

**Vesna Baltezarević\***

**Radoslav Baltezarević\*\***

## **ULOGA MEDIJSKE SAMOREGULACIJE U OSTVARIVANJU EVROPSKE KOMUNIKACIJE**

### **SAŽETAK**

Odluke o pristupanju EU utiču na različita područja javnog života i zaslužuju kontrolu javnosti i njenu uključenost. Glavna karika u ovom postupku su mediji. Da bi put do evropske integracije imao potporu javnosti, medijska komunikacija mora da se usmeri na alate koji će da obezbede zainteresovanost građana da se u ovaj proces uključe kao aktivni učesnici kojima se pruža prilika da njihovi stavovi utiču na kreiranje evropske politike.

U Republici Srbiji se u poslednje vreme evidentira smanjeno interesovanje javnosti za integraciju sa Evropskom unijom. Nedostatak pravih informacija dovodi do projektovanja iskrivljene slike o tome šta sa sobom donosi članstvo u EU. Takva situacija upućuje na prepoznavanje niza nedostataka u komunikacionim procesima koji predstavljaju link na putu do Evrope.

Interes svake demokratske države je da mediji budu slobodni, nezavisni i odgovorni, a novinari profesionalni. Međutim, u uslovima nezavršene tranzicije ovaj željeni model je još uvek na marginama postignutog. Neadekvatna zakonska regulativa upućuje medijske kuće i novinare na samoregulaciju kao način za ostvarivanje boljih poslovnih dometa, ali

---

\* Assistant Professor, PhD, Graduate School of Culture and Media, Akademik Vesna Baltezarević, PhD, član EU Akademije nauka i umetnosti, Salzburg, Austrija i Docent, oblast pravne nauke, Fakultet za kulturu i medije, Megatrend univerzitet, Beograd

\*\* Radoslav Baltezarević, PhD, Docent, oblast komunikologija, Visoka poslovna škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo, Beograd

pitanje za čijim odgovorom tragamo je: Koliko su mediji osposobljeni da primenom samoregulacije daju svoj doprinos uspostavljanju partnerske komunikacije sa građanima i da u neprekidnom dvosmernom komunikacionom procesu ostvare prepoznavanje pravih vrednosti i mana procesa integracije sa EU. U čitavom nizu onih koji su u ovom procesu zatajili nalaze se i mediji koji su orijentisani uglavnom na pružanje informacija, a ne na dijalog sa građanima.

**Gljučne reči:** javnost, evropska unija, mediji, medijska samoregulacija, komunikacija

## UVOD

Uloga i značaj medija u pripremi građana za predpristupne pregovore sa Evropskom unijom su izuzetno delikatni. Mediji su glavna karika koja povezuje sve aktere u procesu sprovođenja pristupne strategije. Međutim, za takvu ulogu potrebni su dovoljno edukovani novinari sa visoko postavljenim profesionalnim ciljevima. Da bi mogli da upoznaju javnost sa svim integracionim aspektima moraju da budu dobro informisani o suštini integracija, što podrazumeva aktivno pristupanje istraživanju i sumiranju prednosti i mana koje članstvo u EU sa sobom nosi. To znači da mediji moraju da se upuste u dijalog sa građanima i da budu spremni da razjasne sve dileme koje su još uvek prisutne. Pravo na informaciju, sloboda izražavanja i komunikacija između građana i nosilaca vlasti, predstavljaju temelj demokratije u Evropi i to na nacionalnom i evropskom nivou.<sup>1</sup>

Mediji kao link na relaciji EU i država kandidat, kao davalac informacija s jedne strane i građani kao primaoci informacija sa druge

---

<sup>1</sup> Član 11. Povelje o osnovnim pravima Evropske unije navodi da "svako ima pravo na slobodu izražavanja. Ovo pravo uključuje slobodu mišljenja, ali i primanja i davanja informacija i ideja bez uplitanja vlasti i bez obzira na granice. Poštuju se sloboda i pluralizam medija."

