

The Culture of Polis

КУЛТУРА

ПОЛИСА

Часопис за невовање демократске и политичке културе

ISSN 1820-4589

Година XII

Посебно издање

2015. година

МАЊИНЕ И МЕДИЈИ

Ћриредио:
Ненад Ђуретић



Култура - Полис, Нови Сад
Институт за Европске студије, Београд

КУЛТУРА ПОЛИСА

The Culture of Polis

часопис за неговање демократске политичке културе

Издавачи: Култура – Полис Нови Сад, www.kpolisa.com;
Институт за европске студије Београд, www.ies.rs

Уредништво: др Србобран Бранковић, др Мирко Милетић,
др Александар М. Петровић, др Славиша Орловић,
др Зоран Аврамовић, др Ђорђе Стојановић,
др Милан Суботић, др Александар Гајић,
др Небојша Петровић, др Жељко Бјелајац,
др Веселин Конатар, др Милан Игругиновић.

Главни и одговорни уредник: др Љубиша Деспотовић

заменик гл. и одгов. уредника: др Зоран Јевтовић

помоћник гл. и одгов. уредника: др Дарко Гавриловић

секретар уредништва: др Марија Ђорић

чланови уредништва из иностранства: др Василис Петсинис (Грчка),
др Пол Мојзес (САД), др Павел Бојко (Руска Федерација),
др Марко Атила Хоаре (Велика Британија),
др Татјана Тапавички - Дуроњић (РС-БиХ),
др Давор Пауковић (Хрватска), др Василе Табара (Румунија)
др Даниела Блажевска (БРЈ Македонија)

Савет часописа: др Живојин Ђурић, председник;

др Вукашин Павловић, др Илија Вујачић, др Срђан Шљукић,
др Драган Лакићевић, др Мирослав Прокопијевић,
др Радослав Гађиновић, др Зоран Арацки, др Недељко Прдић,
др Вељко Делибашић.

штампа: FB Print

тираж: 200.

УДК 316.334.56:008

ЦИП - Каталогизација у публикацији

Библиотека Матице српске, Нови Сад

3

КУЛТУРА полиса : часопис за неговање демократске
политичке културе / главни и одговорни уредник Љубиша
Деспотовић. – Год. 1, бр. 1 (2004) – . – Нови Сад :
Удружење за политичке науке СЦГ Огранак у Новом Саду;
Stylos, 2004.-.- 21 cm

Повремено
ISSN 1820-4589

COBISS.SR-ID 199568391

ISSN 1820-4589

КУЛТУРА ПОЛИСА, год. XII (2015), посебно издање
THE CULTURE OF POLIS

часопис за неговање демократске политичке културе

приредио:

Ненад Ђуретић

Увод

Већина друштава у транзиционом или пост-транзиционом периоду још увек исказују значајне дефиците у пољу консолидације институција које обликују друштвену „ зграду „ за сада важећег либералног концепта државе. Прелазак из једног окошталог система у други који не нуди готову рецептуру за убрзано оздрављење већине носећих сегмената државе и друштва не ретко је спор а готово увек тегобан. Било да се ради о системима који су имали добре стартне позиције или пак о системима које је ваљало претемељити у потпуности. Српски политички миље потоњих деценија био је наглашено пун преломним моментима, одсудним биткама и преобиљем реформи и промена које су у континуитету мењане опет истим или сличним реформама или променама. Наиме, често се чује коментар да је српско друштво производи „ вишак историје“ у односу на оно што и онако трошно тле српског политичког и животног простора може да поднесе. У таквом галиматијасу дешавања и често мењаних оријентација (чак и магистралних праваца) два итекако битна сегмента државе и друштва као што су МАЊИНЕ и МЕДИЈИ трпели су сваковрсне утицаје и били под сталном пресијом променљивог окружења и нових околности. Оба важна под-система дрштвене и државне организације у Србији прошла су кроз веома турбулентне периоде у домену покренутих процеса и тенденција, њихове активне покривености имајући уз то одређене реформске захвате. Шири друштвено-историјски контекст увек је указивао на јако поље контаминације уочљивим набојем када је реч о етничким слободама а најмање једнако када су у питању биле и медијске слободе. Проблеми асимилације, акултурације, етничке покретљивости и етничке интеграције са једне стране као и проблеми медијске равноправности, медијског идентитета и њихових програмских садржаја, цензуре и аутоцензуре и још много тога били су и остали под јаким рефлекторима јавности и готово без изузетка изазивали неку врсту друштвене напетости а не ретко и конфликтности. Наиме, проблеми настали у крилу етничких кретања и међунационалних односа на овим просторима као и проблеми мењања медијске слике и медијског карактера и структуре у Србији и Војводини имали су са друге стране и додатно лошу страну. Утолико лошу када се сагледа гама нерешених историјских, политичких, културних и иних питања која су у приличној мери отежавали неодложне реформе и захтевне процесе мењања петрифицираног стања у поменутиим областима. Чест

је случај да су уочени и издвојени проблеми који су силом друштвеног момента тражили решење имали карактер „ коловрата „ или су, на опште чуђење па и негодовање јавности и непосредних актера, враћани на већ виђене форме и облике рада и деловања или гурани „под тепих„. Тиме се друштво рапидно удаљавало од неумитних цивилизацијских токова док су поменуте области остајале у загрљају изанђалих образаца и модела. Задуго је било тако све док се на неки начин европски пут Србије а самим тим и Војводине није показао као већинска опција па су се етничка и медијска питања испоставила као претеће важна ако не и као питања првог реда. Осетљивост питања и продукција последица услед нерешавања нарасталих проблема условило је убрзање процеса озбиљног приступа и мењања ситуације у етничком проблемском кругу као и мењање целокупне медијске ситуације у Србији и Војводини. Наравно да мултиетничка Војводина уз сву етничку сложеност па следствено и медијску сензибилизацију чини онај политички простор где ствари по природном рефлексу имају посебну тежину. Као и посебно забрињавајуће и мерљиве последице. Промене у етничкој структури, честе етничке миграције, однос већинског и мањинског етникума као и увођење Националних савета, мапе мањинских медија, стандардизација медија уз ноторни проблем финансирања медија су само део огромног проблемског балона који претећи и до данашњих дана плута на војвођанском небу. Уз то много је подразумевајућих решења а одвише мало суштаствених помака. Наравно и много је разлога зашто је то тако. Али конкретних напора у тој непрегледној магли ускомешаних идентитета и програмских варијетета никада није превише. Један од тих искорака ка сериозном дискурсу о МАЊИНАМА и МЕДИЈИМА јесте ова широко постављена тематска целина која је кандидовала ова два сегмента као предмет научне и уопште стручне знатижеље. Намера приређивача је да се ова два феномена наше (нарочито војвођанске) стварности ишчитају као отворено поље јавног диспута које се свакако да оплемени неким квалитетним питањима али и вредним одговорима које намећу поменуте теме. Перцепција читалаца је итекако важна јер садржај текстова нема други, алтернативни таргет него да буде подстицајан и по могућству конструктиван. Да афирмише идеје и да их убаци у практично коло делатних предлога. Надамо се да ће нешто од тога овај Зборник понудити и испровоцирати.

Ненад Ђуретић
Нови Сад, јун 2015.

САДРЖАЈ

1. Увод.....	5
2. Мањинска политика Србије у светлу нових регионалних тенденција	9
3. Националне заједнице у Србији и Војводини: Мултикултуралне основе Устава Републике Србије, национални савети и њихова политизација.....	21
4. Стање и статус медија на русинском језику – проблем утицаја политике и неквалификованост	49
5. Мултијезичност у медијској политици	61
6. Програмски садржаји : најтраженија роба 21. века без декларације о квалитету.....	77
7. Информисање на језицима националних мањина у Војводини: пракса и потребе	95
8. Основне димензије маркетинга друштвених медија	119
9. Анализа штампе националних мањина у Војводини у првим годинама после другог светског рата	137

CONTENT

1. Prologue.....	5
2. Serbian minority policies in the light of the new regional trends.....	19
3. National Communities in Serbia and Vojvodina: Multicultural Foundations of the Constitution of Serbia, National Councils and their Politicizations and Depoliticizations	46
4. Media in ruthenian language in Serbia – external political influence and professional issues	60
5. Multilingualism in Media Policy	76
6. Program content : the most wanted commodity of the 21st century without a declaration of quality.....	94
7. Informing in languages of national minorities in Vojvodina: Practice and needs	117
8. General Dimensions of Social Media Marketing	134
9. Analysis of the press of national minorities in Vojvodina in the first years after The Second World War.....	150

Ненад Ђуретић
Гаранцијски фонд АПВ
Нови Сад

УДК 323.15:338.1 (497.11)

Мањинска политика Србије у светлу нових регионалних тенденција

Сажетак

У раду који је пред нама аутор се бави стањем међунационалних односа у Србији и њиховим утицајем на регионална дешавања и тенденције. С обзиром на чињеницу да су вишенационални односи и само мањинско питање одувек имали важну улогу у развоју српског друштва највећи део рада је посвећен детекцији места и улоге националних мањина од периода социјалистичке Југославије до данашњих дана. Сагласно томе, главни циљ овога рада је да у контексту ширих друштвених промена и транзиционог процеса сагледа актуелне проблеме мањинског питања. Поред тога намера аутора је и да укаже на неке од отворених проблема и могућих решења кроз призму нове мањинске политике. С тим у вези покушава се да се поменута мањинска политика у Србији стави у средиште битно квалитетнијих међунационалних односа који би иницирали и унапредили нове и садржајније контакте са окружењем и регионом. На тај начин би Србија добила проактивну улогу у регионалним констелацијама и увећала свој колебљиви демократски потенцијал. У раду се прецизирају неки од нормативних и практичних корака који би задовољили поменути нови концепт мањинске политике која би за последицу имала успешнију регионалну сарадњу. Магистралан став рада је да није довољно само законски и уставно покрити мањинску проблематику већ да она мора имати и своју практичну утемељеност. Коначно, рад афирмише усклађеност међунационалних односа са стабилним друштвеним и државним развојним перспективама.

Кључне речи

Мултикултуралност, Србија, мањине, народност, међунационални односи, регионализам, толеранција, дискриминација

Србија је одвише дуго сматрана за друштво које је у прилично доброј мери постулирало а у пракси исповедало квалитетне међунационалне

односе. Наравно у пракси су „књижени „ и неизбежни периоди искакања са те продуктивне осе као и озбиљни застоји у развоју етничких права и слобода. Наиме, у периоду након ИИ Светског рата вишенационални односи су били веома важан сегмент пост-ратне политике тадашње новоуспостављене власти и заузимали високо место у агенди битних саставница развојне политике новог социјалистичког друштва. То је и разумљиво будући да је у ширем поимању југословенског простора специфичност тог друштва била мултиетичност. Исту је карактерисала наглашена рељефност конфесија и култура као и бројност других самосвојних особености народа и народности које су живеле на том простору. Многи научни часописи и тангентна истраживања готово су јединствени у констатацији да је положај народа и народности у бившој Југославији био законски ваљано нормиран тако да су националне слободе и права била релативно добро заштићена. Заправо развој и афирмација појединачних националних идентитета била је уставно загарантована и пружала заиста реалну прилику и шансу да се већина од њих политички легитимно и друштвено зрело искажу. Све то је нескривено наткриљавала идеологизована мантра „ братства и јединства“ која је у друштву натопљеном идејом хомогене заједнице готово све етничке групације држала под контролом. Свако међунационално негодовање или комешање било је локализовано неодступном партијском реакцијом која је уз познате рафиниране механизме и оштре методе постојеће „девијације“ доводила у ред и голом пропагандом одржавала мит о етнички хармонизованој држави.

Распад социјализма (најављен првим вишестраначким изборима 1990. године у Хрватској) и увођење вишестраначког система у готово свим републикама југословенске заједнице већину националних мањина затекао је неспремне. Неспремне с обзиром на чињеницу да су се у већини случајева националне мањине нашле у ситуацији да бирају између две или више страна које су биле дуго времена у латентном конфликту а доцније и у директном ратном сукобу. То стање савршено објашњава чињеница да су све националне мањине у претходном социјалистичком друштву биле мање више анестезиране када је у питању изражавање националног идентитета јер је свако акцентовање истог најчешће тумачено као национализам и недопустиви контрапункт идиличној слици комунистичког друштва.

Једнопартијски систем временом је почео да показује сву своју једностраност што се можда најочитије рефлектовало у мањинском питању. Прецизније, велики број политичких репрезентата народности и

етничких заједница био затечен отварањем све већег броја проблема и и све снажнијом тенденцијом рашивања палијативних решења. Изборним системом свемогућег „националног кључа“, идеолошки и социјално контаминирани а не ретко и корумпирани већина од њих није имала критички однос према стварном стању тадашњих међунационалних односа. То је последицило упадљиво великом дезоријентираношћу припадника мањина у социјалном и политичком деловању а још директније на суоднос са матичним државама од којих су у моментима распада тадашњег система тражили дефинисање излазне стратегије. Српско окружење се није нипочему разликовало од свог окружења, стања у другим републикама осим једне, али важне ствари - на српском државном простору није било ратних дејстава. Сви остали моменти који су карактерисали међунационалне односе на целокупним ЈУ простору почев од њихових страхова и недоумица па све до ишчекивања и надања били су симптоматични и за националне мањине у Србији. Утолико пре јер је стање у мирнодопском окружењу било и нешто драматичније јер су два претећа момента додатно уносила немир у окошталу природу међунационалних односа у српском друштву. Први се односио на чињеницу да је српски народ био шиканиран, национално потискиван, па и физички угрожен у готово свим бившим републикама док је у Хрватској и БиХ био директно инволвиран у ратне операције. Други моменат се огледа у чињеници да је српски режим под влашћу Милошевића доминантно ишчитавао као аутократски због обиља испада нетрпељивости, оркестрираних притисака па и агресивних напада према мањинским групама и појединцима из њихових редова. Оба ова фактора су синергично продуковала атмосферу нарушених па и нетрпељивих етничких односа и безусловно подривала стабилност мултиетничке српске заједнице. Стога се са високом прецизношћу може закључити да је у политичкој и друштвеној равни у значајној мери погоршан положај националних мањина уз све учесталије испале нетолеранције, нетрпељивости према мањинској различитости и њиховој другости, увећаној дискриминацији у пољу људских и националних права што је додатно оптеретило ионако трошан демократски потенцијал српског друштва.

Октобарске промене 2000. године навели су радикалну промену ауторитарно вођеног друштва са очекујућом променом системске оријентације државног устројства које је дубоко заглибило у транзиционој окованости свих друштвених потенцијала. Мањинско питање је било на „реду чекања“ са другим битним деловима климаве

државне зграде која је била драматично уздрмана последњим ратним дејствима на самој територији Србије (бомбардовање НАТО алијансе 1999. год). Гасет-Ортеговска „Побуна маса“ на српски начин отворила је шансу да се друштво деблокира из деценијског дремежа и како би се у том смислу евентуално и сами међунационални односи подигли на битно квалитетнији ниво. Почело се са мењањем општег законског оквира везаног за положај и улогу мањинских група у претходним годинама „ догађања народа“, тачније у државној заједници СЦГ а касније у Р Србији. Намера је била да се у што краћем временском року ствари везане за мањинска питања доведу у сагласје са европским стандардима а касније, када законска регулатива практично заживи, хармонизују са европским позитивним законодавством. Друштвени концепт који је био активан до промена није био прикладан општим тенденцијама у окружењу и у више случајева је био начелно на страни промоције и заштите мањинских права него што је истински давао подстицај квалитетном приступу и решењима из корпуса проблема са којима су се мањине сусретале. Било је упадљивих примера да у се није водило рачуна о остварењу веће етничке заступљености и мањинске партиципације у јавној политичкој сфери уз последично минимизирање равноправности и једнакости етничких заједница на српском простору. На истом фону је и смањен ниво делотворног учешћа националних мањина због постојећег цензуса од 5 % који је у периоду до његовог укидања (2004 год) и увођења „ природног прага“ био ограничавајући принцип. Лимитирао је мањинске заједнице да свој друштвени положај и политичку афирмацију могу непосредно да траже и исказују у Скупштини Србије и другим политичким телима и институцијама. Уз то су и даље остали отворени процес неопходне децентрализације и регионалног реорганизовања српског друштва које и надаље има препознатљиве особености унитарног друштва које остаје по сили историјског рефлекса укопано у централистичку парадигму. Уз све речено наметало се још низ отворених питања и нерешених проблема која су чекала на системско нормирање и друштвено утемељене проактивне мањинске политике. Наравно, уз нужну асистенцију озбиљног регионалног концепта српског друштва.

Собзиром да готово увек квалитет међунационалних односа мање више кореспондира квалитету односа већинског народа према мањинским заједницама то нас упућује на размишљање да од тог квалитета (или његовог одсуства) зависи и стабилност унутар самог мултиетничког друштва а последично и његов незаобилазан утицај на земље у окружењу или боље речено у региону.

У уводном делу у појединим назнакама констатовано је да је у бившем социјалистичком систему југословенске државе наглашено важно место заузимало мањинско питање отелотворено у флоскули „ браства и јединства“ које је у својој основи носило мит о друштвеној хармонији којој су опет главни тон давали добри, стабилни међунационални односи. Узимајући их као такве они су претпостављали и добросуседску сарадњу и међусобно уважавање у погледу упућености етничких група и народности (како се то тада звало) једних на друге јер се тако нешто и очекивало због императива времена (биполарна подела света) а понајвише и због позиције тадашње државе (очигледна несврстаност). Може се слободно истаћи да је систем социјалистичког уређења на овим просторима исцртавао идеално-типску формулу уређења међунационалних односа и дуго времена стварао успешан привид о бесконфликтном друштвеном концепту који је етничку слојевитост друштва видео као своју предност а не као потенцијални окидач друштвене нестабилности. Нестанком социјалистичке државе Србија није имала ту историјску привилегију да „ плишано“ заврши демонтиража система који је напуштао историјску сцену већ је избио еруптивни етнички сукоб који је читав простор бивше Југославије учинио поприштем ратног конфликта национално сукобљених ентитета са различитим конфесионалним бацкстаге-ом. Иако смо устврдили да су међунационални односи „шминкани „ јарким бојама било је и много тога што се испостављало као инхибиција ратним страхотама и представљало наивну веру да ће се идилични етнички односи законито прелити у друштвено прихватљив оквир. Међутим, зао дух деценијама заптивеног „ етничког лонца“ на просторима југословенске државе катастрофично је исказао све мане које су идеолошки биле потискиване и на простору највеће националне испреплетености (БиХ) букнула је искра сукобљености а потом и крајња, застрашујућа последица - рат. Тај исти рат је у свом завршном књижењу, како се то најчешће и дешава када су у питању жаришта где је простор мултиетнички, непоштедно казнио све актере и оставио огромну пукотину у равни међунационалних односа у погледу поверења, суживота а напослетку и саме толеранције и емпатије за различитост. У светлу поменутих чињеница, српски мултиетнички простор је постао контаминиран националном подозривошћу и латентном дистанцираношћу тако да у пост-ратном периоду имамо лавирање између етничке самодовољности и искључивости па све до ревитализације мирнодопских непријатељстава и сукоба. Последица је та да се много више политичке воље и друштвене енергије троши

на смиривање нараслих тензија и рецидива нараслих напетости него што се улаже напор у креирању позитивног мњења и реализације практичних корака како би се етнички пандемонијум уравнотежио. Заправо чини нам се да и није било историјског предах да се српски национални простор истински пацификује будући да је косовски проблем деценијама био (нажалост и остао) „ камен о врату“ целокупној српској нацији. Проблем који је безнадно потирао сваку шансу да се унутар националног бића ствари нормализују а међунационални односи суштински побољшају и ставе у интегришућу а не ентропијску функцију. Да будемо још директнији, Србија није била у историјски погодној ситуацији да искористи „ постконфликтну стабилизацију „, како неки аутори називају период након Дејтонског споразума (21. Новембар 1995 год.), и да успостави квалитетно нове видове мултилатерарне сарадње ако не са просторно удаљеним државама онда превасходно са новонасталим државама и новим ентитетима бивше Југославије. Ценимо да су у праву они који тврде да су таквом друштвеном коловрату највише допринела два чиниоца. Први и најробуснији јесте спирала поменутог косовских сукоба чија је кулминација била ваздушни напади НАТО авијације на Србију док се други разлог наслућује у чињеници останака (цементирања) политичких елита које су заподенуле рат у бившој Југославији на власти у својим републикама и њихова трапавост а гдегод и хотимична наглувост у креирању регионалних добросуседских односа. Упутно је истаћи да је било сукцесивних покушаја да се иницира нови оквир за међудржавну (а тиме и међунационалну) регионалну сарадњу од којих би, за потребе овога рада, апострофирали оне најважније. При томе најдиректније мислимо на *Централноевропску иницијативу из 1989. год* (када је и стартовала), на *Роајомонски процес* илишире речено на *Процес стабилности и добросуседства у Југоисточној Европи из 1995. год* као и *Иницијатива за сарадњу у Југоисточној Европи (СЕЦИ) из 1996. год.*

Наравно никако не треба заборавити и оснивање *Пакта стабилности за Југоисточну Европу (1999. год.)* који је и формиран као иницијатива и институционални облик унапређења људских и материјалних права, развоја парламентарне сарадње, јачања трговине, развоја инфраструктуре, потпоре малим и средњим предузећима, развоја образовања и транспорта и који је у ширем регионалном контексту укључио готово све државе Југоисточне Европе (укључив и Турску) осим тадашње Савезне Републике Југославије. Учинак поменутог Пакта... је био евидентан у пољу унапређења правосуђа, унутрашњих послова и

борбе против организованог криминала а следствено је на одређен начин и антиципирао боље међунационалне односе у регији коју је обухватао и навестио убедљив тренд нормализације мултилатералних односа међу државама и етничким скупинама унутар тих држава. Надаље, поменути процеси на јачању интеракције у пољу регионалне сарадње које је иницирао Пакт стабилности временом су деблокирали одређене кочнице које су биле запрека у међусобним односима. Тако се из једне фазе која је већ поменута, фазе стабилизације или пак фазе нормализације, прешло на отварање процеса евроинтеграција који је уједно и одредио почетак неупитне оријентације тих земаља у отпочињању процеса придруживања и конкретних радњи везаних за прикључење Е У. На тај начин се битно трансформисао оквир регионалне сарадње јер су државе из регије коју је Пакт обухватао морале да преузму непосредну одговорност за реализацију свих видова вишедимензионалне сарадње која је до ове фазе била у окриљу међународне заједнице. Сходно томе, и сам Пакт стабилности је преиначен у *Регионални савет за сарадњу (РЦЦ)* чије формирање управо и била демаркациона тачка завршетка фазе нормализације односа и како је речено, почетак процеса евроинтеграција.

