servisa. Na njoj se mogu ostavljati komentari, koje bi direktor ukinuo. Pokrajinski javni servis nema interaktivne platforme, a direktor smatra da se neće desiti ništa značajno zbog pojave građanskog novinarstva. U gradskoj televiziji direktor smatra da se neće desiti ništa značajno sve dok građani ne postanu toliko osposobljeni da se takmiče sa profesionalnim novinarima.

Prema indikatoru *o odnosu prema državi*, takođe se zapaža podela na većinu koja smatra da država treba da bude i **finansijer**, i manjinu koja je vidi kao **državu zaštitnika**. U nacionalnom javnom servisu se smatra da država indirektno treba da ostavlja novac javnom

servisu. U pokrajinskom javnom servisu smatraju da država pre svega mora da obezbedi da se propisana pretplata naplati u celini. U gradskoj radio-televiziji državu više vide kao zaštitnika fer konkurencije. Protiv su prakse da država daje donacije i subvencije, pa makar i na konkursima.

Štampani mediji - Javna glasila posluju *uglavnom sa gubitkom, ili na granici preživljavanja*. Na ovako loš ekonomski položaj štampanih javnih glasila utiče, između ostalog, nedostatak domaćih sirovina za pravljenje štampanih izdanja, čime uvoz povećava rashode medijskih kuća, zatim smanjen broj čitalačke publike, uprkos nerevidiranoj prodajnoj ceni novine, kao i smanjenje prihoda od marketinga i oglašavanja prouzrokovan svetskom ekonomskom krizom.

Redakcije štampanih javnih glasila još uvek su samo *bazično ili srednje tehnološki opremljene*. Jedna od bazično opremljenih jeste redakcija lokalnog nedeljnika, koja nema ni svoj sajt, ali trenutna neprilagođenost ne znači i nedostatak vizije njenih direktora. Takođe, uzrok usporenijeg prilagođavanja jeste nedovoljan broj osposobljenih za rad na novim platformama.

Lokalna dnevna izdanja, koja pored štampanih imaju i online verzije listova, suočavaju se sa drugom vrstom problema - imaju veliki broj zaposlenih, ali su *profesionalni resursi neadekvatni*, pre svega nedostaju im novinari stručni za rad na novim platformama. Prisutan je i generacijski jaz među zaposlenima. Još jedan važan resurs u strukturi zaposlenih jeste i top menadžment koji poznaje nove medije i njihove prednosti. Nasuprot lokalnim izdanjima, jedan od nacionalnih dnevnih listova ima *adekvatno osposobljen kadar*, jer u kolektivu prevladavaju pripadnici tehnološki pismene generacije.

Medijske kuće koje igraju na kartu *umreženog novinarstva*, prilagođavanju se zahtevima publike i imaju *pozitivan stav prema interaktivnom odnosu sa čitaocima*, a samim tim ih i prihvataju kao nove kreatore sadržaja. Ovoj grupi pripadaju ona štampana izdanja čije je vlasništvo dualno. Sa druge strane, mediji koji su u potpunosti finansirani od strane države strepe za opstanak profesije, posmatrajući *građansko novinarstvo kao konkurentsko ili nedovoljno kvalitetno*, pa se aktivno učešće publike u kreiranju sadržaja smatra manje profesionalnim.

Štampani mediji u dualnom vlasništvu su *tržišno orjentisani* i streme što bržem povlačenju države iz vlasničke strukture. Menadžment ovih medija smatra da država ne bi trebalo da vodi medijsku politiku uopšte, već treba da pravi infrastrukturu i omogućava uslove kompletnoj privredi, pa samim tim i medijima. Na drugoj strani, mediji koji su u državnom vlasništvu očekivano su naklonjeni *državi kao zaštitniku*. Njihovi direktori smatraju da je uloga države presudna za nekomercijalne medije koji insistiraju na kvalitetnom i socijalno angažovanom novinarstvu. Kod medija čija su osnivačka prava preneti u ruke Nacionalnog saveta, kao organa državne vlasti takođe je izražena naklonost ka *državi kao finansijeru*, jer manjinski mediji umnogome zavise od donacije iz državne kase.

- **Mediji u privatnoj svojini**

Na osnovu postavljenih indikatora, istraživanje pokazuje da se među komercijalnim, i elektronskim i štampanim, medijima u Srbiji izdvajaju četiri grupe medija.