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0389:0403:EN:PDF>

strane, predstavljaju obrazac ponašanja koji je pokazao da se radi o transferu informacija, a ne o komunikacionom procesu koji podrazumeva dijalog s namerom da se stavovi nadopunjuju kritikom i predlozima svih komunikacionih subjekata. Transfer informacija predstavlja prevaziđen, nametnut sistem “odozgo” koji samo potvrđuje da se društvo i pored “zaklinjanja u demokratiju” i dalje deli na elitu i “ostatak društva”, odnosno građane. Elita kabinetski donosi odluke i samo ih saopštava građanima kojima ostaje malo ili nimalo prostora da učestvuju u kreiranju sopstvene stvarnosti. Odluke o pristupanju EU utiču na različita područja javnog života i stoga zaslužuju kontrolu javnosti i njenu uključenost.<sup>2</sup>

Medijski pristup izveštavanju zavisi od položaja medija i sposobnosti novinara da odgovore profesionalnim zahtevima novinarske struke. Državni pregovarački tim mora da stvori uslove da novinari, koji se bave ovom problematikom, imaju slobodan pristup informacijama i da ih aktivno uključe u pregovarački proces. U savremenom okruženju javnost je nezaobilazni učesnik svih dešavanja u državi i kreiranje politike mora da obuhvati i stavove javnog mnjenja.<sup>3</sup> Trenutna situacija traži sveobuhvatnu promenu položaja i uloge medija u Srbiji. Evidentan je haotičan i nedovoljno profesionalan pristup, koji, nažalost, nije karakterističan samo za ovu problematiku. Insistiranje Brisela na slobodi medija bazirano je na tome da je sloboda izražavanja jedno od osnovnih ljudskih prava i ključni element političkih kriterijuma iz Kopenhagena za članstvo u EU. Sloboda izražavanja i sloboda medija su deo poglavlja 23 - Pravda i osnovna prava, koje će se među prvima otvarati i zatvarati u pregovorima o pristupanju EU.

Problemi na koje Brisel ukazuje u Strategiji proširenja karakteristični su za Srbiju - politički uticaj, ekonomski pritisci, uticaj kriminala i korupcije

---

<sup>2</sup> Kurpas, S., Meyer, Ch. and Gialoglou, K., 2004. “After the European Elections, Before the Constitution Referenda – Can the EU Communicate Better?” [online]. *Center for European Policy Studies, CEPS Policy Brief*, No. 55, str. 2. Dostupno na: <http://www.ceps.be>

<sup>3</sup> De Vreese, C. H., 2004. “Why European Citizens Will Reject the EU Constitution” online. *Center for European Studies: Working Paper*, No. 116, str. 3. Dostupno na: <http://www.ces.fas.harvard.edu>

u medijima, nedovoljna zaštita novinara od maltretiranja, pa čak i nasilje i nerešeni slučajevi napada i ubistava novinara. Među ekonomskim izazovima u oblasti medija ubrojani su nedovoljno jasna vlasnička struktura, koncentracija vlasništva, nedovoljna konkurencija, kao i nedovoljna nezavisnost tržišnih regulatora.<sup>4</sup>

Evropska komisija traži od Srbije da krene sa implementacijom medijske strategije i to tako što prvo mora da se usmeri na kreiranje adekvatne zakonske regulative koja teba da omogući nesmetano obavljanje medijske delatnosti i uključivanje javnosti.<sup>5</sup>

Medijski sistem Srbije nesumnjivo prolazi kroz proces transformacije, ali je ovaj postupak opterećen i nezavršenom društvenom tranzicijom, koja obiluje kriminogenim privatizacijama i koncentracijom medijskog vlasništva u rukama onih kojima mediji služe za promociju sopstvenih ciljeva, a ne za promociju istinite informacije. U takvim uslovima se retko govori o profesionalizmu i postojanju autocenzure.

Nedovoljno bavljenje tematikom evropske integracije dovelo je do apatične javnosti koja se sve manje interesuje za pristupanje EU. Međutim, i takva nezainteresovana javnost je spremna na uključivanje kad se ispravno senzibiliše. Nedovoljno objašnjene promene u zakonodavnoj delatnosti u oblasti kupoprodaje poljoprivrednog zemljišta i uvoza genetski modifikovane hrane, bili su poziv na uzbunjivanje javnosti, ali poziv je uputila stručna javnost i nevladin sektor, a ne mediji. Pod pritiskom “podignutog glasa” protiv GMO hrane vlada je odustala od već zacrtane politike koja je trebalo da omogući ulazak ovih nedovoljno ispitanih prehrambenih proizvoda. Bitka da se spreči prodaja poljoprivrednog zemljišta stranim državljanima i dalje traje. Mediji se i po ovom pitanju slabo aktiviraju.