Мањинска политика је у горепоменутиим кретањима и процесима била талац макро-потеза већине држава што се без икакве резерве може рећи и за процесе везане за мањинску политику и у српској држави. Можда то стање (узроци и последице) најбоље маркира један фрагмент из извештаја Карнегијеве комисије која је у току 1996 год. боравила на простору бивше Југославије у којем се, између осталог, нуди одређен уставни оквир за решавање међуетничких сукоба на тим просторима. У том делу извештаја се каже : „Етничко чишћење или принудна асимилација, који су преовлађавали на великом делу Балкана од ХИХвека, био је одговор на схватање да би требало да једна држава буде једна нација, једна култура, једна вера. Неки доказују да етно-национализам може бити ублажен политички-давањем мањинама културних права (језик, вера, и др.), тако да културна аутономија предупреди захтеве за територијалном аутономијом. Ово нема изгледа на Балкану : мањине неће имати поверења у правне гаранције уколико их не прати и територијална аутономија, док већинске групе страхују да ће давање колективних права подстаћи дезинтеграцију и ирендентизам. „ (Зборник ПЕРСПЕКТИВЕ МУЛТИКУЛТУРАЛИЗМА У ДРЖАВАМА ЗАПАДНОГ БАЛКАНА, уредио мр Горан Башић, Фридрих Еберт, Бг,2004, стр.12-13

Држимо да горепоменута констатација у значајној мери нијансира вишедеценијски суоднос (након демисије социјалистичког система)

између већинског српског народа и мањина на српском простору. Већ је исказана тврдња да је сама демонстрација бивше Југославије на површину снажно избацила већину прикривених етно-анимозитета. Створена је за многе националне мањине потпуно нова ситуација која је озбиљно пореметила ранију државно „ушущкану“ форму мањинске позиције и потакла на размишљање а све чешће и на решавање нових друштвених и државних облика мањинских модела партиципације. Дуго времена су међунационални односи пратили растућу напетост у југословенском мултиетничком региону и имали метастабилну функцију. Напослетку је, на жалост свих учесника са ових простора, оружани епилог у решавању етно-сукоба само употпунио очекиван мозаик рђавих и деструктивних прилика и дешавања. Одржавање каквог-таквог квалитета међунационалних односа постало је немогуће у амбијенту набујалих републичких национализма чиме је једна заједница доведена до свог краха, слома који, уз сва настојања, није могао завршити „бенигно“. Латентне нетрпељивости, прикривене неједнакости уз национални ексклузивизам породили су све већу суревњивост међу мањинама, увећали искључивост и самодовољност и у неким од радикалнијих случајева поспешили гетоизацију и већ поменути иредентизам. Одговор српског „друштва у расулу“ био је више него промашен. Нити је постојала воља да се односи после социјалистичке међунационалне „симфоније“ редефинишу нити пак да се базно буђење уснулог српског национализма обузда и стави у постојеће оквире друштва које је тежно обнављало своју државност. Јакe тенденције централизације и процеси акултурације безусловно су дистанцирали мањине. Те исте мањине су већ ионако имале изражен отклон према свему што их је померало из постојане и дуговремене патерналистичке државне политике. За разлику од готово 35 година када уставно нити пак у друштвено-политичкој пракси није подржавано постојање херметичких националних средина последица растакања југословенске државе била је све већа мајоризација већинских ентитета у засебним, настајућим државама и осећај угрожености мањинског елемента. Наравно да у свим тим процесима Србија није била поштеђена утицаја на свеукупну политичку и друштвену климу и односе који су карактерисали њен међунационални миље а дакако и на нови нормативно-правни корпус заштите положаја и улоге националних мањина. Већина негативних појава се драматично брзо калемила у пољу националног које опет није било у приоритетној агенди политичких актера јер су, како смо већ назначили, многи виталнији проблеми српске државности били угрожени и нерешени. Видно је било рапидно

пропадање ионако недоречене регулативе мањинских права које је и даље уз високу централизацију, прозаичну владавину права, институционалну дисфункционалност као и спору европеизацију целокупног српског простора чинило кардиналну сметњу ка одрживим а тиме и стабилнијим мултиетничким односима. Заштита мањинских права била је нарушена приликом распада Југославије и потом је имала више неку спорадичну форму него што је уобличавала неку конзистентну мањинску политику. Дакле мањинска права су имала више повремену и непотпуну примену и нису ишла изнад општих праваца преузетих из ранијих уставних и законских образаца. Конкретно, неефикасност судства и тужилаштва, полиције и адвокатуре биле су правило а добра и позитивна пракса изузетак. Уз све ово готово неизоставно је ишло учестало кршење слободе изражавања националног идентитета, права на посебност као и забрана дискриминације и јемства стечених права. Наравно свеукупно лошој слици доприносила је и даље уставно неусклађена материја о мањинским правима и заштити истих што је на непосредан начин доприносило увећању лоше праксе и традиције већинског народа према проблемима заштите мањинских права у Србији.

Перспективе међунационалних односа у Србији могу се сагледати кроз тренутну ситуацију у погледу мањинских права и потенцијал да се квалитетно унапређење тих права стави у функцију регионалног повезивања и ширих интеграција где се понајпре мисли на започет процес евроинтеграција. С обзиром да смо у претходним пасусима истакли чиниоце који су озбиљно лимитирали унапређење међунационалних односа и њихов утицај на стабилну међуетничку сарадњу пожељно је нагласити и моменте који су актуелна сметња да се проактивна мањинска политика заснује и стави у функцију интегративних процеса и њиховог интензивирања.

Ако не први оно један од најважнијих услова у очекујућем оквиру побољшања међунационалне мапе у Србији јесте опортунa регионализација која би увећала интеграциони потенцијал српске државе и на квалитетан начин надишла транзиционе недаће везане за застарелу територијално-економску поделу српске државне територије по областима. Регионална подела урађена по новим узусима које изискује посве нова економско – политичка либерална матрица (која такође трпи озбиљне дилеме) ставила би и националне мањине у позицију да поред индивидуалних права остварују битно квалитетнију заштиту и својих колективних права и да иста права ставе у шири контекст заједничких права са правима других из окружења. При томе се мисли на смањење

централистичких ингеренција и њихових октроисаних нормативних решења насупрот којима се уочава функционална предност решењима која долазе из регионалног (и локалног) увида у стање међунационалних односа. Регионализација српског друштва би имала за потребу да консултује регионални концепт који респектује стандарде Европске Уније(НУТС) и у духу српских специфичности отелотвори регионалну поделу која би умањила централистичка атрибуте и умирила дезинтегрирајуће апетите.

Већ је истакнуто да су ратна сукобљавања и интервенција НАТО авијације последично услове евидентну етничку дистанцу (национална блискост или удаљеност од појединца или групе друге етничке заједнице) између већинског српског народа и мањинских група и појединаца и да је по неким истраживањима најчешћи одговор био – равнодушност, односно средња оцена 3 по Марфи-Ликертовој скали. Уочавамо да се са аспекта непријатељског вредновања појединих етничких заједница прешло на став међусобне трпељивости што у великом броју случајева не одговара пројекцији државе која би имала неопходно толерантан и одговоран приступ вишенационалним односима и из те позиције градила стабилан етнички суживот.

На претходно уочену карактеристику наслања се дугорочно гледајући више пута истицана потреба за конзистентном државном мањинском политиком која би респектовала универзалне и колективне вредности поменутих етникума и истински вредновала потребе њихових националних идентитета. Иако ратне деведесете године нису оставиле за собом трајно нарушене међунационалне односе оне су ипак продуковале видљиво заостајање у домену чувања и заштите етничких вредности и економским сиромашењем земље условили и забрињавајући пад у образовном и културном пољу где се мањински интерес највише поклапа са државним од које очекује и најозбиљнију подршку и помоћ.

Сходно изнетом, да би се законитим развојем друштвених односа увећао и „општи индекс благостања „ тог друштва нужно је да већина круцијалних друштвених сегмената има прецизну нормативну покривеност и стабилну практичну остваривост. Међу најважнијим карикама за приближавање таквом општем демократском моделу имају и вишенационални односи у Србији. Особито у процесима евроинтеграција где институти афирмативне акције, позитивне дискриминације, заштите колективних права мањина и др. имају посебну и нарочиту улогу. Степен њиховог прокламовања, прихватања и саме примене указује на емпиријски ранг таквих демократских начела и њихову суштинску

важност за развој српског друштва. На исти начин поменута начела и потенцијал који она имају, дају и остварују у широј заједници нужно утичу и на вредност промишљања и стабилност учествовања Србије у регионалним кретањима и процесима .

ЛИТЕРАТУРА :

1. Горан Башић- уредник,Перспективе мултикултурализма у државама западног Балкана(2004) : Центар за истраживање етничитета, Бг
2. Зборник, Права и статус мањинау државама насталим након распада СФРЈ (2000) Форум демократске алтернативе БиХ,Сарајево
3. Миодраг А. Јовановић,Колективна праваи позитивнадискриминација (2009) Службени гласник, Бг
4. Милан Трипковић-уредник, Мултикултурна Војводина у европским инеграцијама(2006), Филозофски факултет у Новом Саду, Нови Сад
5. Нова српска политичка мисао вол.VIII, 1-4, часопис, тематски број МУЛТИКУЛТУРАЛИЗАМ, Бг
6. Зборник Положај националних мањина у СР Југославији (1996), Српска академија наука

Serbian minority policies in the light of the new regional trends

Summary

In this paper which lays in front of us, the author deals with the state of international affairs in Serbia and their influence on regional stability of the aforementioned. Considering the fact that multinational relations and the question of minority have always played a crucial role in the development of Serbian society , most of the paper is dedicated to detecting a place and a role of minorities since Second World War to present. In accordance to this, main goal of this paper is to look upon current problems of minorities in a context of broader social changes and transitional process. Other than that, the intention of the author is to point to some of the current problems and a wide array of possible solutions through the prism of new minority politics. In accordance with that , the mentioned minority politics in Serbia is trying to be put in a centre of much better international relations which would initiate and improve new and more fulfilling contacts with surroundings and region. This way , the Serbia would have a proactive role in regional constellation and it would

improve its wavering democratic potential. In this paper some of the normative and practical steps are enlisted. These steps could satisfy aforementioned concept of minority policies which, in turn, would have a more stable regional cooperation as a result. The final conclusion of this paper is that it is not just enough to cover minority policies legally and constitutionally it also needs to have its practical foundation. Finally, this paper affirms the coordination of international relations with stable social and governmental development perspective

Key words: multiculturalism, Serbia, minority, international relations, nationality, regionalism, tolerance and discrimination

Душко Радосављевић¹
Николина Матијевић, мастер²

УДК 323.1 (497.11+497.113):342.413

Националне заједнице у Србији и Војводини: Мултикултуралне основе Устава Р Србије, национални савети и њихова политизација

Апстракт: Србија је “недовршена држава”, коју одликује одређена политичка рестаурација. За очекивати је да се неће у јавни живот враћати оне активности којима је Србија била обележена у последњој деценији XX века, које и данас остављају ожиљке на крхком демократском телу Србије, посебно у областима нашег интереса – политика према националним заједницама и њиховом јавном и политичком представљању у АП Војводини.

Питање мултикултурализма у Србији и Војводини је одавно актуелно. Србија је мултиетничка држава, што је потврђено Уставом донетим и пратећим законима. Национални савети у Србији, статус и улога, као и проблеми, у фокусу су пажње јавности. Једно од усмерења рада су и предлози за деполитизацију националних савета и стварање услова за изражавање културне аутономије националних заједница и њихово боље интегрисање у државну и друштвену целину.

Кључне речи: Србија, Војводина, мултикултурализам, националне заједнице, национални савети, јавно и политичко представљање, политизација и деполитизација.

„Сва (су) слободна друштва – а не само етнички сложена – заправо подијељена друштва“.

(Дејан Јовић)

¹ Редовни професор Факултета за правне и пословне студије др Лазар Врратић у Н. Саду. Председник Војвођанске политиколошке асоцијације (ВПА). Е-маил: vrans2010@gmail.com.

² Асистенткиња Факултета за правне и пословне студије др Лазар Врратић у Н. Саду. Докторанткиња на Факултету политичких наука у Београду. Е-маил: nikolina_matijevic@yahoo.com

Увод

Србија је у овом тренутку “недовршена држава”. Још увек је присутна политичка технологија ослоњена на експлозивну и опасну мешавину националног и социјалног популизма, увелико се обнављају формативни принципи “старога режима” (Слободана Милошевића). За надати је се да неће бити враћене оне активности којима је Србија била обележена у последњој деценији XX века, које и данас остављају ожиљке на крхком демократском телу Србије, посебно у областима од нашег интереса – политика према националним заједницама, те активности на угрожавању мултиетничког идентитета Војводине и Србије и јавног и политичког презентовања припадника националих заједница у покрајини.

Аутономна покрајина Војводина је карактеристична по томе што у њој живи велики број националних заједница, што је мултиконфесионална и мултијезична – пример мултикултурализма у овом делу Европе. Решавање питања националних заједница на нивоу Републике Србије најбоље је почети у Војводини, која има дугу историју и традицију живота у различитости, као што **Васа Стајић** рече, давне 1928. године: „...како би Војводина, на југоистоку Европе, постала не српски Елзас него Тампол област, у којој би се стишавали таласи империјалистичких национализама који, долазе са Севера и Југа, а цветала Култура са посебном нијансом, коју диктује етничко шаренило Војводине“.³ Но, да би боље разумели ову сложену материју, кренућемо од основних појмова.

Мултикултуралне основе

Прво - мултикултурализам се користи као описни и нормативни појам. Примарно, он означава културну разноликост, као последицу постојања две или више група у оквиру друштва, чија веровања и праксе доводе до стварања више различитих колективних идентитета. Појам је нераскидиво повезан са разноликошћу заједница и проистиче из расних, етничких или језичких разлика. Као нормативни појам, мултикултурализам подразумева прихватање разноликости у заједници, које се заснива на праву различитих културних група на поштовање и признање. Критичари мултикултурализма истичу да су мултикултурална друштва нестабилна по својој природи, а нормативни мултикултурализам сматрају примером политичке коректности. (Е. Хејвуд. 2004: 230-35)

Од 60-их година XX века, мултикултурализам доводи у питање идеју нације, као политички и културно јединствене целине. Национализам се узима увек као пример политике идентитета тако што људима говори ко

³ В. Стајић, *Писмо упућено Удружењу Војвођана*, 1928.

су – даје им историју, оснажује везе и колективни дух и задаје циљ који је виши од постојања индивидуе. Као и национализам, мултикултурализам је облик политике идентитета, али који акценат ставља на политику разлике, односно, степен културне разноликости и разлика идентитета у већини савремених друштава. Зато поједини аутори мултикултурализам дефинишу као „*етничку политику која фаворизује етничку припадност и тиме, као и национализам, апсолутизује принцип националности или групног етничког идентитета, подижући га на ниво основног интегративног принципа.*“⁴

У Уставу Р Србије из 2006. године, одредбе о слободама, правима и дужностима човека и грађанина, где су садржана у посебном пододељку и права посвећена припадницима националних мањина, појављују се одмах након Основних одредби, представљајући другу од десет целина Устава. Овде би се осврнули на добру традицију коришћења израза „*национална заједница*“, примереног просторима Војводине и подеснијег у мултикултуралном друштву, али и подсетили да је и у „*Милошевићевом*“ уставу остављен израз „*народност*“, који је такође адекватнији од израза коришћеног у Уставу. Устав из 2006. у односу на онај из 1990. године, нуди нови концепт грађанске државе јер је Република Србија одређена као „*држава српског народа и свих грађана који у њој живе*“. Међутим, стално се инсистира на службеној употреби српског језика и ћириличног писма, док су државни симболи који су у употреби, производ искључиво српске традиције.

Анализирајући садржину одредби друге целине Устава, који обухвата заштиту људских и мањинских права и слобода, можемо закључити да су Уставом обухваћена скоро сва људска права којима се штити телесни и духовни интегритет личности појединца, политичке слободе и права као и одређени број социјално економских права.

У члану 18. Устава, се гарантује да се ради о правима која су обухваћена опште прихваћеним правилима међународног права, која су потврђена међународним уговорима и законима. Посебан став наглашава да су све одредбе које се тичу људских и мањинских права сагласне важећим међународним стандардима и пракси међународних институција. Овде се морамо осврнути на, већ устаљено, истицање „*највиших међународних стандарда*“ који се спроводе у Р Србији, што је доста проблематично, јер су међународно прописани стандарди минимум поштовања и омогућавања људских и мањинских права. Обезбедити те стандарде није нешто што посебно одудара, односно, нешто што је за посебну

⁴ Види: Б Мијатовић, И. Вујачић, Т. Маринковић. 2008, *Појмовник либералне демократије*, Београд, стр. 102

хвалу. Стандарди су основа на коју појединачно државе могу и требају да надограђују заштиту људских и мањинских права, односно права националних заједница, у нашем конкретном случају. Али, вратимо се на нашу тему. Свако ограничење људских и мањинских права може бити учињено законом уколико то Устав дозвољава, у обиму који подразумева не залажење у суштину права. Изузетно је значајан став 2, члана 20. који истиче да се *„достигнути ниво људских и мањинских права не може смањивати“*.(Устав РС, 2006) Сви државни органи, посебно судови, морају водити рачуна да се ограничење примењује само када је то према Уставу неопходно. Сведоци смо да су приликом тзв. *„судске реформе“* укинута судови у местима где су живели припадници националних заједница у већем броју, у дужем временском периоду, и да је то прошло доста незапажено, те да се о овом аспекту проблема није водило рачуна.

Република Србија је вишенационална држава, стога је више него оправдан члан 47. Устава од 2006. године, који истиче да је свако слободан да изрази своју националну припадност, али није дужан да то уради. С овим приступом је потпуно у складу уважавање и подстицање разлика у свим областима које се као посебно право гарантују чланом 48. Устава РС: *„Мерама у образовању, култури и јавном обавештавању, Република Србија подстиче разумевање, уважавање и поштовање разлика које постоје због посебности етничког, културног, језичког или верског идентитета њених грађана.“* Ова је одредба у пракси доведена у питање активностима да се укину или својински трансформишу локални медији, али и РТ Војводина, као медији који значајну делатност обављају у области информисања националних заједница.

Више пута је наглашено да је забрањена свака врста дискриминације, између осталог и дискриминација припадника националних заједница пред законом, а гарантована им је и заштита. На пољу њихове заштите сигурно има доста тога што захтева додатан рад, посебно ако се има у виду изразито нижи социјални положај неких од њих (нпр. Роми). Иста одредба члана 76. Устава Р Србије оправдава мере и прописе којим се подстиче позитивна дискриминација а чији је циљ уклањање неповољних животних услова припадника појединих националних заједница. У члановима 77. и 78. истиче се да су припадници националних заједница равноправни приликом вођења јавних послова и забрањује се њихова насилна асимилација. При томе је неопходно водити рачуна о адекватној заступљености припадника појединих националних заједница као и о обезбеђењу одговарајуће законске заштите против њихове насилне асимилације. Због тога је забрањено предузимање било каквих мера

чија би примена довела до насилне промене националног састава становништва у подручјима где су припадници националних заједница традиционално у већини. Опет, за све године примене Устава, нисмо сазнали ни за једну утврђену и примењену јавну политику која би ове начелне одредбе спровела!

Посвећивање посебног пододељка правима припадника националних мањина може се оценити као покушај тзв. „*позитивне дискриминације*“, имајући у виду проценат припадника националних заједница у становништву.

Неки од закона који се баве питањем националних заједница су Закон о заштити права и слобода националних мањина, Закон о службеној употреби језика и писма, Закон о основама система образовања и васпитања, Закон о локалној самоуправи и Закон о националним саветима националних мањина.

Закон о заштити права и слобода националних мањина је основни акт којим се дефинише статус националних заједница. Овај закон је донет за време постојања Савезне Републике Југославије а наставио је да важи и након осамостаљење Р Србије, 2006. године. Њиме је „*отворен приступ дефинисања мањинских идентитета, што значи да се различита схватања идентитета могу у најширем смислу подвести под општи појам националне заједнице*“.⁵ Да би стекла статус националне заједнице потребно је да је поменута у дуготрајној и чврстој вези са овим простором (територијом), и да поседује одлике по којима се разликује од већине становника – језик, културу, националну или етничку припадност, вероисповест и сл. Основна начела у систему заштите националних заједница су забрана дискриминације, мере за обезбеђивање равноправности, слобода националног опредељивања и изражавања, сарадња са сународницима (у земљи и иностранству), обавеза поштовања уставног поретка, начела међународног права и јавног морала као и заштита стечених права. Законом је предвиђено и оснивање мањинских самоуправа, националних савета.

Закон о службеној употреби језика и писма предвиђа обавезну службену употребу језика и писма националне заједнице у јединицама локалне самоуправе где живе припадници те националне заједнице. Према Закону о личној карти из 2006. године, предвиђено је да се образац за исту штампа на језику и писму националних заједница. Од

⁵ Д. Радосављевић, Н. Матијевић, Р. Јововић. 2013. „*Политичко и јавно представљање националних заједница у Војводини*“, у: *Мултикултуралност и савремено друштво*, зборник радова, Нови Сад, стр. 150.