Mediji sa adekvatnom tehnologijom i osobljem

Prva grupa obuhvata sedam nacionalnih komercijalnih medija koji imaju *adekvatnu tehnologiju i osoblje*, pa se samim tim pozicioniraju kao *tehnološki lideri*. Karakteristike koje ih stavljaju u leadersku poziciju podrazumevaju odgovarajuće raspolaganje unutrašnjim resursima preduzeća – nivo tehnološke opremljenosti odgovara zahtevima tržišta i publike, a broj i struktura zaposlenih su optimalni u odnosu na potrebe poslovanja. Međutim, u okviru ove grupe posebno se izdvajaju dve podgrupe: jednoj pripadaju tri nacionalna štampana medija koji su *ekonomski stabilni*, a drugoj jedna radio stanica, jedna RTV stanica i dve novinske agencije koji *ekonomski preživljavaju*.

a) Ekonomski stabilni mediji i tehnološki lideri

Kompanije iz prve podgrupe su *ekonomski stabilna i održiva preduzeća* koja ostvaruju zaradu. Finansiraju se isključivo od prodaje tiraža i oglasa, dakle posluju na čisto tržišnim principima i stoga imaju jasnu poslovnu politiku i tržišnu orijentaciju. U odnosu na *resurse*, pre svega novinarske, nacionalni štampani mediji ulažu u obrazovanje svojih kadrova i smatraju ih presudnim za proces adaptacije. Novo medijsko okruženje omogućava da se *publika i njene preferencije* mnogo lakše prate, na osnovu broja poseta određenom tekstu i

broja i sadržaja komentara. Predstavници nacionalnih štampanih medija tržište medija u Srbiji smatraju prezasićenim, ali oni se ne plaše konkurencije i smatraju je podsticajem za poboljšanje svoje produkcije. Smatraju da **država mora da se povuče** iz medijskog vlasništva kako je planirano i predviđeno zakonskim okvirom i Strategijom medijskog razvoja.

b) Tehnološki lideri ekonomski preživljavaju

Kompanije iz druge podgrupe su od početka prepoznale važnost tehnoloških promena i shodno tome razvijale web portale i zapošljavale kadrove koji imaju neophodna znanja za korišćenje multimedijalnih servisa. One su **otvorene prema publici**, neguju građansko novinarstvo i razvijaju interaktivan odnos sa publikom, ali se istovremeno suočavaju sa **ekonomskim preživljavanjem** ili **finansijskim gubicima**. Svi se suočavaju sa posledicama ekonomske krize, neloyalnom konkurencijom i teškim opstankom na tržištu. Ova četiri medija dele slično mišljenje: **država treba da se povuče iz medija** i treba da bude **prisutna samo kroz zakonodavnu funkciju** donošenja neophodnih zakona i strategija razvoja medija (država regulator).

Mediji sa nedovoljnim tehnološkim i kadrovskim resursima

Druga grupa obuhvata četiri lokalna komercijalna medija sa **nedovoljnim tehnološkim i kadrovskim resursima**. Ove medije povezuju teški ekonomski uslovi u kojima rade i **finansijsko preživljavanje**, **bazična ili srednja tehnološka opremljenost redakcija**, mali broj zaposlenih, odnosno **nedovoljan broj onih koji su osposobljeni da rade na novim tehnologijama**. Svi vlasnici medija u ovoj grupi imaju **pozitivan stav prema novim trendovima** koje donosi brz tehnološki razvoj, razvijaju **aktivan odnos prema publici** u skladu sa mogućnostima medija i smatraju da građansko novinarstvo ne može da ugrozi profesionalno već samo da ga upotpuni. Projektno finansiranje od strane inostranih i domaćih donatora (pre svega Ministarstva kulture) je dominantan vid opstanka lokalnih radio stanica, čiji vlasnici kao najveće probleme za opstanak medija vide i uskraćivanje finansija iz budžeta opština, nedefinisane kriterijume za pomoć medijima, uskraćivanje i povlačenje oglasa, namete SOKOJ-a i OFPS-a i tužbe protiv novinara. **Tehnološka opremljenost** ovih medija je na bazičnom ili srednjem nivou. Svi mediji imaju svoje internet stranice ili portal, i imaju pozitivna očekivanja od novih tehnologija, kako po pitanju ekonomskog jačanja medija tako i po pitanju novinarske slobode i smanjenja pritiska na medije. Svi vlasnici ovih lokalnih medija su izjavili da imaju **nedovoljan broj ljudi** koji bi radili na novim tehnologijama.