---

<sup>4</sup>Strategijom do boljih medija u Srbiji. Dostupno na: <http://www.euractiv.rs/mediji/4638-strategijom-do-boljih-medija-u-srbiji>

<sup>5</sup> European Commission - MEMO/13/894 16/10/2013 [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-13-894\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-894_en.htm)

Sledeći primer je izveštavanje medija o istraživanju podrške javnosti za evropske integracije, koji pokazuje svu dubinu “dirigovanog novinarstva” i potcenjivački odnos prema sopstvenoj publici. Iste rezultate dve medijske kuće prikazuju sa potpuno različitim komentarima: Po poslednjem istraživanju Kancelarije za evropske integracije Vlade Srbije, 41 odsto građana Srbije bilo je za pristupanje Srbije EU. Kancelarija dalje informiše da je po prethodnom istraživanju (koje je obavljeno dok još nije formirana nova vlada), podrška građana Srbije evro integracijama bila 49 odsto, znači sada je za tih osam odsto manja podrška i najniži je nivo podrške građana ulasku u Evropu u poslednjoj deceniji.<sup>6</sup> Druga medijska kuća iste rezultate komentariše dajući potpuno drugačije zaključke: Ukoliko bi sutra bio održan referendum sa pitanjem “Da li podržavate učlanjenje Srbije u EU?”, 50 odsto građana Srbije glasalo bi za. Ispitanici takođe kažu da bi članstvo u EU za 42 odsto njih bila dobra stvar, 25 odsto građana smatra da je to loše, a 32 odsto misli da to nije ni dobra ni loša stvar”.<sup>7</sup> U međuvremenu je zaboravljen podatak da je juna 2010. godine broj građana koji su se pozitivno izjasnili o pristupanju EU bio neverovatnih 68 odsto.<sup>8</sup> Ovo je samo jedan od primera koji pokazuju koliko je mukotrpan put koji čeka medije koji ne žele da prihvate da javnost “informišu” da su dva i dva tri ili pet, zavisno od toga šta gazda kaže.

## 1. Evropska medijska politika

Evropska medijska politika nastaje donošenjem čitavog niza dokumenata kojima se garantuje sloboda izražavanja i slobodan protok informacija, ali uz stalno potenciranje potrebe za nezavisnošću medija. “Evropska konvencija o ljudskim pravima” iz 1950. godine predstavlja početak stvaranja medijske politike kroz garantovanje ljudskog prava da:

---

<sup>6</sup>[http://www.danas.rs/danasrs/dijalog/i\\_yucic\\_i\\_protiv\\_evrope.46.html?news\\_id=264419#sthash.ESgIUjKv.dpuf](http://www.danas.rs/danasrs/dijalog/i_yucic_i_protiv_evrope.46.html?news_id=264419#sthash.ESgIUjKv.dpuf) Objavljeno 15. 07. 2013.

<sup>7</sup><http://www.politika.rs/rubrike/Drustvo/Polovina-gradjana-Srbije-za-clanstvo-u-EU.lt.html> Objavljeno: 02.08.2013

<sup>8</sup> [www.seio.gov.rs](http://www.seio.gov.rs). Predstavljanje rezultata istraživanja javnog mnjenja (jun 2010. godine).

„Svako ima pravo na slobodu izražavanja. Ovo pravo uključuje slobodu posedovanja sopstvenog mišljenja, primanja i saopštavanja informacija i ideja bez mešanja javne vlasti i bez obzira na granice.“<sup>9</sup> Međutim, deklarativno garantovanje nekog prava predstavlja samo početak mukotrponog puta koji treba da obezbedi i primenu usvojenog načela. Svaka država ima odgovornost da stvara demokratski ambijent za primenu garantovanih prava u javnoj sferi i države to rade na različite načine, jer od stepena razvoja demokratije u svakoj konkretnoj državi zavisi i njen pristup ovoj problematici, kao i stepen njenog uključenja u stvaranje i kontrolu pravila, u medijsko vlasništvo i druga prateća pitanja.