45 војвођанских општина, само у седам је српски језик једини који је у службеној употреби. То су Инђија, Ириг, Опово, Панчево, Пећинци, Рума и Сремски Карловци.⁶ Уколико нека заједница не испуњава услове који су неопходни да би њен језик био у службеној употреби на нивоу читаве општине, њен језик се уводи у службену употребу у насељима где је национална заједница насељена у већем проценту.

Закон о основама система образовања и васпитања као циљ образовања предвиђа развијање свести о државној и националној припадности и неговању српске традиције и културе као и традиције и културе националних заједница чији се припадници могу образовати на свом језику или двојезично. Закон предвиђа да је за извођење наставе на језику националне заједнице потребно да у једном разреду буде 15 ученика али тај број може да буде и мањи, уз дозволу министра просвете. Такође према Закону, учење српског језика је обавезно.

Од увођења Закона о локалној самоуправи, у праксу су уведени нови механизми учешћа грађана што је створило и нове могућности националним заједницама за њихово представљање у локалној самоуправи. Члан 18. предвиђа надлежност општина у имплементацији права националних заједница. Претходно наведено требало би да створи услове за стабилне односе и превазилажење међуетничких анимозитета. Локалне самоуправе морају да обезбеде услове да се Устав и закони спроводе у пракси. У члану 63. предвиђено је да се оснивају савети за међунационалне односе у мултиетничким општинама. Ови савети, као механизми контроле локалне власти, задужени су да прате догађања и да се баве проблематиком остваривања, заштите и националне равноправности. Њихова улога је да постану механизам који ће омогућити развијање складних међуетничких односа у локалним срединама. Пракса је показала да постоје проблеми који се тичу рада ових савета – закон изричито не дефинише надлежности, као ни избор чланова, па је начин функционисања ових тела различит у свакој општини.

Националним заједницама, поред права која имају сви грађани, припадају и индивидуална и колективна права, и тако се, индивидуално и колективно, остварују у складу са Уставом, законима и међународним уговорима. Као део једног од колективних права, националне заједнице саме одлучују о питањима везаним за културу, образовање, обавештавање и службену употребу језика и писма, у складу са законом. Да би оствариле самоуправу у наведеним областима, припадници националних заједница имају могућност да образују своје националне савете.

⁶ Isto, str. 152.

Национални савети

Како би се осигурали реални услови за примену права припадника националних заједница, која су гарантована Уставом и Законом о заштити права и слобода националних мањина, Народна скупштина Р Србије је усвојила Закон о националним саветима националних мањина. Поменути закон је ступио на снагу 11. септембра 2009. године. Национални савети, о чијем је оснивању било говора и пре овог закона, предвиђени су као кровне националне институције, које су под великим утицајем доминантних политичких партија унутар националних заједница и где организације цивилног друштва немају ни мало утицаја. Њиме су детаљно одређене надлежности националних савета о областима образовања, културе, обавештавања и службене употребе језика и писма, поступак избора националних савета, начин финансирања њиховог рада, као и друга питања од значаја за њихов рад.

Национални савет представља националну заједницу у области образовања, културе, обавештавања на језику националне заједнице и службене употребе језика и писма, учествује у процесу одлучивања или одлучује о питањима из тих области и оснива установе, привредна друштва и друге организације из ових области. *„Организацијом, удружењем или политичком организацијом националне мањине сматра се организација, удружење грађана или политичка организација која има предзнак једне националне мањине у свом називу, или је статутом одређена као организација, удружење или политичка организација која окупља, или делује у интересу припадника националне мањине“*⁷

Регистар националних савета води министарство које је задужено за послове заштите људских и мањинских права. Закон о заштити права и слобода националних мањина у члану 19. уређује да припадници националних мањина могу бирати националне савете како би остварили право на самоуправу у области употребе језика и писма, образовања, информисања и културе. Број чланова националног савета се одређује на основу броја становника одређене националне заједнице, према последњем попису становништва. Национални савети могу имати најмање 15 а највише 35 чланова, зависно од броја припадника националне заједнице, и бирају се на период од четири године.

„Национални савет, у складу са законом и својим статутом, преко својих органа самостално:

- 1. доноси и мења статут националног савета;*
- 2. доноси финансијски план, финансијски извештај и завршни рачун;*

⁷ Закон о националним саветима националних мањина. 2009.

3. *располаже сопственом имовином;*
4. *одлучује о називу, симболима и печату националног савета;*
5. *утврђује предлоге националних симбола, знамења и празника националне мањине;*
6. *оснива установе, удружења, фондациије, привредна друштва у областима културе, образовања, обавештавања и службене употребе језика и писма и другим областима од значаја за очување идентитета националне мањине;*
7. *предлаже представника националне мањине у савету за међунационалне односе у јединици локалне самоуправе;*
8. *установљава и додељује признања;*
9. *иницира доношење и прати спровођење закона и других прописа из области културе, образовања, обавештавања и службене употребе језика и писма;*
10. *учествује у припреми прописа и предлаже измену и допуну прописа којима се уређују Уставом гарантована права националних мањина у области културе, образовања, обавештавања и службене употребе језика и писма;*
11. *предлаже посебне прописе и привремене мере у областима у којима се остварује право на самоуправу, ради постизања пуне равноправности између припадника националне мањине и грађана који припадају већини;*
12. *покреће поступак пред Уставним судом, Заштитником грађана, покрајинским и локалним омбудсманом и другим надлежним органима, када процени да је дошло до повреде Уставом и законом гарантованих права и слобода припадника националних мањина;*
13. *покреће поступак из тачке 12) овог члана у име припадника националне мањине, уз претходно прибављено писмено овлашћење;*
14. *заузима ставове, покреће иницијативе и предузима мере у вези са свим питањима која су непосредно повезана са положајем, идентитетом и правима националне мањине;*
15. *одлучује о другим питањима која су му поверена законом, актом аутономне покрајине или јединице локалне самоуправе“⁸.*

Из наведеног видимо да су надлежности националних савета прилично ограничене на давање предлога и учествовање у процесима доношења аката која се тичу права националних заједница. Једна од главних

⁸ Закон о националним саветима националних мањина. 2009.

области у којима национални савети имају надлежности је област образовања. Занимљив случај је да кад су у питању установе ученичког стандарда, национални савети морају да сарађују између себе. У Закону о националним саветима националних мањина стоји да, уколико у одређеној јединици локалне самоуправе постоји више језика националних заједница у службеној употреби, заинтересовани национални савети дају предлог за заједничког кандидата за члана управног одбора. Осим тога, када су у питању установе ученичког стандарда, национални савети надлежном министру предлажу мере и програм васпитног рада који се тичу афирмације међуетничке толеранције и мултикултурализма.

Органи државе, територијалне аутономије или јединице локалне самоуправе, дужни су да се консултују са националним саветима приликом одлучивања у областима службене употребе језика, образовања, информисања и културе на језику националне заједнице. Из наведених области се део овлашћења може поверити саветима а држава је обавезна да им обезбеди потребна финансијска средства.⁹

Савет може да стиче и отуђује покретну и непокретну имовину а може да буде и корисник средстава у јавној својини. Средства за финансирање националних савета, према Закону о националним саветима националних мањина, обезбеђују се из буџета Р Србије, буџета аутономне покрајине и буџета јединица локалне самоуправе, донација и осталих прихода. Висина средстава из јавних извора се сваке године дефинише Законом о буџету Р Србије, одлукама о буџету аутономне покрајине и јединица локалне самоуправе. 30% средстава која су намењена националним саветима, распоређује се у једнаким износима свим регистрованим националним заједницама које национални савети представљају, а остатак од 70% сразмерно броју припадника националне заједнице коју национални савет представља, као и укупном броју установа те националне заједнице у области културе, образовања, обавештавања и службене употребе језика и писма и обиму активности тих установа. Одлуку о расподели средстава из буџета Р Србије доноси Министарство. Средства која се распоређују из буџета аутономне покрајине се распоређују у складу са одлуком надлежног органа аутономне покрајине, националним саветима који имају седиште на простору аутономне покрајине. Средства која се обезбеђују из буџета јединица локалне самоуправе се распоређују у складу са одлуком надлежног органа јединице локалне самоуправе, националним саветима који представљају националне заједнице које у становништву јединице локалне самоуправе достижу најмање 10% од

⁹ *Извештај Покрајинског омбудсмана Аутономне покрајине Војводине за 2011. годину*, стр. 3.

укупног броја становништва или националних заједница чији је језик у службеној употреби на територији јединице локалне самоуправе. Према Закону о националним саветима националних мањина, национални савет је дужан да води књиговодство о свим приходима и расходима. Национални савети учествују у поступку расподеле средстава буџетског фонда за националне заједнице, која се додељују јавним конкурсом за финансирање програма и пројеката из области културе, образовања, обавештавања и службене употребе језика и писма националних заједница. Овим буџетским фондом управља министарство које је уједно задужено и за надзор над законитошћу рада и аката националних савета.

Након што је поменути закон ступио снагу, током 2011. и 2012. године, Покрајинском омбудсману који се стара о заштити и унапређењу људских права и слобода сваког лица гарантованих Уставом, новоизабрани национални савети, и јединице локалне самоуправе, упутили су већи број представки у вези са (не)применом Закона о националним саветима националних заједница. Већина представки садржала је притужбе на понашање јединица локалне самоуправе које по тврдњи подносилаца представки не сарађују са националним саветима и не залажу се у довољној мери за остваривање права националних заједница у областима образовања и културе, али и службене употребе језика и писма. Јединице локалне самоуправе у својим представкама су се углавном обраћале питањима у вези са применом закона и захтевима за појашњење законских одредби, тврдећи да због различитог уређивања поступака за остваривање колективних права у области образовања и културе, објективно нису у могућности да удовоље захтевима националних савета. Поставља се питање колико су јасно формулисане и прецизне одредбе одговарајућих закона, кад постоји толико недоумица и најасноћа у њиховој примени. Сасвим је извесно да ће ови закони доживети ревизију како би се омогућила њихова примена и оправдала сврха њиховог доношења.

Право припадника националних заједница на репрезентовање једно је од права које обезбеђује учешће националних заједница у јавној власти. Осим права на представљеност, право националних заједница да учествују у јавној власти подразумева и сва политичка права међу којима се нарочито истичу изборно право и право на политичко организовање, право на учешће у јавним административним службама, као и право на грађанску иницијативу. А шта имамо у овој области? Имамо решење по коме партија националне заједнице треба да прикупи „само“ 1.000 судских потписа за регистрацију – и то у ситуацији када су неке

традиционалне националне заједнице у Војводини „нале“ испод 10.000 припадника, што их ставља у немогућу позицију! Исто тако, да се утврди листа за републичке изборе, потребно је да она буде судски оверена са 10.000 потписа.

Оно што је по нама најспорније јесте, у ствари, репрезентовање националних заједница у парламенту Р Србије. Ту нема ни говора о загарантованим местима, иако је Влада Р Србије тај принцип, кроз своју стратегију о дијаспори и Србима у региону, затражила од свих држава у региону за припаднике српске заједнице у њима. Мислимо да на овоме треба да се поради и успостави одређени реципроцитет, имајући у виду да је Република Србија потписала билатералне уговоре о заштити националних заједница са Хрватском, Македонијом, Мађарском и Румунијом.

Све наведене мере су део права на очување посебности. У ту сврху се као посебна права помињу право на изражавање, чување, неговање и јавно изражавање етничке, националне, културне и верске посебности, али и право на јавну употребу својих симбола и право на свестрано коришћење језика и сл. Нарочито се помиње ново право на сарадњу са сународницима ван Р Србије и развијање духа толеранције. Члан 81. Устава истиче да *„у области образовања, културе и информисања Србија подстиче дух толеранције и међукултурног дијалога и предузима ефикасне мере за унапређење узајамног поштовања, разумевања и сарадње међу свим људима који живе на њеној територији, без обзира на њихов етнички, културни, језички или верски идентитет.“* Ово је толико декларативно речено да је одмах било јасно да од активности у овој области ништа неће бити урађено.

Мислимо да је оптимално у овом тренутку да до тридесет посланика у Народној скупштини представља интересе националних заједница, како би они постали озбиљан политички фактор. Свесни смо чињенице да не постоји воља политичких актера ни на републичком ни на покрајинском нивоу, да се пронађе продуктиван начин решавања питања политичке репрезентације националних заједница. Имајући то у виду, треба се окренути решењима која омогућавају да се права националних заједница остварују у децентрализованим јединицама Р Србије – у нашем случају АП Војводини, која је за овај проблем сензибилисана.

На крају – одредбе Устава које третирају ову комплексну материју би могле да се „провуку“ када их гледају посматрачи, рецимо из ЕУ, јер је и код њих ова материја шаролико третирана. Оно што јесте проблематично је што наизглед широко постављена уставна обећања требају да се

имплементирају/омогуће законима, који нити су на помолу, или се одређеним законским решењима уставна обећања снижавају, одлажу за недогледну будућност и/или се чека време када ће број припадника националних заједница бити толико умањен па да се област реши на драстично другачији начин.

Питање националних заједница, њиховог статуса као и надлежности њихових тела требало би да буде јасније и прецизније дефинисано. Закон о националним саветима националних мањина који смо у овом раду анализирали, не представља решење којим се националним заједницама даје могућност да ојачају своју позицију у друштву. Постојеће одредбе су недовољно јасне а велики број чланова Закона посвећен је питању које се тиче самоорганизовања националних заједница – изборима за националне савете. О надлежностима савета је скоро немогуће говорити. Осим што су надлежни за доношење аката који се тичу уређења односа у оквиру савета, све друге надлежности су ограничене на давање предлога и иницијатива у областима образовања, културе, информисања и службене употребе језика и писма. Надамо се да ће ова област бити ускоро боље дефинисана а затим и организована, односно, да ће уследити измене и допуне поменутог закона.

Политичке партије и национални савети: нормативна решења

Проблем се јавља већ у самом законском решењу о избору националних савета. Према Закону о националним саветима националних мањина за члана националног савета може бити биран припадник националне мањине који не обавља функцију судије, тужиоца или судије Уставног суда, што регулише члан 33. Закона. Овде се очитује законско решење о спречавању сукоба интереса и злоупотребе јавне функције. С друге стране, изборне листе може предлагати *„група бирача уписаних у посебан бирачки списак одговарајуће националне мањине, односно организације, удружења грађана, као и политичке организације националне мањине“*.¹⁰ Идентично решење налази се и у случају избора електора за електорску скупштину¹¹, где се истиче да *„право да буде електор има и припадник*

¹⁰ Члан 71, став 1. Закона.

¹¹ Закон предвиђа два поменута модалитета избора чланова савета. Пре доношења тренутно важећег закона, на снази је била регулатива која је предвиђала искључиво електорски модел, уз право свих одборника у локалним самоуправама чији матерњи језик је језик националне мањине у службеној употреби у тим самоуправама, затим посланика у покрајинској скупштини, као и посланика у Народној скупштини, који су на ту функцију изабрани због припадности

националне мањине, кога је за електора именовала организација или удружење националне мањине”, што регулиш ечлан 100, став 1. Дакле, Закон омогућава да политичке партије учествују на изборима за чланове националних савета као предлагачи, док чланови партија имају отворену могућност кандидатуре.

Може се поставити питање шта је спорно у томе да члан политичке партије буде изабран у састав савета уколико је већ легитимно изабран на ту позицију? Овде се, поред лоших последица такве политизације, мора навести и проблем самих избора. Наиме, кандидати политичких партија најчешће имају несразмерну предност у инфраструктури, финансијама и медијском простору у односу на остале, „непартијске“ кандидате. Дакле, примарно, сама кампања за ово „неполитичко“ тело неправедна је према партијски независним кандидатима. Други проблем јесте већ наведен; национални савети националних мањина нису тела политичке, већ културне аутономије, и кроз њих се не остварује право на политичку репрезентацију. Савети би требало да буду инклузивни, док присуство партија у саветима често доводи до њихове инструментализације и искључивања ширег круга грађанства које, хипотетички, има другачије програме унапређења културе, образовања и других области у надлежности националних савета (и чији се глас, у најмању руку, мора чути). Дакле, политизацијом се промашује првенствени циљ националних савета, који би требало да буду предвођени интелектуалном елитом и „активним“ грађанима.

Политичке партије и национални савети: изборна пракса

У овом делу рада желимо да укажемо на активизам политичких партија у изборима за националне савете и изведемо закључке о раширености политизације националних савета у том контексту.

Непосредни избори по актуелном закону одржани су 6. јуна 2010. године. Своје савете на изборима непосредним путем изабрали су припадници 16 националних заједница – Албанци, Ашкалије, Бошњаци, Буњевци, Бугари, Власи, Грци, Египћани, Мађари, Немци, Роми, Румуни, Русини, Словаци, Украјинци и Чеси, док су Хрвати, Македонци и

одређеној националној мањини или зато што се изјашњавају да припадају некој националној мањини и говоре језиком те мањине, да буду чланови електорских скупштина (Закон о заштити права И слобода националних мањина, 2002, члан 24) . Овакав екстреман вид политизације, директним преношењем легитимитета мандатара из представничких, политичких институција, на ниво културне аутономије, укинут је доношењем новог закона 2009. године.

Словенци добили своје представнике електорским путем. Реч је о актуелним саставима националних савета (изузев у случајевима у међувремену распуштених савета), будући да мандат за члана траје 4 године.

Избори су показали потпуно преимућство политичких партија. Илустрације ради, приказаћемо распореде мандата неких од најбројнијих националних савета, односно савета који представљају најбројније националне заједнице у мањинском положају¹². Тако је на изборима за Национални савет Мађара највише гласова освојила изборна листа *"Мађарска слога"* - 28 мандата, листа *"Војвођански Мађари за Европу - др. Ченгери Атила"*, 4 мандата, док су по један мандат освојиле листе - *"Покрет мађарске наде Ласло Балинт"*, *"Мађарска лига др. Мурењи Тибор"* и *"Ево руке за мађарску заједницу - грађански покрет - Золтан Буњик и Ласло Рац - Сабо"*. Све ове листе заправо су кандидоване од стране политичких партија, било да је реч о формалној кандидатури партија националних заједница, или о партијама без *"предзнака националне заједнице"* (које су неформално лобирале за своје представнике); *"Мађарска слога"* је представљала Савез војвођанских Мађара, док је листа *"Војвођански Мађари за Европу"* заправо листа Мађара које подржава Демократска странка.

Албанска национална заједница имала је две изборне листе; партија *"За демократско деловање Риза Халими"* освојила је 24 мандата, док је *"Демократска унија Албанаца Рахми Зуљфију"* освојила пет мандата. Када је реч о изборима за Национални савет (илити веће) Бошњака (ови избори су изазвали поприличну медијску буру, о чему ћемо рећи неколико речи у даљем тексту), листа *"Бошњачка културна заједница - Муамер еф. Зукорлић"* освојила је 17 мандата, *"Бошњачка листа"* 13 мандата и *"Бошњачки препород"* пет мандата.

Све наведене листе имале су подршку политичких партија, док су мандатари националних савета били (углавном) чланови претходно поменутих; ситуација на изборима за преостале националне савете била је најчешће врло слична. Важно је приметити да су, поред званичних кандидатура од стране политичких партија националних заједница (на шта само те партије имају законско право), и друге партије подржале, *неформално*, своје чланове или друге политичке сараднике (међу којима чланове других партија или кандидате без партијске припадности).¹³ С

¹² <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/9/Srbija/721278/Rezultati+izbora+za+Nacionalne+savete.html>, страници последњи пут приступљено 28. 09. 2014. године

¹³ Пример Демократске странке најбоље одсликава ову ситуацију; иначе, ова

обзиром да Закон није онемогућио јавно пружање подршке од стране тих партија приликом избора за националне савете, оне су искористиле прилику и умешале се у ионако већ конфузну политичку борбу међу партијама националних заједница. Дакле, питање политизације није једнозначно и једнодимензионално, није ограничено само на партије националних заједница и њихове чланове, већ је реч о много ширем пољу политичке конфронтације.

У фокусу изборне кампање за националне савете, уместо питања културе, образовања, обавештавања и службене употребе језика, у фокусу су се нашле класичне политичке платформе. У кампањи је било речи о децентрализацији, регионализацији, локалним самоуправама, као и другим политичким питањима, а сам циљ формирања савета, успостављање културне аутономије, у потпуности је изнегиран. Резултати избора су, уместо, по речима тадашњег министра за људска и мањинска права, **Светозара Чиплића**, јачања поверења у државу припадника националних заједница¹⁴, додатно проширили јаз међунационалних, али и унутарнационалних конфликта. Партијско сукобљавање у борби за повећањем политичке моћи и контроле финансија и позиција (савети су, поред значајних надлежности¹⁵, и посредници у дистрибуцији новца партија има развијену праксу кандидовања угледнијих/познатијих припадника мањинских заједница на својим изборним листама (за парламентарне, покрајинске и локалне изборе) са циљем привлачења тог дела изборног тела. У претходном тексту поменуто листа “*Војвођански Мађари за Европу – др Ченгери Атила*” пример је *par excellence* за случај агитовања ДС-а на изборима за национални савет (Атила Ченгери је члан те партије), као и подршка другим листама на којима су кандидати били Ана Томанова Маканова (садашња председница Националног савета Словака) или Славко Рац (садашњи председник Националног савета Русина), посланици у покрајинској скупштини изабрани на изборној листи ДС.

¹⁴ <http://www.novosti.rs/vesti/naslovna/politika/aktuelno.289.html:271519-Ciplic-Muftija-u-pravu>, страници последњи пут приступљено 28. 09. 2014.