Smatraju da sami lokalni mediji treba da učine sve što je u njihovoj moći da se maksimalno adaptiraju novonastalim okolnostima koje donose nove tehnologije. Tri od četiri vlasnika iz ove grupe medija izlaz iz ekonomske nestabilnosti vide u *udruživanju medija* i ulazak novinara u vlasništvo kao malih akcionara u vlasničku strukturu, što smatraju da bi bitno promenilo i način poslovanja tog medija. Stav svih vlasnika lokalnih medija je da *država treba da se povuče iz medijskog vlasništva*, da treba da obezbedi uslove za ravnopravnu utakmicu svih privatnih medija na tržištu, ali oni takođe vide *državu i kao zaštitnicu* koja treba da promeni način finansiranja javnog interesa, a očekuju od države da utvrdi način finansiranja lokalnih medija iz državnog i budžeta lokalnih samouprava.

Mediji sa bazičnom tehnologijom i odgovarajućim kadrovima

Treća grupa obuhvata četiri lokalna medija sa *bazičnom tehnologijom i odgovarajućim kadrovima*. Ovi mediji se suočavaju sa *nedostatkom neophodne kompjuterske opreme ili nedovoljnim sredstvima* koja bi mogli da ulažu u razvoj novih tehnologija, ili imaju web sajtove ali ne mogu da ih adekvatno razvijaju. Svi se nalaze u *poziciji gubitka* ili *preživljavanja* i uglavnom imaju *tradicionalan odnos prema publici i građanskom novinarstvu*. Posebno je teško nedeljnicima, a cene ne mogu da prate potrebe redakcije. Jedne godine ovi mediji posluju pozitivno, dok se naredne nađu u finansijskom minusu zato što su se usled ekonomske krize povukli i oglašivači. Vlasnici su svesni činjenice da zaposleni nisu zadovoljni primanjima, jer većina njih dobija minimalni lični dohodak. Takođe, lokalni elektronski mediji imaju troškove i obaveze plaćanja taksi prema agencijama RRA, RATEL, SOKOJ i drugima, čiji su nameti veliki i što dodatno otežava njihovu ekonomsku situaciju. Ovi mediji insistiraju na razlici između profesionalnog i građanskog novinarstva i ne grade interaktivan odnos sa publikom preko svojih web izdanja.

Mediji sa neizvesnom budućnošću

Četvrta grupa obuhvata medije sa *neizvesnom budućnošću*. U ovoj grupi našle su se dve podgrupe privatnih medija koje *posluju sa gubitkom*. Za jednu (dnevne novine, televizija i radio stanica) je karakteristično da su *tehnološki opremljeni na bazičnom nivou* i da imaju *neadekvatan kadar* za rad u novom medijskom okruženju. U drugoj podgrupi su mediji (web portal, nedeljnik i lokalna radio stanica) koji imaju *naprednu tehnologiju* za rad na novim

platformama, razvijaju digitalne platforme, ali *ne uspevaju da obezbede samoodrživ model* poslovanja na medijskom tržištu.

a) Mediji sa bazičnom tehnologijom i neadekvatnim kadrom

Prvu podgrupu karakteriše nedostatak tehnoloških i kadrovskih resursa. Njihova *tehnološka opremljenost je na bazičnom nivou*. Imaju sajt medija, ali nisu oformili web redakciju. Oba nacionalna medija iz ove podgrupe u proseku imaju manji broj zaposlenih nego ostale medijske kuće sa nacionalnom pokrivenošću. Ni jedan od ovih medija *ne gradi aktivan odnos sa publikom*. Vlasnici ovih medija smatraju da nove tehnologije i građansko novinarstvo ne mogu da ugroze novinarsku profesiju. Oni vide *državu u ulozi regulatora* medijskog prostora u Srbiji.

b) Tehnološki napredno opremljeni mediji koji posluju sa gubitkom

Mediji u drugoj podgrupi se finansiraju uglavnom od oglašivača i projekata, ali nemaju zaradu. Iako je *tehnološka opremljenost* ovih medija *na visokom nivou*, oni moraju da plaćaju velike troškove od prostora, tehničkog održavanja do kredita. Budući da *posluju sa gubitkom*, može se zaključiti da su te redakcije unapređene pre svega zahvaljujući donacijama a ne uspostavljanjem biznis modela koji obezbeđuje zaradu. Vlasnici ovih medija imaju strategiju prebacivanja na web i u razvijanju digitalnih platformi vide izlaz iz gubitka. Ovi mediji imaju *mali broj zaposlenih* i svi su osposobljeni za samostalan rad na multimedijalnim platformama. Ovi mediji *neguju građansko novinarstvo*.