Nije tajna da se EU kroz pružanje zvanične razvojne pomoći manje razvijenim zemljama u svetu služi politikom uslovljavanja koja je deo njenih integracionih i razvojnih programa koji se stavljaju na raspolaganje zemljama u razvoju – a koja se odnosi na ekonomske i široke političke reforme.<sup>10</sup> Jedna vrsta pritisaka je insistiranje na ostvarivanju demokratskih načela i medijskih sloboda. Ali, ni sama EU ne može da se pohvali zavidnim rezultatima u oblasti ostvarivanja komunikacije. Konstatacija da je “Nejasna vizija konačnosti evropskog projekta i bezuspešno se pokušava stvoriti zajedničko stajalište prema svrsi i ciljevima EU”,<sup>11</sup> ukazuje na nezadovoljavajući nivo evropske komunikacije. EU komunikacije su godinama bile na margini projektovanih ciljeva, što je dovelo do toga da je počinjen niz katastrofalnih grešaka. EU i države članice pružale su informacije “odozgo” kao stavove koji se saopštavaju i koji su nedovoljno razumljivi, a samim tim i nedovoljno prihvatljivi za evropsku javnost. Javnost se stalno menja, “sazreva” kao i samo društvo i potrebe za informacijama

---

<sup>9</sup> „Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava“, Član 10, stav 1., *Savet Evrope*, Međunarodna politika, Beograd, 1996, str. 23.

<sup>10</sup> Više o tome: Frank Schimelfenning and Ulrich Sedelmeier, “Governance by conditionality: EU rule transfer to the candidate countries of Central and Eastern Europe“, *Journal of European Public Policy*, Vol. 11, no. 4, 2004, pp. 661–679

<sup>11</sup> Palmer, J., 2005. “The European Union is not in crisis: It is in deep crisis”. *European Policy Centre: Communication to Members*, S3-3/05.

postaju sve konkretnije. Takve okolnosti postavljaju zahtevan zadatak evropskoj komunikološkoj sceni: prilagoditi komunikacijske aktivnosti vezane za EU novim potrebama javnosti, ali i zainteresovati tu istu javnost da aktivno učestvuje i da traga za informacijama.

Građani, da bi ostvarili svoje demokratsko pravo da budu informisani, moraju aktivno da se uključe u proces donošenja odluka. Međutim, evropska se integracija dugo smatrala projektom evropske političke elite i u takvim okolnostima građani ne pokazuju interes za pitanja koja ne razumeju dovoljno i za politiku koju ne smatraju “svojom”. Međutim, nikako ne može da se prihvati stav da su uzrok takvom stanju samo komunikacijski propusti EU elite. Građani moraju da se bore za svoja prava. “Glad za informacijom podrazumeva činjenicu da je osoba spremna sama ići po zalihe, a ne očekivati da je neko hrani kašičicom”.<sup>12</sup> Razumevanje mora da se postigne kroz saradnju i diskusiju. EU mora da nastoji da građanima objasni i “razgoliti” sve nejasnoće na polju svakodnevnog života koji najviše interesuje prosečnog građanina, uključujući sve aspekte socijalnih dimenzija i bezbednosti. Da bi građani postali ravnopravan partner u komunikacionom dijalogu, mora da se uključi medijsko obrazovanje. Medijsko obrazovanje je deo temeljnih prava svakog građanina u svim zemljama sveta, deo prava na izražavanje i prava na informacije. Bez “medijski pismenih” građana demokratija postaje farsa, a bez dobre komunikacije ne postoji partnersko javno mnjenje. Stoga je izazov komunikacije olakšati razmenu, postupak učenja i dijalog.<sup>13</sup>

Evropska unija je poslednje dve decenije znatno napredovala u oblasti komunikacije i u nastojanju da se greške isprave. Posebno značajan dokument za oblast komunikacije i uključenost medija i građana je Bela

---

<sup>12</sup> Sainley Berry, P., 2006. “Comment Communication strategy is missing the point” *Euobserver*, February.

Dostupno na: <http://euobserver.com/?aid=202829&rk=1>

<sup>13</sup> Commission of the european communities white paper on a european communication policy Brussels, 1.2.2006 COM (2006), 35 final, str. 13.