¹⁵ Опште надлежности националних савета односе се на уређивање унутрашње организације и функционисања националног савета, утврђивање симбола националне мањине, оснивање установа, удружења фондација и привредних друштава у областима културе, образовања, обавештавања и службене употребе језика и писма, покретање иницијативе за измену и/или допуну и/или доношење закона и других прописа у областима у којима националне мањине уживају културну аутономију, покретање поступка за заштиту права припадника мањина пред различитим органима, предлагање представника националне мањине у Савет за међунационалне односе, као И бројна друга. Поједине надлежности савета у појединачним областима указују на висок

који се издваја за различите потребе и интересе националних заједница) које пружају национални савети произвели су бројне афере и додатну „феудализацију“ Србије, по, како географском, тако и националном кључу.

Национални савети у служби партијских интереса

Учествовање политичких партија на изборима за националне савете омогућило је злоупотребу истих за дневнополитичке циљеве, монополизујући права на представљање националних заједница и/или правећи дубоке сукобе унутар тих истих заједница. Ефекти су изразито негативни – односи између већинске и заједница у мањинском положају, али и унутар ових других, заједница, међупартијским конфликтима, додатно су погоршани. Национални савети су постали партијске испоставе путем којих се одлучује о трансферу новца ка установама, организацијама и појединцима, додели положаја и другим питањима, чиме долази до елитизације и искључивања широког круга грађана из управљања од значаја за културно и образовно изражавање и развој националних заједница. У овом делу ће бити речи о конкретним актима и одлукама националних савета, у којима је очевидна раширеност политизације и њени негативни ефекти.

У какве све политичке сврхе се национални савети користе, недвосмислено показују изјаве њихових чланова и представника са њима повезаних политичких партија. Тако је **Тамаш Корхец**, председник Националног савета мађарске националне мањине, у вези са председничким, парламентарним, покрајинским и локалним изборима¹⁶,

степен друштвеног утицаја и моћи, попут утврђивања које су установе и манифестације у области културе од посебног значаја за очување, унапређење и развој посебности и националног идентитета одређене националне мањине (док Закон не прецизира услове под којима се нека установа може прогласити установом од посебног значаја за националну заједницу, што може бити извор бројних злоупотреба), или давања сагласности за избор директора установа предшколског васпитања и образовања, и основног и средњег образовања и васпитања у којима се образовно-васпитни рад изводи и на језику националне мањине. Стога истичемо да надлежности јесу такође важно питање, и свакако представљају „катализатор” политизације.

¹⁶ Овде морамо направити дигресију у односу на тему рада, успутно примећујући једну аномалију несвојствену деполитизованим друштвима; истовремено одржавање избора на свим нивоима показатељ је политичке манипулације и није у складу са основним постулатом демократије – слободним и поштеним изборима.

дао изјаву да Савет подржава платформу Савеза војвођанских Мађара¹⁷, док је високи функционер Демократске странке, **Бојан Пајтић**, у јавности изнео тврдњу, базирану на подршци више чланова различитих националних савета, да савети свих националних заједница у Војводини подржавају ту странку на изборима.¹⁸ Том приликом Пајтић је навео националне савете Румуна, Русина, Македонаца, Словака, Рома и Хрвата, док су поједини чланови тих савета и потписали споразум о подршци. Друга дешавања су поједнако, ако не и у већој мери, забрињавајућа. Најпознатији је случај Националног савета Бошњака, који је формирала Бошњачка културна заједница (коју је на изборима представљао главни муфтија Исламске заједнице у Србији, **Муамер Зукорлић**) уз подршку два члана са листе Бошњачки препород. Министарство за људска и мањинска права, међутим, није признало тај избор и донело је одлуку о распуштању тог националног савета и тиме отпочело нови, дуготрајан политички конфликт.¹⁹ Позадина овог сукоба, као и његов епилог, у потпуности су политички; реч је о сукобу политичких струја који не би требало да има било какву повезаност са националним саветима. Последице су се одразиле у додатном погоршању међунационалних односа и продубљивању неповерења бошњачке националне заједнице према државним институцијама – управо супротно циљевима формирања националних савета.

Рад националних савета и одлуке које су исти доносили у оквиру својих надлежности врло често су биле спорне и имале партиократски *бацкгрунд*.²⁰ Национални савет мађарске заједнице, донео је више одлука које су изазвале комешања у оквиру те заједнице. Повереница за заштиту равноправности **Невена Петрушић** изнела је оцену да конкурс мађарског Националног савета о високошколским стипендијама дискриминише по

¹⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=HTvPPBztmGk>, страници последњи пут приступљено 28. 09. 2014.

¹⁸ http://www.slobodnavojvodina.com/index.php?option=com_content&view=article&id=409:-opet..., страници последњи пут приступљено 28. 09. 2014.

¹⁹ http://www.slobodnaevropa.org/content/raspusten_nacionalni_savet_bosnjaka-/2097794.html, страници последњи пут приступљено 28. 09. 2014.

²⁰ Са циљем илустровања размера политизације усредсредимо се на поједине примере националних савета најбројнијих националних заједница у Војводини, уз запажање да су савети малобројнијих заједница имали проблема са аспекта капацитета искоришћавања надлежности. Стога истичемо да критички оријентисана мисао прекомерно усмерена на поједине савете у овом раду, како се читаоцу може учинити, није последица пристрасности аутора, већ уважавања чињеничног стања.

више критеријума, међу којима је један очигледно политичког карактера. Наиме, у конкурс се налази одредба према којој апликанти треба да дају изјаву о намери да ће се у будућности уписати на посебан бирачки списак Мађара (списак за избор Националног савета), на основу чега се добија већи број бодова.²¹ Национални савет Мађара претрпео је жестоке критике и по другим питањима.

Споран је и однос националних савета и медија, будући да је саветима дата апсолутна слобода у маневрисању медијским простором на језицима националних заједница. Једна од спорних одлука била је одлука Савета о смени главног уредника мађарског новинског листа *Магуар Сзó*, **Чабе Пресбургера (Прессбургер Цсаба)**, под објашњењем да слободу медија могу да ограниче интереси заједнице.²² Образложење ове одлуке упућује на закључак да је реч страначким интересима Савеза војвођанских Мађара и указује још једном на изражену политизацију рада Савета, нарочито уколико се има у виду да је Мађар Со једини дневни лист на мађарском језику. Национални савет Румуна преузео је оснивачка права над новинско-издавачком установом *Либертатеа*, упркос негодовању запослених у овој установи.²³ Такав је случај и са радом националног савета Русина, који је управљач Новинско-издавачке установе *Руске слово*. С обзиром да савети имају надлежности смењивања управљачких структура, можемо закључити да су ово очигледни случајеви монополизације медија који ће се користити у политичке сврхе.

Следећи проблем у раду националних савета је очигледан сукоб интереса, премда Закон не препознаје чланство у националном савету као јавну функцију, нити се детаљније бави овим питањима. Примера ради, председник Комисије за информисање Националног савета Румуна је истовремено и директор поменутог листа *Либертатеа* (на основу чега може несметано одлучивати о трансферу финансијских средстава том

²¹ http://www.magjarszo.com/hu/2011_08_13/vesti_na_srpskom/42613/, страници последњи пут приступљено 28. 09. 2014.

²² Замерке на рад овог листа, над којим је Савет, сходно својим надлежностима, преузео оснивачка права, таксативно су навођене, попут случајева када нису медијски пропраћене конференције за новинаре у СВМ или нису објавиљена њихова саопштења, ил замерке да тај дневник није у довољној мери пратио рад председника војвођанске скупштине Шандора Егерешија (izvori: <http://www.politika.rs/rubrike/Srbija/Smena-u-Madjar-sou.lt.html>, i http://www.rtv.rs/sr_lat/vojvodina/novi-sad/odbor-za-informisanje-nacionalnog-saveta-za-smenu-urednika-madjar-soa_260207.html, страницама последњи пут приступљено 28. 09. 2014.

²³ <http://www.pancevac-online.rs/arhiva/!4047/03aktuelno.htm>, страници последњи пут приступљено 28. 09. 2014.

листу), док је секретар Савета председник Румунског центра за развој демократије, који код тог истог Савета аплицира за финансијска средства. Бројни су и други случајеви тако запањујућег сукоба интереса; бројни посланици, одборници, па и неки покрајински секретари и носиоци других јавних функција, истовремено су и чланови националних савета.

Политизација националних савета, описана кроз неколико одабраних примера (уистину их има много и појављују се у различитим областима деловања савета), тешко оптерећује вршење примарне функције националних савета и доводи до дискриминаторских одлука на штрб интереса широког круга припадника националних заједница. Монополизација медијске сфере, заузимање лукративних позиција и искључивање независних удружења и непартијских појединаца, интелектуалне елите, има за циљ успостављање и ојачање надмоћне позиције у оквирима појединачних националних заједница. У ову праксу укључене су *све* заинтересоване партије, јер, како смо закључили, није реч само о партијама националних заједница. Неадекватно законско решење допринело је повећању међунационалних и унутарнационалних напетости, док нејасно дефинисане и широке надлежности савета углавном нису допринеле побољшању статуса и задовољавању потребе за културном аутономијом националних заједница, већ политичком и финансијском интересу појединаца из њихових редова. Како то истиче **Бошко Ковачевић**, говорећи о проблемима мултикултурног модела у Војводини, „*већинска нација у својој политизацији је произвела и одговоре мањинских и етно заједница*”, које стварају “своје странке, своје забране и резервате”.²⁴ У нелибералној друштвеној и политичкој атмосфери су и бројне политичке партије националних заједница у мањинском положају искористиле ситуацију да као, наводни или не, чувари својих заједница, успоставе доминацију над тим делом друштва.

Уколико се жели успоставити вршење првобитно замишљене функције националних савета, изражавање културне аутономије, неопходно је, без било каквог компромиса у тим питањима, националне савете испразнити од сваког политичког садржаја. Слажемо се са једним од генералних ставова који се наводи у једном издању Центра за истраживање етничитета, у ком се истиче да би „*у случају преодоминантног утицаја политичких партија националних мањина на културну аутономију националних мањина могло доћи до стварања монопола и развоја сегрегативног мултикултурализма, односно унутрашњег цепања*

²⁴ http://www.danas.rs/dodaci/vikend/plave_strane/nevidljiva_zemlja.45.html?news_id=235128, страници последњи пут приступљено 28. 09. 2014.

мањинских заједница на основу различитих погледа на културну политику заједнице“, те да „смањивањем утицаја политичких партија националних мањина на културну политику заједнице остварује се суштина културне аутономије да сви грађани припадници одређене мањинске заједнице који то желе имају могућности да предлажу различите концепте културног развоја и да се одреде за онај који им је привлачан“.²⁵ Коначно, улогу у раду националних савета би требало да има интелектуална елита; стручњаци из сфере образовања, културе, обавештавања и службене употребе језика и писма.

Децентрализација културне аутономије: успутна напомена

Питање политизације тиче се и начина организовања националних савета. Наиме, будући да припадници националних заједница живе дисперзовано на територији Републике и Покрајине, реално је очекивати да, и у случају отклона партија из националних савета, центри у којима су припадници једне заједнице бројни и концентрисани, буду у надмоћном положају. Дакле, централизовано уређење овог питања може довести до проблема да културна аутономија једне заједнице не буде сфера поједнако (бар релативно) доступна свим припадницима те заједнице и изражавању њихових преференција. Како то истиче **Душко Радосављевић** и сарадници, значајан проблем „представља и то што припадници заједница удаљенији од традиционалних центара националне заједнице тешко могу имати било какав утицај на културну политику“.(Д. Радосављевић, Н. Матијевић, Р. Јововић. 2013: 151) Овде говоримо о политизацији у једном *ширем смислу*, као наметању једног доминантног културног модела без комуникације са осталим деловима заједнице. Стога, поред избора само кровних институција културних самоуправа, односно националних савета националних мањина, правац у ком би се требало размишљати јесте стварање децентрализованог уређења културне аутономије, при чему би избор савета био и на локалном нивоу, а центар упућен на сарадњу са тим нивоом и подложен извесним механизмима контроле и утицаја од стране истог. Сматрамо да би такав предлог и различити начини његовог остварења, као и предности и мане, требало да буде предмет посебног истраживања.

²⁵ Центар за истраживање етничитета. 2006. *Политичка партиципација и културна аутономија националних мањина у Србији*. Београд, стр. 93

Закључна разматрања

Србија је и даље оптерећена проблемима у вези са етницитетом, која су савременим друштвима апсолвирана, или су на трагу усклађивања различитих интереса традиционалних етничких заједница. Намере да се искуство Србије упореди са случајевима проблематичних односа у западноевропском региону, су непродуктивна, јер је корен истих сасвим различит. Док су у Европи проблем претежно везани за становништво из некадашњих колонија, у Србији су то традиционалне етничке заједнице. Због тога се треба угледати на државе у региону, где је ситуација у вези са природом мултикултуралности слична, које су успоставила стабилне основе за развој одрживе демократије. Ситуација није охрабрујућа; постојеће стање је такво да се у одређеном тренутку може изазвати криза у одређеним деловима Србије. Будућност која је пред нама, показате да ли ће одредбе Устава, и осталих законских текстова, бити мудро примењиване, и као такве бити и основа за креирање одговарајуће политике мултикултуралности. За сада смо сигурни да је доста времена од доношења последњег Устав Р Србије (2006), потрошено на изговоре зашто да се нешто не уради.

У самом (под)наслову теме, о којој овде пишемо, видимо клицу противречности, које је тешко помирити, односно, гледано из данашње перспективе, немогуће је створити продуктивну активност која би очувала мултиетнички идентитет Србије и Војводине, са оваквом политичком сценом, без обзира каква решење била понуђена или креирана у сврху одређене политичке репрезентације националних заједница. Ту видимо следеће проблеме:

- Непостојање воље политичких актера, како на републичком нивоу, али, истовремено и на нивоу покрајине да се питање политичке репрезентације националних заједница реши на продуктиван начин, те дугорочно;
- (Не)Легитимност националних савета за вођење продуктивне политике, по мери припадника заједнице, не само за интерес политичке класе унутар заједнице; проблематичност избора националних савета;
- Наметање политичког арбитража у националним саветима; повећана могућност изборне манипулације; вођење бирачких спискова од стране факултативних органа; вешто кројење изборних резултата од стране одређених политичких групација, покушај «цементирања» политичке владавине постојеће политичке групације

- мимо изборних резултата, итд²⁶;
- Непостојање концепта развоја Војводине као мултиетничког региона, те с тим повезано, немогућност и очувања мултиетничког идентитета Војводине, код носилаца политичког мандата у АП Војводини, али и у релевантним политичким опцијама са централом у Београду; неумешност у креирању истога и/или неспремност да се Војводина другачије сагледа и изграђује другачије, не као трошак, односно, као 7% посто буџета Србије;
 - Непостојање шире политичке, културолошке, економске, цивилизацијске, плуралистичке, платформе Србије као *Европске* и *Мултикултуралне*, државне и политичке заједнице, понуђене од стране *битнијих* политичких група, те носилаца политичких мандата у Србији (парламент, влада, председник), која би створила претпоставке за модернизацијски код Србије, те у себи сублимисала и учешће националних заједница у изградњи идентитета Србије, посебно мултикултуралног идентитета Војводине;
 - Безнадежно застарели концепти политичких елита у Србији и Војводини, који се више базирају на обезбеђивању ресурса за дугу владавину и обезбеђење интереса партијског чланства, вешто
- ²⁶ Препоруке за деполитизацију националних савета:
- забрана кандидовања чланова политичких партија на изборним листама за национални савет;
 - забрана кандидовања носилаца јавних функција на изборним листама за национални савет;
 - забрана јавног, медијског, пружања подршке политичких партија, и другим активностима, кандидатима на изборним листама за национални савет;
 - уведе и ближе дефинише ограничење по ком кандидати за избор у национални савет морају бити стручњаци у областима којима се баве национални савети (образовање, култура, обавештавање и службена употреба језика и писма);
 - критеријуми финансирања, по претходним препорукама деполитизованих националних савета, транспарентно и прецизно дефинишу, како рад савета не би зависио од политичке арбитражности других тела;
 - да се нејасне и широко постављене надлежности прецизирају одговарајућим правним актима како би се смањила могућност злоупотребе и успостављања финансијске и управљачке доминације савета над бројним установама националних заједница;
 - размотрити увођење децентрализованог модела културне аутономије, којим би се водило рачуна о интересима и концептима целог корпуса националних заједница, и истовремено успоставио систем сарадње и надзора са централним телима културне аутономије, националним саветима као кровним организацијама.

прикривених иза тзв. «*државотворних тема*», такође онемогућава успостављање адекватне политике у овој области;

- Немоћност српске/војвођанске политичке сцене да себе легитимише на полазним основама да је пуна аутономија личности предуслов за изградњу модерне политичке заједнице, основни је проблем који стоји на путу, како укључења у политичке процесе националних заједница, тако и у изградњи мултикултурног идентитета Војводине, али и модерне, шире политичке заједнице, републике Србије.

Ситуација у Србији и Војводини није таква, као што је била у “*оловним годинама*” режима Слободана Милошевића. После 2000. године је започела реформа многих друштвених подсистема, са раличитим успехом. Многобројни фактори, међу којим је од посебног значаја и “*мека моћ*” Европске уније, конституишу односе у области заштите права припадника националних заједница и њихово учешће у изградњи мултикултуралног идентитета Војводине и Србије. Оцењујемо да он у овом тренутку није на нивоу потреба националних заједница, као што ни постојећа политичка и економска ситуација не стварају услове за, првенствено, материјалну подршку овако замишљеном концепту, базираном на доминантној улози националних савета, (а, у њима доминантне позиције најјаче политичке партије унутар заједнице) у овом процесу. Имајући такву реалност, неутрални посматрач не може бити оптимиста да ће у овој области бити постигнут неки већи напредак. Будућност која је увелико закорачила на ове просторе, неки други учесници у јавном и политичком животу, као и активни ангажман посленика из редова националних заједница, мораће да понуде квалитетнија решења за ову врло комплексну материју. Садашња ситуација само потхрањује ривалства и сукобе унутар мањих националних савета с једне стране, и ствара одбојан став политичких актера на републичком нивоу против овакве регулативе и организације националних савета. Имајући у виду политичке трендове, потребно је установити принципе нове политике у овој области. Тако би смо могли причати о збиљској заштити националних заједница и њиховој улози у изградњи мултикултуралног друштва у Војводини и Србији.

ЛИТЕРАТУРА:

А/ Документи

Устав Р Србије, 1990

Устав СР Југославије, 1992

Устав Р Србије, 2006

Статут АП Војводине, 2009

Закон о локалној самоуправи, 2007

Закон о утврђивању одређених надлежности аутономне покрајине, 2010

Закон о заштити права и слобода националних мањина, 2009

Закон о националним саветима националних мањина, 2009

Закон о култури, 2009

Закон о основама система образовања и васпитања, 2011

Закон о основној школи, 2009

Закон о средњој школи, 2009

Закон о високом образовању, 2009

Закон о службеној употреби језика и писма, 2010

Закон о јавном информисању, 2010

EUROPEAN PARLIAMENT RESOLUTION ON THE DEFENCE OF
MULTY-ETHNICITY IN VOJVODINA. 2005. Strasbourg

IZVEŠTAJ POKRAJINSKOG OMBUDSMANA ZA 2010. GODINU, Novi Sad

IZVEŠTAJ POKRAJINSKOG OMBUDSMANA – DVE GODINE PRIME-
NE ZAKONA O NACIONALNIM SAVETIMA NACIONALNIH MANJINA,
2011. Novi Sad

IZVEŠTAJ POKRAJINSKOG OMBUDSMANA – DVE GODINE PRIME-
NE ZAKONA O NACIONALNIM SAVETIMA NACIONALNIH MANJINA
II deo, 2012. Novi Sad

Pokrajinski sekretarijat za demografiju, porodicu i društvenu brigu o deci.
2003. ANALIZA O DEMOGRAFSKOJ SITUACIJI U AUTONOMNOJ POKRA-
JINI VOJVODINI PO POPISU STANOVNIŠTVA 2002. GODINE, Novi Sad

Republički zavod za statistiku, 2003. Saopštenje br. 295, Beograd

Б/ Студије и чланци

Агенција Локалне Демократије. 2001. ОГЛЕДИ РЕГИОНАЛИЗАЦИЈИ,
Суботица

Центар за истраживање етницитета. 2006. ПОЛИТИЧКА
ПАРТИЦИПАЦИЈА И КУЛТУРНА АУТОНОМИЈА НАЦИОНАЛНИХ
МАЊИНА У СРБИЈИ, Београд

П. Домоњи (прир.). 2004. ИЗМЕЂУ НАЧЕЛА И ПРАКСЕ – Положај
«малих» и «великих» мањина у Србији, Београд

Е. Гатман. 2003. МУЛТИКУЛТУРАЛИЗАМ. Испитивање политике
признања, Нови Сад

Е. Хејвуд. 2004. ПОЛИТИКА, Београд

Н. Кермани. 2013. КО СМО МИ – Немачка и њени муслимани, Београд

В. Мимлика. 2002. МУЛТИКУЛТУРАЛНО ГРАЂАНСТВО. Либерална

теорија мањинских права, Нови Сад

Н. Ковачевић, Н. Николић, Д. Покушевски. 2013. ОСТВАРИВАЊЕ ПРАВА НАЦИОНАЛНИХ МАЊИНА – СПРОВОЂЕЊЕ ПРЕПОРУКА НЕЗАВИСНИХ ИНСТИТУЦИЈА ЗА ЗАШТИТУ ЉУДСКИХ ПРАВА У СРБИЈИ, Београд

А. Малуф. 2003. УБИЛАЧКИ ИДЕНТИТЕТИ, Београд

В. Милић. 2013. СТАВОВИ МЛАДИХ О КОЛЕКТИВНИМ ПРАВИМА НАЦИОНАЛНИХ ЗАЈЕДНИЦА У ВОЈВОДИНИ, Политикон бр. 5, Нови Сад

Отворени универзитет. 2000. АУТОНОМИЈА И МУЛТИЕТНИЧКА ДРУШТВА, Суботица

Д. Радосављевић. 2001. ЕЛИТЕ И ТРАНСФОРМАЦИЈА, Нови Сад

Д. Радосављевић. 2006. ДИЈАГНОЗА МЕЂУЕТНИЧКИХ ОДНОСА У ВОЈВОДИНИ, у: ЕТНИЦИТЕТ И МЕДИЈИ, Спенс медиа центар, Нови Сад

Д. Радосављевић. 2011. ВОЈВОДИНА И УСТАВНИ ИДЕНТИТЕТ СРБИЈЕ, у: УСТАВ И ДЕМОКРАТИЈА У ПРОЦЕСУ КОНСОЛИДАЦИЈЕ (ур. М. Подунавац), Београд

Д. Радосављевић. 2012. ПОЛИТИЦАЛ РЕПРЕСЕНТАЦИОН ОФ МИНОРИТИЕС АНД ПРЕСЕРВАЦИОН ОФ МУЛТИЕТНИЦИ ИДЕНТИТУ ОФ ВОЈВОДИНА, Београд

Д. Радосављевић. 2013. МУЛТИКУЛТУРАЛИЗАМ ДАНАС: Мултикултурализам за почетнике у основним цртама, у: Зборник са Научног скупа Мултикултуралност и савремено друштво, Нови Сад

Д. Радосављевић, Н. Матијевић, Р. Јововић. 2013. ПОЛИТИЧКО И ЈАВНО ПРЕДСТАВЉАЊЕ НАЦИОНАЛНИХ ЗАЈЕДНИЦА У ВОЈВОДИНИ, у: Зборник са Научног скупа Мултикултуралност и савремено друштво, Нови Сад

В. Стајић. 1928. ПИСМО УПУЂЕНО УДРУЖЕЊУ ВОЈВОЂАНА.