Dostupno na: [http://europa.eu/documents/comm/white\\_papers/pdf/com2006\\_35\\_en.pdf](http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf)

knjiga o evropskoj komunikacionoj politici.<sup>14</sup> Materija koja je sagledana ovim dokumentom pokazuje da je EU u potpunosti prepoznala problematiku i da je strategija postavljena tako da se razvoj komunikacije usmeri prema dostizanju takve komunikacione politike koja prebacuje moć građanima, podrazumeva saradnju sa medijima, edukaciju i medija i građana da bi se uspostavilo razumevanje i zajedničko delovanje. To je kontinuirani zadatak koji EU mora da ostvaruje kako unutar svojih granica, tako i u saradnji sa državama koje pretenduju da joj se priključe.

## 2. Medijska samoregulacija

I pored nastojanja EU da unutar svojih granica obezbedi demokratski princip i dobru komunikaciju, pokazalo se da je ovaj zadatak mnogo teži od očekivanog. Evidentan je i dalje demokratski deficit u EU. Taj se nedostatak odražava u činjenici da oni koji donose odluke u EU nisu dovoljno odgovorni, kao i da odluke nisu primerene željama i potrebama građana, niti su podvrgnute kontroli javnosti.<sup>15</sup> Zbog toga se unutar EU sve više insistira na kontinuiranom obrazovanju. Samo medijski obrazovan građanin može da se uključi ravnopravno u interakciju sa medijima. Od građana se traži da budu medijski pismeni, da prate razvoj tehnologije u medijskoj sferi i da mu se prilagođavaju. Inače, sam pojam 'medijska pismenost' definisan je na konferenciji o medijskoj pismenosti 1992. godine, kao sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija.<sup>16</sup>

Međutim, ni mediji nisu na visini zadatka ako nisu profesionalni i okrenuti samokritici. Medijska samoregulacija je rezultat dostignutog stepena slobode, što dalje vodi prema demokratskom društvu. Uslov i za građane i za medije je isti: ako žele da postanu pokretači promena, moraju da budu odgovorni i da se neprestano dograđuju i razvijaju.

---

<sup>14</sup> [http://europa.eu.int/comm/communication\\_white\\_paper](http://europa.eu.int/comm/communication_white_paper)

<sup>15</sup> de Vreese, C. H., 2004. "Why European Citizens Will Reject the EU Constitution", *Center for European Studies: Working Paper*, No. 116. Dostupno: <http://www.ces.fas.harvard.edu>

<sup>16</sup> Zgrabljic Rotar N. (2005): Medijska pismenost i civilno društvo, Media Centar, Sarajevo. Str.1.



Samoregulacija medija podrazumeva visoke profesionalne standarde i medijski obrazovanu publiku kao adekvatnog sagovornika. Samoregulacija istovremeno predstavlja i instrument kojim se štite prava novinara, njihova nezavisnost, ali i spremnost da se isprave učinjene profesionalne greške, na koje ukazuju njihove kolege. Medijska samoregulacija se odnosi na urednike, medijske profesionalce, novinare i javnost kao glavne medijske karike. Samoregulacija insistira na istini i objektivnosti. Mehanizmi prigovora nude kvalitetnu zaštitu i oni su mnogo brži put za rešavanje i ispravljanje narušenih prava medijske publike, u odnosu na dugotrajni sudski postupak. Samoregulacija medija traži poštovanje korporativnih kodeksa i partnerski odnos sa ljudima koji ostvaruju slobodu izražavanja i saradnju sa slobodnim medijima.

Samoregulacija medija i rada novinara ostvaruje se putem saveta za štampu, komisija za pritužbe na rad medija i sličnih tela, ili putem medijskog ombudsmana. Ombudsman gradi most između publike i novinara i obezbeđuje medijskim kućama status ustanova koje su prihvatile načela transparentnosti, odgovornosti i etičkog ponašanja.

I pored evidentnih propusta i još uvek prisutnih napora da se ostvari zadovoljavajući nivo evropske medijsko-komunikacione scene, činjenica je da je EU posvećena poštovanju osnovnih ljudskih prava i zaštiti medija i njihovog profesionalnog obavljanja posla i da na takvom ponašanju insistira unutar svojih granica, ali i na obodima eventualnog proširenja.

### **3. Srpska scena**

Javnost u Srbiji korišćenje pojma „evropske integracije” ocenjuje kao političku, a ne kao životnu temu. Oni koji saopštavaju informacije o pristupanju Republike Srbije EU najčešće su iz sfere politike, a građani u takve iskaze najviše sumnjaju. Ispitanici zameraju to što su informacije o pristupanju Republike Srbije EU najčešće u formi vesti u informativno-političkim emisijama i što su predstavljene nerazumljivim jezikom.

Sintagme poput „evropski standard”, „evropske integracije”, po mišljenju ispitanika, za njih nisu ispunjene razumljivim značenjem.<sup>17</sup>

Iz Brisela redovno stižu upozorenja da je uređivanje medijskog sektora jedan od uslova za dobijanje datuma za početak o pridruživanju Srbije EU. Vlada Srbije je krajem prošle godine pokrenula proceduru izrade novog medijskog zakonodavstva. Međutim, promene u oblasti medija su i dalje simbolične u Srbiji, ključna systemska pitanja nisu rešena, a novinari nikada nisu bili u težem ekonomskom položaju. Srbija spada u grupu delimično slobodnih zemalja, a kao glavni problemi se navode netransparentnost medijskog vlasništva i nedostatak autocenzure.<sup>18</sup>

Samoregulacija novinarske profesije u Srbiji daleko je ispod međunarodnih standarda zaštite slobode medija i prava novinara. Jedino samoregulatorno telo, Savet za štampu, počelo je da radi tek 2011. godine i obuhvata samo štampane medije. Pravo na odgovor i ispravku još uvek je deo zakonske, a ne autonomne profesionalne regulative.

Prvi rezultat kolektivnog napora u pravcu samoregulacije bilo je usvajanje jedinstvenog etičkog kodeksa profesionalnog ponašanja 2006. godine, kao instrumenta za definisanje polja autonomije u kome se može ostvarivati uređivačka sloboda i odgovornost za kvalitet javnog govora. Kodeks je omogućio formiranje prvog, i za sada jedinog, samoregulatornog tela, Saveta za štampu, koje ima cilj da nadzire poštovanje Kodeksa novinara Srbije u štampanim medijima i sankcioniše njegovo kršenje.

Savet za štampu su krajem 2009. godine kao dobrovoljno udruženje novinskih izdavača i novinara osnovala dva poslovna udruženja — Asocijacija medija i Asocijacija nezavisnih lokalnih medija *Lokal pres* — i dva novinarska udruženja — Udruženje novinara Srbije i Nezavisno

---

<sup>17</sup> Strategija komunikacije o pristupanju Republike Srbije evropskoj uniji, „Službeni glasnik RS”, br. 55/05, str. 1.

<sup>18</sup> Prema godišnjem izveštaju organizacije Fridom haus (Freedom house) o slobodi medija u svetu, <http://www.euractiv.rs/mediji/5785-loe-stanje-u-oblasti-medija-u-srbiji> Objavljeno : 03.05.2013.

udruženje novinara Srbije. Načinjen je po uzoru na norveški model. Savet je počeo da radi dve godine kasnije, u septembru 2011. godine, kada je dobio donaciju od Norveške za jednogodišnji rad. Nestabilnost u izvorima finansija Saveta predstavlja njegovu najveću slabost.

Savet za štampu rešava žalbe koje mu upućuju pojedinci ili institucije koji se osećaju povređenima zbog objavljenih sadržaja koje smatraju neprofesionalnim, netačnim ili neetičkim. Njegova nadležnost je da odluči da li je u ovim sadržajima povređen Kodeks novinara Srbije ili ne. Drugi cilj Saveta jeste posredovanje između oštećenih strana i novinarskih redakcija kako bi se izbeglo rešavanje sporova sudskim putem. Sankcije za prekršioce Kodeksa su samo moralne. O prekršajima odlučuje Komisija za žalbe koju čine predstavnici osnivača (četiri iz medijske industrije, četiri iz udruženja novinara) i tri javne ličnosti kao predstavnici civilnog društva. Međutim, domet Saveta je ograničen, jer je Savet dobrovoljno udruženje i žalbe se mogu uputiti samo na tekstove objavljene u mediju koji je član Saveta.<sup>19</sup>

Kodeks novinara Srbije ne formuliše izričito obavezu novinara da jasno publici naznači da je imao političku ili finansijsku podršku ili saradnju sa državnim organima prilikom izveštavanja ili pripremanja građe za izveštavanje. Ona se, ipak, na posredan način pominje u nekoliko odredaba. Na primer, Kodeks obavezuje novinara da ne izveštava o temama u kojima ima lični interes ili sukobljene interese, naglašava da je novinar odgovoran pre svega publici i da tu odgovornost „ne sme da podredi interesima drugih, a posebno interesima izdavača, vlade i drugih državnih organa” i da je „prećutkivanje činjenica koje mogu bitno da utiču na stav javnosti o nekom događaju jednako njihovom namernom iskrivljanju ili iznošenju laži”. Kodeks takođe definiše da je novinar obavezan da pristupa poslu sa dužnom profesionalnom pažnjom i da ima pravo da istražuje sve okolnosti i činjenice o događajima koji su od interesa za javnost.