ВОЈВОЂАНСКИ ИДЕНТИТЕТ (Зборник). 2006. Хелсиншки одбор, Београд

Т. Жигманов. 2012. ЗАСТУПЉЕНОСТ НАЦИОНАЛНИХ ЗАЈЕДНИЦА У ДРЖАВНИМ ТИЈЕЛИМА – Основне чињенице компаративних увида у стање у Србији и Хрватској, Политикон бр. 3, Нови Сад

Ц/ Интернет извори

http://www.danas.rs/dodaci/vikend/plave_strane/nevidljiva_zemlja.45.html?news_id=235128, stranici poslednji put pristupljeno 28. 09. 2014.

http://www.magjarszo.com/hu/2011_08_13/vesti_na_srpskom/42613, stranici poslednji put pristupljeno 28. 09. 2014.

<http://www.novosti.rs/vesti/naslovna/politika/aktuelno.289.html:271519-Ciplic-Muftija-u-pravu>, stranici poslednji put pristupljeno 28. 09. 2014.

<http://www.pancevac-online.rs/arhiva/!4047/03aktuelno.htm>, stranici poslednji put pristupljeno 28. 09. 2014.

<http://www.politika.rs/rubrike/Srbija/Smena-u-Madjar-sou.lt.html>, stranici poslednji put pristupljeno 28. 09. 2014.

<http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/9/Srbija/721278/Rezultati+izbora+za+Nacionalne+savete.html>, stranici poslednji put pristupljeno 28. 09. 2014.

http://www.rtv.rs/sr_lat/vojvodina/novi-sad/odbor-za-informisanje-nacionalnog-saveta-za-smenu-urednika-madjar-soa_260207.html, stranici poslednji put pristupljeno 28. 09. 2014.

www.slobodnaevropa.org/content/raspusten_nacionalni_savet_bosnjaka/2097794.html, stranici poslednji put pristupljeno 28. 09. 2014.

www.slobodnavojvodina.com/index.php?option=com_content&view=article&id=409:-opet, stranici poslednji put pristupljeno 28. 09. 2014.

www.youtube.com/watch?v=HTvPPBztmGk, stranici poslednji put pristupljeno 28. 09. 2014.

National Communities in Serbia and Vojvodina: Multicultural Foundations of the Constitution of Serbia, National Councils and their Politicizations and Depoliticizations

Abstract: *Serbia is an “incomplete country”. There is a hope that the activities which marked Serbia in the last decade of the 20th century will not be brought back into public life, especially considering the fact that there are still scars which they left on the fragile democratic body of Serbia, on its public life in general, and particularly on our fields of interest - the policy on national communities and their public and political representation in AP Voivodina.*

Subject of multiculturalism is very important in the Republic of Serbia, which is a multiethnic state, confirmed by the Constitution which was delivered in 2006. The subject of national communities is defined by several acts.

We point out the emergence of the politicization of national councils and its immediate causes and manifestations. The goal of our research is to establish a few basic suggestions for the depoliticization of national councils and the creation of a convenient legal and political environment for the execution of essential

functions of national councils: the expression of cultural autonomy of national minorities and their better integration into the state-society complex.

Key words: *Serbia, Vojvodina, Multiculturalism, National communities, National Councils, Public and Political Representation, Politicization, Depoliticization.*

СТАЊЕ И СТАТУС МЕДИЈА НА РУСИНСКОМ ЈЕЗИКУ – ПРОБЛЕМ УТИЦАЈА ПОЛИТИКЕ И НЕКВАЛИФИКОВАНОСТ

Сажетак:

У овом истраживању аутор анализира стање у електронским и штампаним медијима на русинском језику у Србији (АП Војводини) – на локалном и покрајинском нивоу. У првом делу констатовано је чињенично стање у медијима на русинском језику, а у другом делу уз помоћ закона и других прописа представљен је постојећи стандард медија у Србији.

У овом истраживању закључак је да су медији на русинском језику у Србији скоро у потпуности зависни од финансијске подршке државе и под утицајем политике. Проблем представљају и неквалификовани кадрови и исполитизовани новинари. Аутор предлаже стварање алтернативних медија који би могли функционисати више независно и сугерише интензивнији наступ са информисањем на интернету, због чињенице да је русинска заједница расејана не само у више држава, већ и на два континента.

Кључне речи: медији, Русини, Србија, Војводина, русински језик, радио, ТВ, штампа, интернет, локални медији, покрајински медији, исполитизованост медија, квалификација.

Ова анализа представља приказ тренутног стања, оптималне ситуације и потребних корака које би требало учинити ради побољшања информисања на русинском језику. У првом поглављу представљено је тренутно стање, док је у другом представљена норма која је би требала бити пожељном за медије на русинском језику, а која је извучена из закона и кодекса. На крају, у закључку дајемо и препоруке како да се то стање побољша.

¹ Аутор је новинар, публициста и одговорни уредник недељника “Руске слово” (од октобра 2013).

І СТАЊЕ У МЕДИЈИМА НА РУСИНСКОМ ЈЕЗИКУ

У Војводини, **информисање на русинском језику постоји у 6 општина**, односно градова: Кула, Врбас, Жабал, Шид, Бачка Топола и Нови Сад. Постоји 7 фирми, односно правних лица, и више од 15 јавних гласила² на русинском језику, као и приватних информативних сајтова и сајтова русинских невладиних организација (НВО). Облик власништва свих тих медија углавном је јавни³ а то су: Новинско-издавачка установа «Руске слово» (*Новинско-видавateľна установа «Руске слово»*), а у оквиру ње су издања - недељник «Руске слово» (*«Руске слово»*), дневна информативна агенција «Рутхенпрес» (*«Рутенпрес»*) и специјализована издања – за децу «Заградка-Вртић» (*«Заградка»*), омладински часопис МАК, часопис за литературу «Светлост» (*«Шветлосц»*) и годишњак «Русински хришћански календар» (*«Руски хришћански календар»*); Информативно-пропагандни центар «Кула» (двомесечне новине «Кулска комуна» и Радио Кула); Јавно предузеће за информисање «Врбас» (Радио «Врбас» и ТВ «Бачка»), Радио-телевизија Војводине («Програм на русинском језику радија Нови Сад» и «ТВ програм на русинском језику»), као и општинске радио станице – Радио Шид и Радио Бачка Топола. Медији **грађанског сектора**⁴ (невладиних организација) на русинском језику су: «Интернет радио Руски Крстур», штампани гласници организације Матице Русина „Русин“ („*Руснак*“) и организације Савеза Русина Украјинаца Србије „Глас савеза“ („*Глас союзу*“) који излази на русинском, украјинском и српском језику, као и **верски гласник Грkokатоличке цркве** „Звона“ („*Дзвони*“).

Према начину покривања и дистрибуције, медији на русинском језику деле се на **општинске** (ИПЦ «Кула», ЈПИ «Врбас», општинске радио станице у Шиду и Бачкој Тополи, као и «Интернет радио Руски Крстур») и **регионалне медије**, односно на нивоу Војводине (НИУ «Руске слово» и Радио-телевизија Војводине).

Запошљени

Поред образовних установа, установе за информисање и медији на русинском језику запошљавају највећи број припадника русинске

² Svaki program, servis i posebno izdanje unutar jedne firme, pravnog lica, po Zakonu o javnom informisanju Republike Srbije predstavlja posebno javno glasilo.

³ Nije do kraja definisan oblik vlasništva NIU “Ruske slovo” kojoj je osnivač Nacionalni savet Rusina, odnosno upravljač, a finansijer država (AP Vojvodina).

⁴ U ovom istraživanju nisu obuhvaćeni privatni internet portali

националне заједнице у Србији. Скоро сви медији на русинском језику финансирани су из буџетских државних средстава. Студенти и редакција омладинског часописа на русинском језику МАК током јесени 2011. године спровели су „Истраживање о броју радних места у домену русинске културе“, укључујући и информисање на русинском језику (Зазуляк/Надь/Надь/Варга 2013, 71-91). Часопис МАК је објавио да у свим редакцијама медија на русинском језику у Србији, односно у НИУ «Руске слово», русинским редакцијама Радио-телевизије Војводине и у локалним медијима у местима где живе Русини, **61 су стално и привремено запослени**⁵, од свега око 280 особа који раде у државној сфери у области русинске културе у Србији, односно Војводини. Годишње је у тим редакцијама ангажовано **141 хонорарна сарадника**, међутим тај број варира посебно у НИУ «Руске слово» где је годишње ангажовано и до 128 хонорарних сарадника. Према поменутом истраживању, од 2005. године у сфери информисања на русинском језику запослено је **16 особа**, а до 2015. године у русинским редакцијама право на одлазак у пензију стећи ће **6 особа**. Просечна старост у русинским медијима је око **46 година**. Распон зараде у информисању на русинском језику у Србији креће се – од **20.000 до 41.000 динара (нето)**.

Стручно удруживање

Русински новинари су 2010. године, уз помоћ Националног савета русинске националне заједнице и Завода за културу војвођанских Русина основали стручно удружење грађана – Новинарску асоцијацију Русина (Новинарску асоцијацију Руснацох), скраћено НАР.

НАР се бави углавном прилично успешном обуком новинара и учествовао је у изради стратегије Русина до 2020. године (Варга 2014, 10-11; Национална стратегија Руснацох 2013). Међутим, управо утицај Националног савета Русина на НАР од његовог самог оснивања чини ту организацију незанатском, већ исполитизованом и супротном правилима Кодекса новинара Србије, јер је исти русински Национални савет под огромним утицајем странака и страначких организација, посебно од стране Демократске странке и Лиге социјалдемократата Војводине.

⁵ Pomenuto istraživanje izvršeno je i odnosi se na period od 1. jula do 1. oktobra 2011. godine.

СТАЊЕ ПО ФИРМАМА

НИУ «Руске слово» – Нови Сад

Новинско-издавачка установа „Руске слово“, поред истоименог недељника „Руске слово“, издаје књиге и специјализована издања „Заградка-Вртић“, МАК, „Светлост“ и „Русински хришћански календар“, а од маја 2006. године дневна информативна агенција „Рутхенпрес“ објављује вести на русинском језику. То је прва и једина информ-агенција међу националним заједницама Војводине која се финансира из средстава НИУ „Руске слово“, Националног савета Русина и других извора.

Седиште НИУ „Руске слово“ је у Новом Саду, међутим та установа има дописнике и хонорарне сараднике скоро у свим местима и општинама где живе Русини у Војводини. НИУ „Руске слово“ постоји од 1945. године (Латјак 1985), иако се недељник „Руске слово“ сматра својеврсним наследником «Русинских новина» («Руски новини») које су почеле да излазе 1924. године у Новом Саду, у тада новоствореној Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца, односно Краљевини Југославији (Латјак 2014, 5). Од 2005. године оснивачка права су са АП Војводине пренета на Национални савет русинске националне мањине, који управља том установом. НИУ «Руске слово» се у потпуности финансира из буџета АП Војводине, односно Републике Србије.

НИУ «Руске слово» има укупно **29 запослених**, од тога 25 стално и 4 привремено. Већина запослених, њих чак 22, има високу стручну спрему, 2 више образовање и 4 срењу школу. Број хонорарних сарадника варира, а 2010. било их је **128**. Просечна старост редакције је око 45 година, а до 2015. године право на пензију оствариће 3 радника. Од 2005. године у «Руске слово» примљено је 11 радника од којих већина без конкурсне процедуре (4 по конкурс и 7 без).

РТВ – Нови Сад

Програм на русинском језику радија Нови Сад

Радио Нови Сад је основан 1949. године, кад је почело емитовање програма на русинском језику (Тот 2011, 4). Русинска редакција дели трећу фреквенцију са другим националним заједницама (мађарска и српска редакција емитују свој програм на посебним фреквенцијама). Због тога националне заједнице имају ограничено време за емитовање – 6,5 сати дневно.

У русинској редакцији радија **запослено је 15 особа**, од тога 12 је у сталном и 3 у радном односу на одређено време. И ту већина запослених, њих 10, има завршен факултет, док по 1 особа ради са вишом, односно средњом школом. Редакција има 7 хонорарних сарадника, од чега су 2 ангажована у редакцији на програму, а 5 као дописници из места где је сконцентрисана русинска заједница. Право на пензију до 2015. године оствариће највише 1 особа. Од 2005. године у русинску редакцију је примљено 3 нова сарадника, али сви су били само на одређено време. У редакцији кажу да сараднике не примају преко конкурса. Ипак, поменути сарадници који су примљени на одређено време, примљени су преко посебног програма Националне службе за запошљавање, РТВ и Владе АП Војводине. Просечна старост редакције је око 45 година.

РТВ – Нови Сад ТВ програм на русинском језику

Радио-телевизија Војводине је основана 1975. року, са седиштем у Новом Саду. Русинска редакција емитује ТВ програм на русинском језику свакодневно на РТВ 2. Русинска редакција има **14 запослених**, од чега 12 за стално и 2 привремено ангажована. Од тога, 12 запослених имају завршен факултет, а 2 средњу школу. Редакција на русинском језику има 2 хонорарна сарадника. Просечна старост запослених је око 47 године. Од 2005. године примљена су 2 нова запослена и то на одређено време, а од 2015. године право на пензију могу да остваре 2 запослена. Сараднике примају преко јавног конкурса, а оглас је објављен и у дневној штампи.

Локални медији – програм на русинском језику

Русини имају свој медијски простор и у локалним медијима у Кули, Врбасу, Шиду и Бачкој Тополи. У оквирима Информативно-пропагандног центра “Кула” емитује се радио програм на русинском језику, а постоје и рубрике, стране, на русинском језику у новинама “Кулска комуна”. У русинској редакцији ИПЦ “Кула” **стално запослен је 1 новинар** и имају 1 хонорарног сарадника.

У Врбасу у Јавном предузећу за информисање “Врбас”, који подразумева радио “Врбас” и ТВ “Бачка”, Русини такође имају свој програм. На радију се свакодневно емитује програм на русинском, док на ТВ два пута месечно. У том предузећу стално запослена је **1 особа**.

У та два информативна предузећа од 2005. године није било запошљавања нових радника, а до 2015. године такође се не очекује да ће

неко остварити право на одлазак у пензију. На локалним радио станицама у Шиду и Бачкој Тополи такође се емитује програм на русинском језику. Међутим, тамо су ангажовани **по 1 хонорарни сарадник**.

Не рачунајући приватне веб-сајтове, у Војводини је регистрован и “Интернет радио Руски Крстур”, који функционише у оквирима једног удружења грађана. У “Интернет радију Руски Крстур” **стално је запослена 1 особа** и ради 2 хонорарна сарадника.

II ОПТИМУМ И СУГЕСТИЈЕ

Кадровска политика

Од досељења, средином ХВИИИ века, па до данас Русини су највише права стекли у Социјалистичкој Федеративној Републици Југославији, међу којима је и право на информисање са великом финансијском подршком. Међутим, након трагичног распада те државе развој медија на русинском језику је успорен или чак и заустављен, а у многим случајевима медији на русинском су професионално деградирани. На пример, НИУ «Руске слово» је 1990. године имала 44 запослених, а 2011. године – 29 (Латјак 2001, 85-86). Од 1988. године у редакцију Програма на русинском језику радија Нови Сад нико није био примљен на неодређено време, а тада је та редакција имала 38 стално запослених, док је 2011. године имала само – 15 (Зазуљак/Надљ/Надљ/Варга 2013, 71-92).

Свакако да број новинара у медијима на русинском језику директно не утиче на квалитет информисања, али свакако да **смањење броја радних места може озбиљно да угрози виталност русинских медија. Односно њихов квалитет, као и будуће постојање.**

Постоје два позитивна примера у стварању нових радних места у информисању на русинском језику, која су недавно створена, а то је одговорни уредник дневне информативне агенције “Рутхенпресс”, која ради у оквирима Новинско-издавачке установе “Руске слово” и независни НВО “Интернет радио Руски Крстур”. Оба медија запошљавају 2 особе. Такође, поменуто истраживање сматра да постоји још неколико редакција у Војводини, које би могле да створе услове за програм на русинском језику, као што је градска телевизија „Новосадска“ у Новом Саду.

Истраживање часописа МАК у вези радних места у медијима на русинском такође указује на то да многе редакције можда нису реално приказале да примају запослене преко јавног конкурса. С обзиром да је просечна старост у медијима на русинском 46 година, требало

би да те организације више запошљавају млађе кадрове са завршеном новинарском стручном спремом или да ангажују више хонорарних сарадника.

Квалитет информисања и нови канали

Не постоје новија истраживања о квалитету информисања на русинском језику, тако да је могуће извући само поједине паушалне закључке на основу емпијских сазнања. Један од основних проблема свих медија на русинском језику је тај да **већина запослених који у њима ради нема новинарску стручну спрему, преквалификацију, или претходно искуство рада у другим медијима на русинском или српском језику. Таква констатација се може извући и у студијама случаја конзумирања информативних садржаја на русинском језику, а посебно се огледа у коришћењу једноставних и једнотипских информативних жанрова, форми и садржаја.**

Такође, недостаје документарни програм на РТВ, радију и телевизији, као и више специјализованог програма за децу и школски програм.

Русинска медијска заједница (НАР) би могла да све садржаје које производе медији на русинском језику у Војводини обједини на један централни веб-портал, како би обезбедили лакши преглед корисницима и могућност одложеног гледања, као и праћење садржаја изван граница Србије.

Закон о националним саветима националних мањина Републике Србије из 2009. године у члану 21. предвиђао је да национални савет „усваја стратегију развоја информисања на језику националне мањине, у складу са стратегијом Републике Србије” (*Закон о националним саветима националних мањина* 2009, 9). Национални савет Русина је 22. децембра 2012. године усвојио општу „Националну стратегију Русина у Србији до 2020. године“ (*Национална стратегија Руснацох* 2013), која уз стратегију о култури, садржи и стратегију развоја информисања на русинском језику. Процес писања стратегије развоја информисања на русинском језику и јавну расправу, коју је организовао Одбор за информисање националног савета Русина, пратило је низ контроверзи, оставка председника Одбора за информисање, стална промена састава аутора стратегије развоја информисања и до краја додавање више сегмената који се односе на информисање у тој општој Стратегији. Тако да остаје нејасно које сегменте о информисању у Националној стратегији Русина треба да следе редакције на русинском језику и како ће се оцењивати примену поменуте Стратегије.

Деполитизација медија на русинском језику

У члану 71. Закон о националним саветима националних мањина Републике Србије из 2009. године, предвиђао је да изборне листе могу, поред осталих, предлагати и „политичке организације националних мањина“ (Закон о националним саветима националних мањина 2009, 21), што у овој или другој форми подразумева и политичке странке или њихове параорганизације.

И нови Закон о националним саветима националних мањина из 2014. године (Закон о националним саветима националних мањина 2014, 23) још децидније предвиђа да изборне листе могу предлагати „регистроване политичке странке националне мањине“, што такође отвара простор политизације националних савета.

Истовремено, Кодекс новинара Србије из 2008. године, у поглављу 7. пише да „активно заговарање у политичкој, изборној или медијској кампањи (политичке странке/компаније, и слично), не може да се обавља истовремено с новинарским/уредничким послом. Новинари не могу да учествују у политичким кампањама, да носе партијска обележја или да се изјашњавају у корист/у име неког политичког кандидата“ (Кодекс новинара Србије, 27).