---

<sup>19</sup> Do kraja 2011. godine, njegovu nadležnost, tj. spremnost da dobrovoljno prizna profesionalnu grešku priznalo je 66 štampanih medija – 10 nacionalnih dnevnih novina, 22 magazina i 34 lokalna glasila. Ovo predstavlja samo 10% ukupno registrovanih štampanih medija

Nažalost, profesionalna kultura novinara i etičko ponašanje još uvek nije karakteristična osobina srpskog novinarstva. U praksi, novinarski kodeks se često krši. Velike probleme sa kojima se suočavaju mediji u Srbiji primetile su i međunarodne institucije. Tako je Rezolucijom Evropskog parlamenta o procesu evropskih integracija Srbije B7-0021/2011 usvojenom 19. januara 2011. godine, izražena zabrinutost zbog pokušaja vlasti da kontrolišu rad medija i skrenuta pažnja na koncentraciju vlasništva i manjak transparentnosti u vlasničkoj strukturi medija.<sup>20</sup> U tretiranju samog procesa informisanja o pristupnim pregovorima dominira stihija i nedovoljno profesionalno bavljenje ovom problematikom. Novinari, opterećeni borbom za preživljavanje su skloniji da se okrenu tabloidnom novinarstvu sa namerom da povećaju tiraž, nego da izveštavaju i edukuju javnosti o EU. Posebno alarmantan podatak dobijen je istraživanjem koje je sproveo Centar za medije i istraživanja Fakulteta političkih nauka iz Beograda. Ovo istraživanje je pokazalo da najveći broj ispitanika (66,54%) smatra da je većini novinara potrebno značajno dodatno obrazovanje, zatim da novinari uglavnom imaju odgovarajuća profesionalna znanja, ali ne i tehnološka (12,69%). Da većina novinara u Srbiji ima odgovarajuće obrazovanje smatra samo 6,92% ispitanika. Principe novinarske etike novinari u Srbiji, prema rezultatima ankete, u najvećoj meri poznaju ali ih ne primenjuju dovoljno (45,38%), poznaju ali ih skoro uopšte ne primenjuju (23,46%) ili ne poznaju niti ih se pridržavaju (29,23%). Samo 1,92% ispitanika smatra da novinari veoma dobro poznaju etičke principe profesije i da ih se pridržavaju.<sup>21</sup>

Bez obzira na poražavajuće rezultate kojima se karakteriše medijska scena, podrška medija u procesu evropskih integracija je veoma značajna. Javnost treba da bude fokusirana na ono što je važno u ovom procesu za

---

<sup>20</sup> Izveštaj o pritiscima i kontroli medija u Srbiji, Vlada Republike Srbije-Savet za boprbu protiv korupcije, septembar 2011.

<sup>21</sup> *Rezultati istraživanja Profesija na raskršću - novinarstvo na pragu informacionog društva* Centar za medije i medijska istraživanja Fakulteta političkih nauka jul 2010 - jun 2011.

<http://www.fpn.bg.ac.rs/2011/07/14/profesija-na-raskrscu/>

sve pripadnike društva i zajednice u celini. U dnevnim informativnim radijskim i televizijskim emisijama, kao i novinskim člancima, ima mnogo izveštaja o procesu evropskih integracija, ali oni uglavnom uključuju aktivnosti vlasti. To je pogrešan pristup ovoj temi jer se radi, uglavnom, o prenošenju agencijskih vesti, konferencija za novinare, susretima predstavnika vlasti sa predstavnicima EU... Vesti, znači postoje, ponekad ih ima i previše. Ne postoji istraživačko novinarstvo, dijalog sa građanima, kvalitet komunikacije i ne postupa se po pravilima profesije: da se građanima prenese istinita i potpuna priča. Prenosi se samo informacija koja je početni segment za komunikacioni proces koji bezuspešno čeka dalji razvoj. Uloga medija je i edukacija javnosti o evropskim temama, podizanje nivoa zainteresovanosti građana za evropske integracije, ali i kritički odnos prema ispunjavanju obaveza koje institucije preuzimaju u procesu evropskih integracija i izveštavaju da li je postignut određeni napredak.

Da bi novinari mogli da odgovore ovako postavljenom zadatku i profesionalnoj ulozi moraju da znaju problematiku i moraju da budu podvrgnuti samokontroli. U tom smislu je otvoren Informativni centar EU u Beogradu, čija je misija informisanje lokalnih vlasti, institucija, medija i građana o procesu integracije i o institucijama i politikama EU.<sup>22</sup> Pored zvanične internet stranice na kojoj su široj javnosti dostupne detaljne informacije o aktivnostima, Delegacija na ovom polju blisko saraduje sa medijima, redovno organizuje razne događaje širom Srbije i objavljuje brošure i informativne letke. Delegacija je na raspolaganju građanima Srbije i medijima za sva pitanja koja se tiču EU i integracionog procesa.

## **ZAKLJUČAK**

Rezultati postignuti u oblasti slobode medija i izražavanja, zajedno s vladavinom prava i garantovanim slobodama, predstavljaju segment pregovora o ulasku u članstvo ne samo Republike Srbije, već i drugih

---

<sup>22</sup> [http://www.europa.rs/o\\_nama/uloga\\_delegacije\\_eu.html](http://www.europa.rs/o_nama/uloga_delegacije_eu.html)

zemalja Balkana. Sprovođenje medijskih reformi u Srbiji za EU jeste prioritet u procesu priprema za otvaranje pregovora o punopravnom članstvu Srbije. Uloga medija je izuzetno značajna u svakom demokratskom društvu, jer mediji doprinose ostvarivanju prava građana da budu aktivni činioци u procesu kreiranja državne politike i donošenja odluka.

Osim toga, da bi građani mogli da se izjašnjavaju o pristupanju EU na osnovu racionalno donetih odluka, a ne na osnovu emocija i nedovoljnog poznavanja materije, neophodan je proces komunikacionog dijaloga sa medijima. Od medija se očekuje da preuzmu ulogu aktera koji će svojim profesionalnim radom da edukuju javnost, vode ravnopravan dijalog i doprinose podizanju nivoa svesti o evropskim integracijama.

Tako postavljen zadatak mogu da obave samo potpuno slobodni i profesionalni novinari koji se bave istraživačkim, a ne tabloidnim novinarstvom. Međutim, očigledno je da ni Evropska unija nije bezazleno prošla kroz oblast komunikacije sa građanima. Bela knjiga je pomogla da se određeni propusti otklone, tako da ovo iskustvo treba da postane polazna osnova za postavljanje komunikacionog modela u zemljama kandidatima za pristupanje u EU. Dobar komunikacioni model podrazumeva razvijenu demokratiju, dobre zakone, razvijenu medijsku samoregulaciju, profesionalno novinarstvo i zainteresovane građane. Svi ovi uslovi su međusobno uslovljeni: nema demokratije bez slobodnog novinarstva koje svoje nedostatke rešava samoregulacijom, a ne intervencijom države, ali nema ni slobodnih medija bez demokratski orijentisane države. To samo pokazuje da društvo mora da se transformiše po svim nivoima i u svim sferama istovremeno.

Takođe, ne možemo da očekujemo javnost zainteresovanu za evropske integracije ako je isključena iz svih diskusionih faza i ako ne zna odgovore na vitalna pitanja. Ako novinari samo prosleđuju političke izjave, javnost bombardovana enormnom količinom polurazumljivih

sličnih informacija postaje apatična i raste odbojnost prema ovoj temi. Ukoliko želimo uspeh potreban nam je aktivan građanin, medijski pismena javnost i sagovornik spreman da uđe u partnerski dijalog sa medijima. Mediji ne treba u tom dijalogu da se postave kao reprezent države, vlade ili nacionalne politike. Njihova uloga je dostizanje istine, samo pre toga moraju da se ispune svi drugi zahtevi da bi kroz medijsku samoregulaciju, edukaciju i profesionalizaciju i oni sami mogli da se izbore za etičnost i dostojanstvo svoje profesije.