То значи да постоји једна ситуација где Закон о националним саветима на одређени начин толерише, па чак и допушта политичким странкама да врше свој утицај на медије чији су национални савети оснивачи. Управо се у русинској националној заједници десило то да су странке, Демократска странка и Лига социјал-демократа Војводине, узели највише гласова и фактички сасвим преузели одлучивање у тој мањинској културној самоуправи. С обзиром да су од 2004. године оснивачка права гласника на језицима националних заједница пренета са АП Војводине на националне савете (Папуга 2004, 3), локална политика и партије добили су огроман утицај и на креирање уређивачке политике у НИУ „Руске слово“. Национални савети у управне одборе мањинских гласила именују већину својих чланова. Тако у НИУ „Руске слово“ Национални савет русинске националне мањине бира 6 од 9 чланова (док 3 члана бира колектив НИУ „Руске слово“) (Статут НИУ „Руске слово“, 3-4)

С друге стране, Кодекс новинара Србије децидно прописује да је новинарима активно учествовање у партијским активностима и кампањама недопустиво, а посебно уредницима. Након избора за Национални савет русинске националне заједнице у јуну 2010. године, преко изборних листа такозваних политичких организација, у то највише тело културне самоуправе Русина ушла су два одговорна

уредника и један шеф дописништва НИУ „Руске слово“, као и новинар коме је због посланичког мандата у Републици Србији од 2008. године „замрзнуто“ радно место у тој установи. Директор НИУ „Руске слово“ и председник Новинарске асоцијације Русина је активиста Демократске странке. Такође, поједини дописници и хонорарни сарадници чланови су странака или су им блиски.

Код других редакција на русинском језику, као што је Радио-телевизија Србије проблем исполитизованости редакције и новинара није толико изражен, јер су то велики хијерархијски системи у којима лидери националних заједница немају директног утицаја.

Не само да партије не би смеле да се мешају у уређивачку политику медија на русинском језику, већ би и избор највиших одговорних и уредничких функција морало да се врши по професионалним критеријумима, а не по страначкој припадности. Такође, морало би се тражити од одговорних уредника и новинара да не буду чланови политичких странака, да буду на професионалној дистанци, а такође да не учествују на листама, нити партијских организација, нити неких других листа за национални савет, како би могли да професионално и у складу са Кодексом новинара Србије врше своју дужност и објективно информишу о делатностима у том највишем телу културне самоуправе Русина. У складу са тим, и занатско новинарско удружење НАР би требало да буде деполитизовано.

III ЗАКЉУЧАК

Медији на русинском језику највише су се развили и доживели своју „ренесансу“ за време СФРЈ. Период распада Југославије, ратних разарања и економске кризе имао је негативни утицај на развој информисања у свим бившим југословенским републикама, па тако и код националних заједница у Војводини. Негативни утицај те кризе значајно је осетило новинарство на русинском језику. Недостатак финансијских средстава отворило је питање радних места, а смањење радних места може да утиче и на квалитет информисања, као и на постојање појединих медија на русинском језику.

Скоро да не постоје приватни медији на русинском језику, уколико се не рачунају лични информативни сајтови. Медији на русинском су углавном, могло би се рећи, нека врста „јавних“ медија пошто се финансирају и у потпуности зависе од средстава од стране Републике Србије (преко АП Војводине). Управо због тога би се о очувању тих медија и броја радних места (којих у медијима на русинском језику према

поменутом истраживању има 61) требало да се брине највише тело културне самоуправе Русина – национални савет.

Медији би и сами требали да брину о очувању информисања на русинском језику, а посебно они у којима русинска заједница има директни утицај, као што је то НИУ „Руске слово“. Национални савет би више требао да води рачуна о кадровској политици запошљавања квалификованих кадрова, искључиво преко јавног и транспарентног конкурса.

Национални савет Русина би требао више да уложи напора да се отвори програм на русинском језику на локалним радио и ТВ станицама где нема, а за то постоји могућност, као што је то Нови Сад, Суботица, Жабал, Сремска Митровица.

Такође, Национални савет Русина, заједно са медијском заједницом (НАР) требао би да прати приватизацију мањинских медија у Војводини, а посебно медија на русинском језику како не би у току несавесне приватизације дошло да гашења информисања. Такође, Национални савет и медијска заједница би требали да посебну пажњу обрате на финализирање процеса успостављања власништва у НИУ „Руске слово“, као би у будућности радници задржали већински или контролни пакет управљања над том фирмом.

Један од највећих проблема медија на русинском језику у Војводини јесте исполитизованост. Политичке партије и партијске организације на разне начине, а посебно преко исполитизованог националног савета су у позицији да утичу на уређивачку политику НИУ „Руске слово“. Посебан је проблем и велики број политички ангажованих новинара, уредника и руководиоца НИУ „Руске слово“. Исполитизована је и еснафска Новинарска асоцијација Русина. Мало мањи је проблем са осталим медијима на русинском, посебно у Радио-телевизији Војводине, где су радио и телевизија због своје организационе структуре мање склони директном утицају политичких партија и националних савета. Међутим, имајући у виду да од 61 запослених у новинарству на русинском језику, „Руске слово“ и РТВ запошљавају 58 особа, можемо закључити да се под разним утицајем странака и партијских организација налази скоро половина русинских новинара.

Медији на русинском језику би требали више да воде рачуна о коришћењу савремених новинарских метода - садржаја, жанрова, као и канала (интернет, друштвене мреже и портабилна комуникациона средства). Интензивнији наступ информисања на русинском на интернету је изузетно важан, због чињенице да је русинска заједница

расејана не само у више држава, већ и на два континента – у Југоисточној Европи и Северној Америци.

Такође не постоји медијски архив или документарни центар на русинском језику у Србији и Војводини, који би новинарска заједница требала организовати.

НАР, шира неформална заједница русинских новинара и Одбор за информисање Националног савета Русина требало би да донесу јасну Стратегију развоја информисања на русинском језику, да би редакције медија на русинском језику могле да је примене и да се јасно може оцењивати њена примена до 2020. године.

Новинарска асоцијација Русина требала би да води рачуна о спровођењу новинарских стандарда, а посебно Кодекса новинара Србије. Такође, НАР би требала да продужи са разним семинарима и ворк-шоповима с циљем обуке русинских новинара који немају новинарску квалификацију или професионалног искуства. Везаност медија на русинском језику за државу и њена средства такође би могла да диверсификује НАР, организовањем независне продукције за јавне сервисе и конкурисањем за разне независне медијске пројекте.

ЛИТЕРАТУРА:

Кодекс новинара Србије. 2008, Београд: Фондација Конрад Аденауер, 27.

Статут НИУ „Руске слово“. 2005. Управни одбор Новинско издавачке установе “Руске слово”, на седници одржаној 11.02.2005.

Закон о националним саветима националних мањина. 2009. Београд: Службени гласник републике Србије бр. 72/2009.

Закон о националним саветима националних мањина. 2014. Београд: Службени гласник републике Србије бр. 72/2009 и бр. 20/2014, одлука УС 55/2014.

Варга, Борис. 2014. „Интернет не загрози друковане ‘Руске слово’”, *Руске слово*, 13. јуни, б. 10-11.

Зазуљак, Мая, Надь, Сенка, Надь, Цецилија. 2013. „Робота у домену рускеј култури: стан на 2011. рок”, у: *Зборник роботох зоз першей студентскеј науковей конференцијі „Улога младих у розвою рускеј заедніци у Войводини”*, Нови Сад: НВУ „Руске слово”, б. 71-92

Латјак, Дюра. 2001. „Три розвойни периоди ‘Руского слова’”, *Руски календар 2002*, Нови Сад, децембер, б. 82-87.

Латјак, Дюра. 2014. „Нашо новини – наша твар!”, *Руске слово*, 13. јуни, б. 4-5.

Национална стратегија Руснацох. 2013. Нови Сад-Руски Крстур: НВУ „Руске слово”-Национални совет рускеј националнеј меншини.

Папуга, Олена. 2004. „Од 1. јулия снователь нам национални совет”, *Руске слово*, 2. јулий, б. 3.

Тот, Мариа. 2011. *Руска редакција Радио Новог Саду: 3 нагоди 60 рочњици Радио Новог Саду*, Руска редакција РНС (радна верзија).

MEDIA IN RUTHENIAN LANGUAGE IN SERBIA – EXTERNAL POLITICAL INFLUENCE AND PROFESSIONAL ISSUES

Summary:

In this study, the author analyzes the situation in the electronic and printed media in Ruthenian in Serbia (Vojvodina) - at the local and provincial level. In the first part of research stated the factual situation in the media in Ruthenian, and the second part laws and regulations frame of the current standard of the media in Serbia.

Author concluded that the media in Ruthenian in Serbia is almost entirely dependent on the financial support of the state and under the influence of politics. A further problem is unqualified staff and politicized journalists. The author proposes the creation of alternative media that could operate more independently and suggests intense performance on the internet, due to the fact that the Ruthenian communities scattered on two continents Europe and North America.

Key Words: media, Ruthenians (Rusyns), Serbia, Vojvodina, radio, TV, press, Internet, local media, provincial media, political influence, media qualifications.

БИЉАНА РАТКОВИЋ ЊЕГОВАН*
Факултет техничких наука
Нови Сад

УДК 323.15 (497.113):316.774

МУЛТИЈЕЗИЧНОСТ У МЕДИЈСКОЈ ПОЛИТИЦИ

Сажетак: У раду се разматра питање функционисања медија етничких мањина, с нагласком на мањинске медије у Војводини. Указује се на немогућност линеарног, једнообразног решавања мањинских потреба за информисањем, с обзиром на њихов територијални распоред, бројност, урбанизованост и конституисаност мањине. Ипак, знатно пре интензивирања европских иницијатива и смерница, којима би се државе обавезале да формирају и подржавају медије за етничке мањине, у Републици Србији је заживела пракса информисања на језицима националних мањина. Ова пракса није доведена у питање чак и када је економским анализама потврђена објективно висока цена одржавања мањинских медија, од којих се најутицајнији финансирају из јавних или буџетских извора.

Кључне речи: етничке мањине, медији, мањински медији

Увод

Доступност медија на властитом језику важан је део грађанских права, фактор демократичности друштва и самих медија (Александер, 1981) и стварна потреба грађанске јавности. Истовремено, приказивање етничких мањина у „већинским” медијима може значајно да допринесе смањењу међуетничких стереотипа и постојећих или потенцијалних међуетничких нетрпељивости.

Ово је посебно значајно за припаднике националних и етничких мањина¹, имајући у виду да информисање на матерњем језику представља,

* njegovan@uns.ac.rs

¹ Термини „етничка мањина” и „национална мањина” се најчешће, али не увек и исправно, употребљавају као синоними. Према неким тумачењима (Обрадовић 2002: 22) термин „етничка мањина” је шири и обухватнији по свом садржају, јер укључује и припаднике других мањинских колективитета; обухвата и мањине које припадају етничким групама које су успеле да се конституишу као нација и створе своју националну државу, као и оне које то нису успеле, али су очувале одређена обележја. Етничке (националне) мањине су све групе

у најширем смислу, духовну основу (додуше, посредујућу) на којој њени припадници могу, у својој посебности да буду у неком односу: пре свега, једни према другима, али и према већинској нацији.

Према подацима Савета Европе (*Еуропеан Цхартер фор Регионал ор Минориту Лангуагес*, 1992), медији имају кључну улогу у динамичном процесу дефинисања, очувања или слабљена мањинских језика, односно у еманципацији и кохезији језичких мањина. Сирп (Сиерп, 2008: 304), међутим, упозорава, да је то мач са две оштрице: с једне стране, ширење мањинских медија доприноси њиховој културној хомогенизацији, а с друге – слабљену културног плурализма. Наиме, тешко је линеарно, једнообразно решавање мањинских потреба за информисањем. Оно зависи од њиховог територијалног распореда, бројности, урбанизованости итд. Проблем представља и конституисаност мањине, а суочавамо се и са случајевима патернализма матичне државе. Такође се постављају питања да ли је могућ реципроцитет у овој сфери и од чега он зависи; да ли је присутан осећај: даје се превише, даје се премало? Има ли оптимума? (Ратковић Његован, Његован, 2011). У том смислу уредник радио програма на румунском језику РТВ Павел Гатеанцу (2006: 72) поставља и питање ко, заправо, медијски заступа одређену националну мањину, с обзиром на то да постоје различити облици информисања, на које даје и одговор да масовни медији на мањинским језицима треба више да се баве својим етничким, културним идентитетом, а мање пропагандом политичких странака и актуелне политике: „Њихов рад треба, пре свега, да буде транспарентан, без уплитања земље-матице и одређених група за притисак”.

Етнички медији играју значајну улогу унутар мултикултурне заједнице, али, они морају бити аутономни како би могли да говоре у име властите заједнице, истовремено да генеришу дијалог унутар своје етничке заједнице, између различитих етничких заједница, као и с већинском заједницом (Хусбанд, 1994:15).

Мањинска гласила у свим својим различитим формама, поред

држављана који се називају или одређују као народи, националне и етничке заједнице, националне и етничке групе, националности и народности. То је скупина мања од остатка становништва државе у којој живи. Како наводе Хенри и Бјорнсон (Henry, Bjornson, 1999: 4), термин „националне мањине” осим етничких, укључују и расне групе, као и домородачке народе или „прве нације”. У неким земљама мањинама се сматрају и скорашњи имигранти и избеглице, док се у земљама нашег региона по правилу говори о националним мањинама и етничким групама као вишедеценијским и вишевековним становницима одређене државе (територије).

информативне имају и ширу комуникативну функцију (Ђорђевић 2007: 89–98). То се односи не само на перцепцију и доживљај медијских порука, већ, и на изведеном нивоу, на комуникативну праксу којом се успостављају социјалне везе и подстиче етничка кохезија посредована овим медијима. Стога, бити у могућности да се чита штампа, слуша радио и гледа телевизија на сопственом језику од виталне је важности за етничке мањине, како за развијање њиховог социјалног идентитета (Трепте, Крәмер, 2007; Хенру, 1999) и репродукцију саме заједнице (Цуатрекасас, 2002), тако и за активну друштвену улогу (Ђуретић, 2012: 104) у свеукупним социјалним, економским и политичким приликама.

Очување и развијање мањинског идентитета општа је вредност савременог европског друштва. То претпоставља признавање различитости, једнакост различитости, једнакост у различитости, односно политику различитости и толеранцију разлика. Супротна политика би водила дискриминацији, асимилацији, кршењу људских права, заправо различитим облицима понижавања.

У контексту мултиетничког друштва, где његови чланови припадају различитим нацијама (мултинационална држава), или су доселили из других држава (полиетничка држава; Кумлицка, 2003: 30), етнички медији имају важну интегративну улогу (Паттерсон, 1990): могу да генеришу дијалог између мањинских етничких заједница и публице већинске етничке заједнице (Путнис, 1997; Хусбанд, 1994: 15). Не треба заборавити и све гласније захтеве тзв. скривених нација, најчешће трајно или привремено асимилованих (на пример, Швабе, који су се у Румунији помађарили, затим словенско становништво у околини Букурешта, који су статистички Румуни али се изјашњавају као Срби, затим Мађари у Ердељу, који су мењањем граница постали мањина, Руси у Литванији и др.). Неке мањине последњих година доживљавају еманципацију, као што су Буњевци у Војводини или Цинцари у Румунији (који захтевају статус мањине), као и тзв. транснационалне мањине, као што су Роми, чији су регионални центри културног и јавног живота разбацани на разним странама (Матрас, 2002). Када је реч о ромским медијима, као и програмима на ромском језику у већинским медијима, овде треба истаћи да има позитивних помака, што је пример вредан нешто шире елаборације.

Телевизијски програм на ромском језику први пут је емитован у оквиру програма Телевизије Нови Сад 1992. године, када га је чинила месечна емисија на тадашњем Трећем каналу телевизије Нови Сад и једночасовна недељна емисија *Амен ађес (Ми данас)*, која се и данас емитује на овој телевизијској станици. Временом се обим и садржај ромског програма

увећавао и данас га чини више различитих, тематски профилисаних емисија које се емитују на Другом каналу Телевизије Нови Сад. Ромски програми у електронским медијима у највећем обиму се емитују у оквиру програма регионалног јавног медијског сервиса Радио Телевизије Војводине, а нешто мање и на програмима националног РТВ сервиса Радио Телевизије Србије. Осим тога, програме на ромском језику емитује Регионална РТВ Панчево (два пута недељно, у полусатним емисијама), а на подручју централне Србије ТВ Нишава – Ниш, ТВ Лесковац и *ТВ Белле Амие* – Ниш (Јелинчић, ур., 1997). Емисије на ромском језику емитују и локалне радио станице.²

Медији и етничке мањине – неједнака права у Европи

Велике су разлике међу појединим земљама у погледу броја признатих мањинских језика и у погледу заступљености тих језика у масовним медијима. Етничке, односно језичке мањине се суочавају с бројним препрекама у приступу медијима на свом језику. Опште економске прилике се негативно одражавају на положај многих медија етничких мањина, који се гасе или смањују своју продукцију. Медијска, као и већина других предузећа, подлежу диктату тржишта и великој гранској конкуренцији, посебно у привлачењу оглашивача и масовније публике, па у тој „утакмици” многи од њих не могу да остваре одржив пословни модел.

Посебно јавни медији трпе због сукоба различитих економских и политичких интереса, конкуренције мултинационалних медија и генералног смањивања буџетског финансирања, односно финансирања

² Радио Сомбор дневно емитује један и по сат програма на ромском језику, Радио Озаци недељно два сата, а по један сат радио станице већих градова у Војводини (Радио Бела Црква, Радио Кикинда, Радио Нови Бечеј и Радио Србобран). За централну Србију програме за Роме емитује Radio Khrlo E Romengo (Београд), Радио Нишава (Ниш) и Радио ромско срце (Пирот). Протеклих година покренуто је неколико телевизијских станица које емитују програм на ромском језику, од којих су најпознатије Krlo Romengo (Глас Рома), Amaro Drom (Ромски пут) из Београда, РТВ Нишава из Ниша и Радио Ром из Обреновца. Такође, радио станице које емитују програм на српском језику, Радио Београд I, Радио Шид, Радио Бујановац покренуле су емисије на ромском језику. Прва редовна телевизијска ромска емисија на свету Anglunipe (Напредак) покренута је у Србији у фебруару 1986. године. У почетку је емитована је за подручје Косова и Метохије, а потом за целу Србију и за подручје тадашње Југословенске радио-телевизије (ЈРТ). Прва стална ромска радио емисија покренута је 1983. године на београдском радију Студио Б (Ратковић Његован, 2011).

из јавних фондова тј. претплате грађана. То доводи и до ограничавања комерцијалне одрживости производње и емитовања програма на језицима мањина, на шта указује и пример британске јавне радиодифузије – ББЦ, која је због владиних смањења дотација за 16%, укинула радио и Интернет програме на македонском, албанском, српском језику, те португалском за Африку и енглеском за Карибе.

С друге стране, партиципација етничких и националних мањина у медијској сфери, ограничена је и на политичком и на културном плану, кроз њихову намерну искљученост, политичку стратегију да се један језик „штити” на рачун другог и сл. У појединим државама законски се фаворизује државотворност и употреба, једног, већинског језика. Тако су, на пример, у Албанији, Ирској, Исланду, Словенији и Естонији прописане квоте обавезног удела садржаја на већинском језику, а минимум варира од 10% до 50% дневног програма на сваком каналу. У неколико европских земаља, као што су Ирска, Румунија, Украјина и Србија, РТВ станице су законски обавезане да емитују програме на „не-већинским” језицима. Обавеза да емитују садржаје о култури етничких мањина постоји у Шпанији, Норвешкој, Данској и Пољској. У Бугарској је јавни радијски сервис обавезан да емитује на језицима грађана чији матерњи језик није бугарски, али минутажа не прелази два сата седмично, док о врсти и количини садржаја одлучује одбор директора радија. У Естонији је присутна сегрегационистичка пракса према руској мањини, која, иначе, броји 34% становника ове земље, те влада покушава да преброди овај проблем субвенционисањем програма за проширење сфере естонског језика, како би га сви становници добро знали, без нарушавања културног плурализма.

У Хрватској, у закону о јавној радиодифузији, стоји члан да ће се у остваривању програмских начела јавног радија и телевизије „нарочито” производити и/или објављивати емисије намењене информисању припадника националних мањина. Међутим, у *Анализи представљености програма за националне мањине у хрватском телевизијском и радијском програму*, Цар и Канижај (2010) наводе да су двадесетак националних мањина које живе у Републици Хрватској неинтегрисане у ове програме: третирају се као „посебне скупине”, што доприноси њиховој трајној гетоизацији; медијски формати, створени за националне мањине третирају их као посебну публику; припадници националних мањина нису вузелно препознатљиви, осим у случају ромске популације, те су „дубоко скривени” у медијским садржајима; недостаје интеркултуралност у овим садржајима.

У већим земљама с федералном структуром, на пример, у Немачкој и Шпанији, тенденција је да се језичка политика медија води на регионалном нивоу, где су регионални, локални децентрализовани емитери обавезни да до два сата седмично емитују програме на језицима који се говоре у датој регији. У Швајцарској нису законом утврђене квоте, већ је јавна РТВ обавезна да емитује програме на три службена језика, а регионалне и локалне станице треба да прилагоде своје програме специфичностима заједница којима служе. О конкретним обавезама се преговара и договара, а основна начела за ТВ утврђује Савезни савет. У Италији јавни радијски сервис има статутарну обавезу да три одсто емитованог садржаја намени посебним групама, међу којима се наводе етничке и језичке. У Турској се тек однедавно уводи језички плурализам у медије, док је раније био обавезан искључиво турски језик. Сада закон дозвољава до четири сата седмично радијског програма на мањинским језицима, али искључиво путем државног радија и уз обавезно емитовање превода на турски, у наставку програма.

Европске смернице и српска пракса

Два важна европска документа говоре о обавезама држава чланица Савета Европе да обезбеде оснивање и рад медија на језицима етничких мањина. То су: *Европска повеља о регионалним и мањинским језицима* (Еуропеан Цхартер фор Регионал ор Минориту Лангуагес, 1992) и *Оквирна конвенција за заштиту националних мањина* (Фрамеворк Цонвенцион фор тхе Протеџион оф Натионал Миноритиес, 1995). У првом документу стоји да државе чланице Савета Европе преузимају обавезу да обезбеде, охрабре, омогуће или олакшају стварање и рад бар једне радио и телевизијске станице на регионалним и мањинским језицима. У *Смерницама о употреби језика мањина у електронским медијима* (Гуиделинес он тхе Усе оф Минориту Лангуагес ин тхе Бродџаст Медиа 2003), као и ранијим *Препорукама* из Хага о праву националних мањина на образовање (*Тхе Хаге Реџоммендатионс Регардинг тхе Едуџатион Ригхтс оф Натионал Миноритиес*, 1996), Осла о праву националних мањина на употребу сопственог језика (*Тхе Осло Реџоммендатионс Регардинг тхе Лингуистиџ Ригхтс оф Натионал Миноритиес*, анд *Ехпланатору Ноте*, 1998) и из Лунда о делотворном учешћу националних мањина у јавном животу (*Тхе Лунд Реџоммендатионс он тхе Еффективе Партиџипатион оф Натионал Миноритиес ин Публиџ Лифе*, анд *Ехпланатору Ноте*, 1999) стоји да слобода изражавања сваког лица, што подразумева и припаднике националних мањина, укључује право да

прима, тражи и саопштава идеје и информације на језику и у медијима по свом избору, без ометања и без обзира на границе.

У тексту *Смерница* (2003) се даље наводи да државе треба да пропишу одговарајуће услове које државни или јавни емитери треба да испуне у погледу емисија на језицима мањина. Државе такође треба да размотре стварање повољних услова, финансијских или других, ради подстицања приватних радио и ТВ станица на емитовање на језицима мањина. Државе такође могу да одлуче да ослободе емитере на језицима мањина од учешћа у законима предвиђеним конкурсима за фреквенције, или да успоставе посебне режиме који их ослобађају одређених административних оптерећења. У случају да не постоји ниједно приватно електронско гласило које емитује на језику националне мањине, државе треба активно да помогну оснивање таквог емитера, у мери у којој је то потребно.

Много година пре ових, европских иницијатива, којима би се државе обавезале да формирају и подржавају медије за етничке мањине, у Републици Србији је заживела пракса информисања на језицима етничких мањина.³ У *Закону о јавном информисању Републике Србије* (2003, члан 5) стоји да ради остваривања права националних мањина и етничких заједница у информисању на сопственом језику и неговању сопствене културе и идентитета, Република, аутономна покрајина, односно локална самоуправа обезбеђују део средстава и других услова за рад јавних гласила на језицима националних мањина и етничких заједница. У *Закону о заштити права и слобода националних мањина Републике Србије* (2002, члан 17) наводи се да припадници националних мањина имају право на потпуно и непристрасно обавештење на свом језику, укључујући право на изражавање, примање, слање и размену информација и идеја путем

³ Према наводима Јарослава Турчана, године 1977. у Војводини су излазила два дневна листа – на српскохрватском и на мађарском језику, затим 184 недељна и повремена листа на српскохрватском језику, на мађарском 21 и на словачком 6. Исте године је излазио и 81 часопис: на српскохрватском 64; на мађарском 7; на словачком 4. У истом периоду је „матична радио-дифузна установа” – Радио-телевизија Нови Сад – емитовала дневно 38 часова и 40 минута радио програма: на српскохрватском 17 часова; на мађарском 14 часова и 30 минута; на словачком 2 часа и 40 минута. У оквиру телевизијског програма, чија је тадашња минутажа износила 36 часова недељно, 23 часа је било на српскохрватском језику, 11 часова на мађарском и 50 минута на словачком језику. Истовремено је у Војводини програме емитовало преко 30 локалних радио станица на једном, два или три језика, а била је и доступна штампа на свим језицима националних заједница (Турчан, Ј. [1981], Прилог проучавању петојезичног медија у вишенационалној Војводини, РТВ Теорија и пракса, 23, 127–128).

штампе и других средстава јавног обавештавања. Држава ће у програмима радија и телевизије јавног сервиса обезбедити информативне, културне и образовне садржаје на језику маџина, а може да оснива и посебне радио и телевизијске станице које би емитовале програме на језицима националних мањина. Припадници националних мањина имају право да оснивају и одржавају медије на свом језику.

Ова пракса је посебно развијена у мултинационалној српској покрајини Војводини, где је већ 1949. године покренут радио програм на мађарском језику, а 1971. године формирана јавна радиодифузија, која је по својим кључним параметрима права мултикултурална медијска организација, са мултилингвалним програмима. Од тада, па све до данас, овај концепт се у погледу организационе и програмске мултијезичности и мултикултуралности и даље одржава, одолевши свим друштвеним променама (промена система) и политичким потресима.

Према *Извештају Покрајинског омбудсмана о стању мањинских медија у Војводини* (2010), од 937 регистрованих јавних гласила, новина, сервиса новинских агенција, радио и телевизијских програма и интернет јавних гласила у Србији, у Војводини има 114 мањинских медија и медијских производа на 11 језика. Делују као јавни медији финансирани из претплате грађана или из буџета (државног, покрајинског, локалног), или као комерцијални.

Ипак, на недавно одржаној конференцији „Ново време и модерни медији” (2014), посвећеној медијима на језицима мањинских заједница, иако је констатовано да је Радио телевизије Војводине, која емитује програм на десет језика – по томе јединствена радиодифузија у Европи, Европска унија ће се залагати за већу независност медија на језицима националних мањина у Србији, као и да медији на језицима мањина подлежу превеликој државној регулативи. Том приликом је било и предлога (Лука Бјанкини, шеф Политичког одељења Делегације ЕУ у Србији) да регулаторно тело за електронске медије „можда треба да услови добијање дозвола за емитовање, тако што ће захтевати од емитера да имају и програм на мањинским језицима у мултиетничким срединама”. Осим ових сугестија, примедбе се упућују и националној радиодифузији – Радио телевизији Србије, која не „посвећује довољно пажње мањинским програмима”, с обзиром на то да је у 2010. години, на пример, на првом каналу посветила 0,45 одсто, а на другом 1,84 одсто укупног годишњег времена посебним друштвеним групама (деца и омладина, хендикепирани, социјално и здравствено угрожени, глувонеми), међу којима се убрајају и националне мањине (*Криза посебно*

рефлектована на мањинске медије, Радио 021, јул, 2014).⁴ Ови су подаци тачни, уз додаатак да је у 2012. години национална радиодифузија на свом другом каналу премијерно емитовала тек незнатно више оваквог програма, укупно 4,57%, од чега око 2,55% за етничке мањине (*Извештај Републичке радиодифузне агенције за 2012. годину*). Овим примедбама треба додати и питање статуса медија на српском језику, с обзиром на то да је уставна обавеза (Устав РС, 2006, члан 10) употреба ћириличног писма, коју већина медија не поштује.

Али, с обзиром на то да у Републици Србији, за разлику од других држава у региону, постоје два јавна сервиса, укупна квота мањинских програма није занемарива. Регионална радиодифузија, Радио Телевизија Војводине, негује ексклузивну интеркултуралну стратегију и емитује програме на десет језика (српски, мађарски, словачки, румунски, украјински, ромски, русински, буњевачки, хрватски, македонски)⁵, за нешто мање два милиона становника регије, што је, према попису становништва из 2011. године, 26,9% од укупног броја становника Републике Србије. Имајући у виду да су службени (административни) језици у покрајини Војводини српски, мађарски, словачки, румунски и русински (*Статут АП Војводине*, 1991, члан 6), тиме се у значајној мери задовољавају информативне потребе већине етничких заједница и група који живе на овом простору, чак и оних који у укупном становништву броје мање од 1% (колико, на пример, има Украјинаца).⁶ Ова пракса није доведена у питање чак и када је економским анализама потврђена објективно висока цена одржавања програма на десет језика, што се сматра важном друштвеном инвестицијом, па и по цену „стегања каиша” јавни интерес треба да надилази комерцијални, те да не дође до

⁴ Ове захтеве посебно подржавају национални савети, као мањинска политичка тела која помажу у остваривању права националних мањина на самоуправу у области употребе језика и писма, образовања, информисања и културе.

⁵ У жанровској структури мањинских програма ТВ Нови Сад, генерално доминира културно-уметнички програм и са мањим осцилацијама обухвата 47,5% ових програма. Следи информативни програм са 36,5% заступљености у укупном програма. Информативни садржаји на мањинским језицима презентују се кроз класичне информативне емисије (вести, политичке емисије, контакт емисије), за које редакција припрема властите прилоге или преузима агенцијске вести, као и кроз информације емитоване у другим емисијама.

⁶ Према попису становништва из 2011. године у АП Војводини живи 13% Мађара, 2,6% Словака, 2,43% Хрвата, 2,19% Рома, 1,13% Румуна, 1,14% Црногораца, 85% Буњеваца, 0,72% Русина, 0,72 Украјинаца, 0,54 Македонаца и др. (Кицошев, Његован, 2013: 9).

рестрикције програма намењених етничким мањинама.

Како би се подстицало квалитетно извештавање за етничке мањине потребно је ангажовање знатних материјалних средстава, компетентних новинара, адекватно место унутар програмске шеме, доходак који би оправдао уложена средства. Тим више, што се јавне радиодифузије суочавају са растућим захтевима (много већим него комерцијални медији) да непрестано потврђују кредибилитет и оправдавају темеље своје легитимности (Пицард 2003; Јакубовицз, 2006; Кивикуру, 2006), као и да пруже доказе о ефикасном пословању у економском и управљачком погледу. С друге пак стране, унутар логике пословања домаћих комерцијалних медија, који емитују своје програме на српском језику, готово и да не постоји интерес за ове програме.

Ипак, било би корисно да се успостави договор између централног (РТС) и регионалног (РТВ) јавног медијског сервиса у погледу програмирања и комбинације програмских садржаја у погледу тзв. мањинских програма и то на уобичајеним принципима програмирања јавних емитера, где постоји више јавних радиодифузија, односно где се може говорити о неким облицима „медијског федерализма”. Ови принципи се заснивају на алтернативности, конкурентности и комплементарности (Плавшић, 1973). Алтернативност у програмској шеми обезбеђује смањење конкуренције у време емитовања и у оквиру јединственог радиодифузног система. Компетитивност програмске структуре подразумева уравнотежен ниво конкурентности у програмској понуди унутар јавног сервиса, чиме се, заправо, не тежи што бројнијем аудиторијуму, већ квалитетнијој програмској понуди. Комплементарност у програмирању емисионе шеме подразумева допуњавање садржаја програма унутар јавног сервиса, како између канала и програма централног дела, тако и са регионалним радиодифузијама у оквиру јавне РТВ мреже

Питање, али за неку другу ширу анализу, јесте и квалитет медијских садржаја намењен етничким мањинама, који се процењује кроз димензије сазнајног, емоционалног и продукционог квалитета, затим поузданости (непристрасности, без комерцијалног утицаја), иновативности (нови формати, оригиналан приступ), разноликости (различити садржаји за различите сегменте публике), друштвеног утицаја (образовни програми, медијске иницијативе), удела публике (праћеност и достизање циљне публике), исплативости (*цост еффецтивенесс*) и делотворности (Ван Меурс ет ал. 2006). Такође, може се сматрати проблематичним то што су садржаји које ови медији објављују већином или у целости намењени етничким заједницама, што укључује само сопствене перцепције и осећаје

етничке припадности. То ствара утисак о одсуству интеркултуралног дијалога и заинтересованости за дешавања у другим деловима друштва.

Закључак

Медијска презентација етничких мањина у Војводини превазилази постојећу европску праксу. То потврђује разграната мрежа електронских и штампаних медија на језицима националних мањина: на мањинским језицима емитује више локалних телевизија и радио станица; све мањине имају своје листове (дневне, недељне, двонедељне), већина њих има и научне и стручне часописе, листове за децу и омладину. Такође, не изостаје помоћ државе у њиховом финансирању, па се, на пример, око 90% буџета Аутономне покрајине Војводине, укупно намењеног за информисање, усмерава на финансирање медија националних мањина. Такође, постигнут је парламентарни консензус око финансирања регионалног јавног медијског сервиса, који укључује и програме намењене националним мањинама у Војводини. Иако степен концентрације публике око ових медија није адекватан значају који се придаје јавном сервису (замерке су, најчешће, на неатрактивност и неактуелност програма, мањине прате медије из матичних земаља и сл.), припадници етничких мањина у Војводини сматрају да је информисање на матерњем језику веома важно за очување националног идентитета, културе и традиције.

Истраживања (Центар РТВ за истраживање јавног мњења, програма и аудиторијума, *Извештаји и студије*, 2009, 2008, 2008, 2007) о односу етничких мањина према медијима на својим језицима показују да они у проценту од око 80% прате ове медије и сматрају да је информисање на матерњем језику веома важно за очување националног идентитета, културе и традиције. Програми РТВ на мађарском језику, на пример, привлаче посебно велики број гледалаца и слушалаца. Процењује се да готово 50% мађарске популације у Војводини прати главне информативне емисије на мађарском језику. У погледу броја гледалаца, то значи најмање сто педесет хиљада људи, што је неретко више од броја гледалаца програма РТВ1 (програм на српском језику) – у исто време.

Наведена истраживања су такође показала да етничке мањине, посебно оне чија се матична држава налази у окружењу Републике Србије, у великом проценту прате и програме из тих земаља. Тако, на пример, скоро 59% Румуна из Војводине редовно слуша радио станице из Републике Румуније, а чак 92% овдашњих Мађара гледа иностране ТВ станице на мађарском језику. Припадници русинске етничке заједнице

су у другачијој ситуацији, будући да нису у могућности да прате медије из окружења на свом језику, па су више окренути домаћим, српским медијима. Највећу конкуренцију програмима јавног радио емитера на мањинским језицима чине програми локалних радијских станица на тим језицима, као и атрактивне, претежно музичке радио станице с националном покривеношћу, за шта се, посебно, опредељује млађа публика.

Али, трендови фрагментације публике с којима се сусрећу мањински медији, који се неретко тумаче као њихова софистицирана маргинализација, присутни су и код већинских медија, па и једнима и другима предстоји оштра борба за публику на конкурентском медијском тржишту.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Alexander, Jeffrey C. (1981): "The mass news media in systemic, historical and comparative perspective", in Katz, Elihu, Szecskö, Tomas (ed.), *Mass Media and Social Change*, 17–51, Sage, Beverly Hills, CA.
2. Auditorijum o programu Radio Televizije Novi Sad na mađarskom jeziku (2008): *Izveštaji i studije*, 7, 1–11, Centar RTV za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma, Novi Sad.
3. Auditorijum o programu Radio Televizije Novi Sad na slovačkom jeziku (2009): *Izveštaji i studije*, 4, 1–10, Centar RTV za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma, Novi Sad.
4. Auditorijum o programu Radio Novog Sada na rumunskom jeziku (2007): *Izveštaji i studije*, 5, 1–11, Centar RTV za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma, Novi Sad.
5. Car, Viktorija, Kanižaj, Igor (2010): Analiza predstavljenosti programa za nacionalne manjine u hrvatskom televizijskom i radijskom programu. http://www.nacionalne-manjine.info/savjet/files/2011/istrazivanja_2.pdf (приступљено 3. 2. 2015.)
6. Council of Europe (1992): *European Charter for Regional or Minority Languages, Explanatory Report*, ETS No. 148, Strasbourg.
7. Council of Europe (1995): *Framework Convention for the Protection of National Minorities*, Strasbourg (1 February).
8. Cuatrecasas, Llibert (2002): "Linguistic Diversity: a Challenge for European Cities and Regions", *Studies and texts*, 74, Council of Europe Publishing, Strasbourg.
9. Đorđević, Toma (2007): *Teorija informacija*, Institut za političke studije, Beograd.

10. Gateancu, Pavel (2006): „Polozaj etničkih manjina u medijskom prostoru Vojvodine”, u: Despotović, Ljubiša (prir.), *Etnicitet i mediji*, 71-73, SPENS – Medija centar, Novi Sad..
11. Henry, Frances, Bjornson, Marnie (1999): *The Racialisation of Crime in Toronto's Print Media: A Research Project*, School of Journalism, Ryerson Polytechnic University, Toronto.
12. Husband, Charles (1994): “General Introduction: Ethnicity and Media Democratization within the Nation-State”, in: Husband, Charles (ed.), *A Richer Vision: The Development of Ethnic Minority Media in Western Democracies*, 1-19, UNESCO, Paris.
13. Jakubowicz, Karol (2006): “Public service broadcasting: a new beginning, or the beginning of the end?” Presentation for the RIPE@2006 Conference: *Public Service Broadcasting in the Multimedia Environment: Programmes and Platforms*.
14. Jelinčić, Jadranka (ur.) (1997): *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina: predlozi nove politike*, 145–146, Fond za otvoreno društvo, Beograd.
15. Кицошев, Саша, Његован Драго (2013): Развој етничке и верске структуре Војводине, Прометеј : Мало историјско друштво – Нови Сад, Нови Сад.
16. Kivikuru, Ullamaija (2006): “Top-Down or Bottom-up. Radio in the Service of Democracy: Experiences from South Africa and Namibia”, *The International Communication Gazette*, 68(1), 5–31.
17. Kymlicka, Will (2003): *Multikulturalno građanstvo. Liberalna teorija manjinskih prava*, Jesenski i Turk, Zagreb.
18. Мањински медији у Војводини : Извештај Покрајинског омбудсмана о стању мањинских медија у Војводини (2010): Покрајински омбудсман, Област заштите права националних мањина, Нови Сад.
19. Matras, Yaron (2002): *Romani: A linguistic introduction*. Cambridge University Press.
20. Obradovic, Žarko (2002): *Manjine na Balkanu*, Čigoja print, Beograd.
21. О гледаности телевизије у 2008 години: аудиторјум војвођанских Русина (2008): *Извештаји и студије*, 7, 1–9, Centar RTV за истраживање јавног мњења, програма и аудиторјума, Novi Sad.
22. Patterson, Rose (1990): “Development of Ethnic and Multicultural Media in Australia”, *International Migration*, 28(1), 89–104.
23. Picard, Robert G. (2003): “Assessment of Public Service Broadcasting: Economic and Managerial Performance Criteria”, *Javnost / The Public*, 10(3), 29–44.
24. Плавшић, Првослав (1973): „Нацрт начела програмирања међуодноса

- појединих телевизијских програма”, Саветовање истраживача радија и телевизије у Порторожу, 31. маја 1973, уз *Осми фестивал југословенске телевизије*.
25. Putnis, Peter (1997): “The nature of news discourse: Towards a Hanson case study”, *Metro Magazine*, 109, 91–93.
 26. Ratković Njegovan, Biljana (2011): “Social Integration of Roma People – The Importance and Remit of Roma media: A Case Study“, *Trames: A Journal of the Humanities and Social Sciences*, 15(1), 102–119.
 27. Ratković Njegovan, Biljana, Njegovan, Drago (2011): “Problema istorică a minorităților: Este destinul minorităților sechestrat de istorie?” [“Historical nature of the Minority Question: Is the Destiny of Minorities Imprisoned in the History?”], u: Colta, Elena R. (ed.), *Minoritar in Europa: istorie, memorie, destin*, 9–39, Complexul Muzeal Arad, Arad, Romania.
 28. Републичка радиодифузна агенција (2012): *Јавни сервис Радио-телевизија Србије : Начни испуњавања законских и програмских обавеза, Извештај за 2012. годину*, Београд, април.
 29. Sierp, Aline (2008): “Minority Language Protection in Italy: Linguistic Minorities and the Media“, *Journal of Contemporary European Research*, 4,(4), 303–321.
 30. *Статум АП Војводине* (1991).
 31. *The Hague Recommendations Regarding the Education Rights of National Minorities*, High Commissioner on National Minorities. (1996), Organization for Security and Co-operation in Europe (1 October).
 32. *The Lund Recommendations on the Effective Participation of National Minorities in Public Life, and Explanatory Note* (1999), September.
 33. *The Oslo Recommendations Regarding the Linguistic Rights of National Minorities, and Explanatory Note* (1998), February.
 34. Trepte, Sabine, Krämer, Nicole (2007): “Expanding social identity theory for research in media effects: Two international studies and a theoretical model”, *Hamburger Forschungsbericht zur Sozialpsychologie*, 78, Universität Hamburg, Arbeitsbereich Sozialpsychologie, Hamburg.
 35. Турчан, Јарослав (1981): Прилог проучавању петојезичног медија у вишенационалној Војводини, *РТВ Теорија и пракса*, 23, 127–135.
 36. *Устав републике Србије* (2006), „Службени гласник РС”, бр. 98/2006.
 37. Van Meurs, Lex, De Vos, Bas, Van den Putte, Bas (2006): “Mapping programme quality: Evaluating the quality of television programmes using an online Appreciation Panel”, Paper for the RIPE@2006 Conference, the Netherlands, November 16–18.

38. Закон о јавном информисању Републике Србије (2003), „Службени гласник РС”, бр. 43/2003.
39. Закон о радиодифузији Републике Србије (2002), „Службени гласник РС”, бр. 42/2002.
40. Закон о заштити права и слобода националних мањина Републике Србије (2002), „Службени лист СРЈ”, бр. 11/202

Вебографија:

1. Ђуретић, Ненад (2012): „Мултикултурализам и националне мањине: војвођански колорит”, *Витешка култура – Chivalrous culture*, год. I, 101–113.
2. (<http://www.templari.org.rs/uploads/useruploads/Documents/asopis-Viteska-Kultura-br.-1.pdf>; приступљено 27. јануара 2015.)
3. Office of the High Commissioner on National Minorities (2003): *Guidelines on the Use of Minority Languages in the Broadcast Media* (<http://www.osce.org/hcnm/32310>; приступљено 11. јануара 2015.)
4. *Криза посебно рефлектована на мањинске медије*, Радио 021, 7. 7. 2014. (<http://www.021.rs/Sigurnost-za-buducnost/Emisije/Kriza-posebno-reflektovana-na-manjinske-medije.html>; присупљено 29. јануара 2015.)

BILJANA RATKOVIĆ NJEGOVAN
Faculty of Technical Sciences
Novi Sad

Multilingualism in Media Policy

Abstract: This paper discusses the issue of media functioning of ethnic minorities, with an emphasis on minority media in Vojvodina. It points out the inability of linear, uniform resolution of minority needs for information with regard to their territorial distribution, abundance, urbanization and constituted minority. However, the practice of informing on the language of national minorities began in the Republic of Serbia well before the intensification of European initiatives and guidelines, which commits the state to establish and support the media for ethnic minorities. This practice was not compromised even when the economic analysis confirmed objectively high cost of maintenance of minority media, of which the most influential were financed from public sources or budget.

Keywords: ethnic minorities, media, minority media

Мирјана Ковачевић *
Факултет за дипломатију
и безбедност, Београд

УДК 316.323:316.776

Програмски садржаји : најтраженија роба 21. века без декларације о квалитету

АПСТРАКТ: Сведочење апокалипси некадашњег медијског идентитета и квалитета, а посебно дефициту у испуњавању функција јавног сервиса и потпуног занемаривања улога које су му историјски додељене, намеће нам се одговорност и обавеза критике медијске стварности у Србији. Осим основне свеprisутне дилеме да ли је медијска сцена наметање избора или поштовање преференција, у раду се бавимо наглашавањем медијске агенде и форме, те питањем шта је у пракси јавног сервиса пресудно у креирању програмских садржаја. Поред тога, износимо осврт и размишљање о томе шта (ко) је ауторитет, шта референца, а шта модел у медијским садржајима данас?

Кључне речи: медијска агенда, медијски и програмски садржај, јавни медијски сервис, медијска сцена, преференције.

УВОД

Многи се не би сложили са идејом преипситивања или ревизионизма прошлости јер је, и поред улоге општег и бољег разумевања, дефанзивна, за неке и беспотребна када је реч о медијским системима у Србији. Но, узимајући у обзир динамику промена медијских технологија и праксе, намеће се дилема жртвовања квалитета и традиционалних вредности у корист модернизације, актуелизације или визуализације. Некадашњи високи и строги критеријуми не само у креирању медијских садржаја већ и одабиру кадрова, замењени су инстант решењима са циљем остваривања профита и повећања гледаности. И то не би било толико погрешно да се таква пракса није усталила и у јавном медијском сервису. Одрживи развој јавних сервиса већ годинама је упитан и уједно предмет разних јавних расправа, како код нас тако и у региону и Европи. У Србији, проблем не можемо посматрати само из угла финансијских средстава која недостају, већ и у недоследности када је у питању кадровска структура и прекомерно запошљавање нестручних и неадекватних, нетранспарентност у пословању и реализацији јавних набавки, као и програмској политици која се све више утркује са комерцијалним медијима.

* mirjanakovacevic.2011@gmail.com

Европска комисија објавила је смернице на основу којих ће у наредних седам година пружати помоћ медијима на Западном Балкану и у Турској. Међу највећим проблемима медијског одрживог развоја наведени су утицај власти на медије кроз политички притисак и новац, нетранспарентно власништво и нерегулисан положај јавних медија. Пресудан тренутак за погоршање медијске ситуације на Западном Балкану била је економска криза, која је пре неколико година погодила регион, што је у великој мери ослабило финансијску позицију медија и истовремено деловало као катализатор који је на површину избацио разне механизме за (не)званични притисак политичких и пословних кругова на медије. Према подацима Европске комисије, медији су међу привредним секторима који су се највише нашли на удару кризе, пре свега имајући у виду да је пад прихода од оглашавања износио 40%, тако да се рад на побољшању ове ситуације очекује и од медијских кућа и од власти. Нетранспарентно власништво, такозвано “оглашавање владе”, контролисани јавни медији, незавидан статус самих новинара, рад на црно и лоши уговори, као и недостатак саморегулације, највећи су наведени проблеми у поменутом документу са којима се суочила медијска индустрија, а који уједно погоршавају и квалитет информисања. У Скупштини Србије, 27.јула 2014. године, усвојен је нови сет медијских закона: Предлог закона о јавном информисању и медијима, Предлог закона о електронским медијима и Предлог закона о јавним медијским сервисима. Медијски закони донесени су у оквиру пакета реформских закона уз одобрење Европске комисије и уједно су предуслов за увођење дигитализације у Србији ау складу са захтевима ЕУ. Овим законима наговештава се изградња медијске стратегије која би требала да обухвати између осталог: излазак државе из власништва у медијима и наставак приватизације (81 медијска кућа, агенција Тањуг, дневне новине “Политика” и “Вечерње новости”) до 1.7. 2015. године, као и прелазак са буџетског на пројектно финансирање. Усвајањем ових закона уводе се промене за начин рада новинара и пословања медијских кућа, дефинишу два јавна медијска сервиса (у даљем тексту ЈМС): Радио-телевизија Србије и Радио телевизија Војводине, за које ће грађани од 2016. године плаћати таксе. Уводи се и Регулаторно тело за надзор електронских медија те преузима надлежност од Савета за штампу. Да ли ће преузимањем те надлежности бити изграђена медијска критика онако како то заиста треба да функционише остаје да видимо, баш као и резултате и начин имплементације поменутих закона у пракси, те да оценимо шта су грађани Србије њима добили.

МЕДИЈСКА СЦЕНА: преформација

На медијској сцени Србије уочљива су тренутно доминирајућа два тренда са тенденцијом у обликовању јавног мњења: први је свеprisутни сензационализам, базиран највише на моделу разоткривања, саопштавања и "огољевања" стварности и јавних личности на трагу дојава и мање-више проверених информација различитих полицијских, војних, економских или партијских извора; други тренд сводио би се на познати Тургењевљев нихилизам - скептицизам према свему и сваком а наклоност ни према чему и никоме. Медијска критика ишчезла је одавно са простора Србије, а њено непостојање можемо схватити на више начина: недостатак средстава и начина да би се постигао циљ, нетранспарентност у улогама и одговорностима, институционална недоследност, самоопредељеност у условима и друштву које не поштује ни једно од наведеног. И поред тога, остаје непромењена улога ЈМС да као државни стожер информисања указује на недоследности у овом сектору, а која је у потпуности заборављена негде успут између жеље за отимањем публике забавног програма и одсуства идеја за испуњавање едукативне функције.

Разлике у функцијама и улогама ЈМС и комерцијалних медија требало би да су јасне читавом друштву. То је тековина произашла из дугогодишње борбе за легислативно и транспарентно диспензирање не само ради испуњавања облигација већ и у постављању стандарда, трендова, правила. Међутим, десио се имедијативан иреверзибилно ирегуларан процес: улоге су замењене, неиспуњене, надопуњене или подражаване. Нећемо превише фалирати уколико констатујемо да сви значајнији центри политичке моћи и политичке структуре уопште, настоје да контролишу највеће радијске и телевизијске станице у својој земљи, а неретко се дешава да политичке елите користе медије као простор за свој политички дијалог. Утицаји су најизраженији у погледу медијске агенде, као и кадровске политике, тј. избора (читамо: именовања) виших, средњих, па чак и нижих руководилаца, а присутни су и код медија са национаном покривеношћу и код локалних јавних медија (АНЕМ, 2011)², баш као и комерцијалних, што ситуацију доводи до апсурда. Како се наводи у извештају ИРЕХ-а за 2013. годину за Србију, држава није наставила са применом своје медијске стратегије, а за нови сет закона понестaje оптимизма. Јаз између одредаба Закона о медијској слободи и

² АНЕМ. 2011. Истраживање публике-кључни налази Матовић <http://www.anem.rs/sr/medijska-scena/regionisvet/story/14971/Zatvaranje+dr%C5%BEavn+televizije+drma+gr%C4%8Dku+koaliciju.html>

његова свакодневна пракса, драматично се повећава. Већина медија под директном или индиректном политичком и државном контролом не представља комплетан медијски спектар. Медији нису независни, јер финансијски зависе од различитих интересних група, па је то разлог што је и велики број главних уредника именован од стране политичара и политичких странака, или економских моћника. То је поготово случај у локалним медијима и мањинским тржиштима.³ Заштитник грађана Србије, Јанковић Саша, у годишњем извештају за 2013.годину који је доставио Скупштини Србије, упозорио је да се у Србији озбиљно крши право грађана да буду истинито обавештени о питањима од јавног значаја: „Суштински, све израженија таблоидизација медијске сцене објективно угрожава основно право на брзо, објективно и тачно информисање засновано на чињеницама. Уместо објективног и тачног информисања заснованог на чињеницама у први план све изразитије избија безобзирна трка за тиражем и гледаношћу, односно слушаношћу. При томе се, у појединим случајевима драстично, нарушавају основна људска и грађанска права, како политичких активиста и носилаца јавних функција на различитим нивоима, тако и самих грађана.” заштитник се у Извештају још осврнуо и на однос медија и политичких и других центара моћи где је „приметан забрињавајући тренд злоупотребе медија у политичким и другим кампањама. То је нарочито изражено у акцијама против организованог криминала, при чему медији најаве да се против некога води истрага, оптуже га за криминал и наводе из истраге које им доставе њихови извори јавности представе као готове и доказане чињенице. Таквим приступом се крши претпоставка невиности, на штету грађана изложених оптужбама, као и чланова њихових породица.”⁴ Јанковић је као проблеме истакао и притисак на медије, те цурење поверљивих информација у привилеговане таблоидне медије. У налазима ИРЕХ-а наглашава се да је присутан сензационализам заједно са непрофесионалним новинарством, те се чини да је више плурализма у српском друштву, донело и веће поделе у њему. Закључак панел дискусије на ову тему у организацији ИРЕХ-а је да већина медија није независна и да реалност негативно утиче на уређивачку слободу. Највеће медијске организације опстају радећи на ивици одрживости, а при том сви покушавају да зараде новац из алтернативних извора, што додатно угрожава независност.⁵ С обзиром на то да их европска јавност сматра суштинским делом европског

³ ИРЕХ - еуропе & еурасиа медиа сустанабилиту индекс 2013

⁴ Редовни годишњи извештај заштитника грађана за 2013.годину, поглавље 3.2, стр.182. Београд

⁵ <http://www.irex.org/resource/serbia-media-sustainability-index-msi>

културног идентитета, јавни радиодифузни сервиси уживају подршку европских политичких институција. У Протоколу о систему јавне радиодифузије (*Протокол он тхе систем оф публиц бродкастинг*) приложеном уз Амстердамски споразум Европске уније из 1997. наводи се да се ЈМС сматра “директно повезаним са демократским, друштвеним и културним потребама сваке друштвене заједнице, као и са потребом одржавања медијског плурализма”.⁶ Међутим, садашње прилике на плану функционисања јавне радиодифузије и даље указују на значајан ниво утицаја, чак директива владајућих политичких странака, прем да не кроз сва четири аспекта државне интервенције на медијске системе, о којима говоре Блумлер и Гуревитцх (1995)⁷. ЈМС не испуњавају своју улогу нити у покривању културних или едукативних, нити у емитовању специјализованих програма или бављењу истраживачким новинарством. Уз овај политички, додатни притисак на ЈМС представља конкуренција приватних, углавном комерцијалних РТВ станица, што све заједно политички и професионално омета њихову друштвену улогу. Многи од ЈМС у транзиционим државама Европе, чак и у онима које су брзо напредовале у погледу либерално-грађанске реконституције (као што је Мађарска⁸) доведени су до егзистенцијалне кризе или привремене

⁶ Амстердамски споразум (Треату оф Амстердам) којим је допуњен Споразум о Европској унији (Треату он Еуропеан Унион), Споразуми о Европској заједници (Треатис естаблишинг тхе Еуропеан Цоммунитиес) и неки сродни документи, Ц 340, 10. новембар 1997, Протокол бр. 9 о систему јавне радиодифузије у земљама чланицама (Протокол Но. 9 он тхе систем оф публиц бродкастинг ин тхе мембер Статес), Ц340/109, [хттп://europa.eu.int](http://europa.eu.int).

⁷ Blumler, Jay G. and Gurevitch, M. 1995. *The crisis of public communication*. London and New York: Routledge

⁸ Мађарски пут такозване либерализације, иако врло брз и успешан, горко су искусили државни масовни медији. Од деведестих година у овој земљи влада прави медијски рат, уз интервенције међународних удружења медијских посленика. Политички лидери Мађарске (премијер Јожеф Антал), оптужени су за политички непотизам у погледу именовања главних личности на руководећа места државног РТВ система. Потом наступа (после избора владе са Виктором Урбаном на челу) нови курс који је намеравао да “поново успостави политичко-медијску равнотежу” и смањи утицај опозиционих медијских кругова према влади. Резултанте ових превирања су политичке хајке на медије, масовна отпуштања у јавној радиодифузији, легитимизација, скоро легализација прогона политичких неистомишљеника, контрола владе у погледу избора независних тела које контролишу јавне медије. Било би, у најмању руку, чудно да ову велику кризу у јавним медијима нису искорисиле приватне комерцијане РТВ компаније којима је чак и путем надзорног тела за радиотелевизију (Национални РТВ одбор-ОРТТ) и кроз нелојалну конкуренцију допуштено да конкуришу јавној мрежи и привуку велики мађарски медијски аудиторијум, због чега је гледаност националне јавне телевизије опала на испод 10 %.

обуставе рада (случај Грчког ЈМС)⁹. Закони, позиви и препоруке, унутрашњи или европски, за хитно реформисање радиотелевизија, нису уродили плодом - не до те мере да можемо да говоримо о независним, ауторитативним медијским јавним сервисима. Анализирајући на том плану прилике у Србији, наилазимо на необично сложену ситуацију да је и само договарање око нормативне и фактичке функције јавне радиодифузије трајало годинама: ЈМС је регионално подељен на РТС (Србија) и РТВ (Војводина). РТС убира приходе од претплате на јединственом рачуну са ког прослеђује средства РТВ-у. При том, ова трансакција никада није транспарентна јер РТС никада није објавио резултате наплате нити укупне приходе и расходе, баш као ни РТВ, што је по закону дужан да уради. На сајту ЈМС (www.rtc.rs) у директоријуму финансијски извештаји стоје датотеке до 2008. године, и линк који посетиоца преусмерава на сајт републичке агенције за привредне регистре (АПР). Нити у једном од ових докумената није транспарентно исказано колико прихода је убирано на који начин (претплатом, продајом огласног простора и сл.), нити како се нпр. вршио одабир сарадника за копродукцијске заједничке пројекте, није како се располаже имовином итд. ЈМС су компаније у "власништу" грађана и зато јавни интерес треба да буде камен темељац принципа управљања њима према дефиницији УНЕСКО организације, по којој је „јавни сервис створен за јавност, јавно је финансиран и јавност га надзире. Он није нити комерцијални нити државни, слободан је од политичких утицаја и од притисака комерцијалних моћника. Јавни сервис информише и образује али и забавља, слушаоце и гледаоце. Тек уз осигуран плурализам, програмску разноликост, уређивачку независност, примерено финансирање, одговорност и транспарентност, јавни сервис може служити као темељ демократије”¹⁰. Полазећи од ББЦ-ја као узора у обављању функција ЈМС, наглашавамо да се јавни сервиси у Србији никада нису посебно ни потрудили да едукују популацију о томе шта ЈМС представља, које су његове функције, односно обавезе и одговорности, као и улога у друштвено-политичком систему. При том је нереално очекивати да становништво са тако не развијеном

⁹ Емитовање програма ЕРТ обустављено је 11. јуна пред поноћ и без посла је остало 2.656 радника телевизије. Државна телевизија ЕРТ почела је да емитује радио програм 1930-их година, а ТВ од 1960-их. Иако је увржено мишљење да одражава ставове власти, те је у време диктатуре између 1967. и 1974. била и под контролом војске, ЕРТ је уживала наклоност због регионалних, културних и спорских садржаја које је емитовала. Одлука о затварању ЕРТ довела је до демонстрација у Атини и другим градовима и општег штрајка у Грчкој.

¹⁰ <http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php>

свешћу о потреби постојања ЈМС уопште гаји наклоност ка његовом одрживом развоју. Комуникација ЈМС са аудиторijумом је врло сведена, без икакве диференцијације или фрагментације у обраћању или приступу, без икаквог видног труда ка спознаји ставова и мишљења, развоју. Овде се посебно можемо осврнути на досадашњи (23.7.2014.) начин наплате, или убирање надокнаде за јавни медијски сервис. Ако просечан становник Србије пође од чињенице да га никада нико ни на који начин није консултовао о програму који прати (или уопште не прати), као ни да му ни на који начин није предочена комуникација са јавним сервисом, онда се намеће питање због чега би уопште плаћао нешто чиме није задовољан и не може да изрази то своје незадовољство. Поред тога, висина претплате је нереална (до 2014. а и од 2016. како предлаже нови Закон) ако је упоредимо са нпр. ББЦ-јем. Претплата за четири програма ББЦ-ја у Уједињеном Краљевству Велике Британије и Северне Ирске износи +-100£ (фунти серлинга) или 120€ (евра), на годишњем нивоу, где је просечна зарада становника 27.000£ (33.000€) годишње, тј. 499£ (610€) недељно¹¹, док се у Србији очекује да становништво са просечном месечном зарадом од 450€ (евра) или 5.400€ годишње, издвоји 60€ годишње за ТВ претплату за два програма. Слаба наплативост ТВ претплате, поред ниског животног стандарда може се посматрати и кроз призму грађанске непослушности: одбијање плаћања ове облигације је посезање за последњим инструментом којим ће показати неслагање са програмском концепцијом и уређивачком политиком ЈМС.

Теоретичари медија Џ. Честер (Ј. Цхестер) и К. Монтгомери (К. Монтгомеру) указују на то да се од савремених јавних медија очекује селедеће: да буду *универзални сервис* са све три врсте информација и услуга (базичне услуге, јавне вести, политичке информације); да задрже статус *јавне, националне радиодифузије* са некомерцијалним програмима државног и локалног нивоа; да развијају алтернативне програме, чак и нове националне мреже са различитим специјализованим програмским садржајима.¹² „Јавна телевизија је последњи бастион истине и креативности“ наводи познати истраживач медија Б. Брегант (2002) и додаје да „самојавна радиодифузија штити оддиктата новца“.¹³ Многи људи гледају на јавну радиотелевизију као на медијски систем који се одупире

¹¹ Office for National Statistics. Annual Survey of Hours and Earnings, 2010 Statistical Bulletin.

¹² Chester, J., Montgomery, K.1992. *Media in transition - Independens & the Future of Television*. New York: NVR Reports.

¹³ Boris, B. 2002. *Kvalitet i samoregulisanje*, у: Актуелно о медијима, европска искуства, Нови Сад: Центар РТС за истраживање јавног мњења, програма и аудиторijума, стр. 17.

силама тржишта и доприноси друштвеној интеграцији и регулацији, те систем који изражава њихов став. Медијски стручњаци упозоравају и на то да се јавне радиодифузије суочавају са кризом идентитета. Извештаји показују да долази до смањења њиховог буџета, фрагментације аудиторијума и смањења броја млађе публике, а учестале су и критике о дефициту њихове легитимности. Чак је и сама идеја јавних медија доведена у питање, па се тврди да су они диносауруси¹⁴ који припадају прошлости, будући да је избор медијских садржаја постао неограничен и доступан свима, па нема потребе за јавном интервенцијом.¹⁵ Осим тога, ЈМС су супротстављени критичком, а неретко и непријатељски расположеном политичком окружењу¹⁶, националном и локалном, као и неолибералној критици јавног финансирања. Воде се и расправе о врстама услуга које у будућности треба да понуди јавни сервис, с обзиром на то да „емитовање” сада представља доминантну активност (Ниссен, 2006/7.). Постоје стрепње да ће програми јавних емитера бити маргинализовани или сведени на „гетоизиране” програме, за које нису заинтересовани ни комерцијани емитери, ни шира публика (ЕБУ, 2009). Суочени са великом конкуренцијом, културном, политичком и економском борбом за пажњу аудиторијума, ЈМС требало би да убрзано мењају своју старомодну, патријархалну и елитистичку позицију (Мурдоцк, 2005) те да се радикално осавремењују и да буду витално одрживи. На питање које стратегије би биле најбоље за одрживост и развој ЈМС, тешко је дати прецизан одговор. Јакубовицз (2006) сматра да такве стратегије и нема, а ако и постоји, њен успех је тешко гарантовати. Када је у питању српски ЈМС највећи удео у програму заузимају репризе садржаја.

МЕДИЈСКА СЦЕНА: Избор медијских садржаја

Кључна теорија по којој у овом раду посматрамо медијску публику у конзумирању медијских садржаја, јесте теорија употребе и награде (*Uses and gratification theory*) односно, полазимо од тога да сви имају различите потребе и потраживања према медијским садржајима али, праве избор над оним што се нуди и сами одлучују шта ће конзумирати. Другачије речено, публика очекује одређено задовољство након одабира

¹⁴ Nissen, Christian S. (Ed.). 2006. Public Service Broadcasting in the European Media Landscape. *Diffusion Online*, 23.

¹⁵ Kivikuru, U. 2006. "Top-Down or Bottom-up. Radio in the Service of Democracy: Experiences from South Africa and Namibia", *The International Communication Gazette*, 68(1), pp. 5–31

¹⁶ Car, V. 2007. "Konvergirani javni medijski servis" ["Converged public media service"], *Politička misao*, Vol. XLIV, No. 2, pp. 113–127.

медијских садржаја. Постоје четири основна разлога на којима су конципирани жељени исходи (награде), односно, оно што људи очекују да ће добити за узврат од одабраних садржаја:

1.информисаност, људи желе да сазнају нешто о друштвеним, економским, домаћим и светским догађајима да би били обавештени и задовољили своју радозналост, и имали осећај да су самим тим образованији и да више знају о свету око њих; 2.идентитет личности, конзумирањем медија многим људима су у ствари у потрази за сопственим идентитетом, лакше им је да на тај начин спознају себе и своје поступке, да себе више воле или промене у складу са жељеним *ликом* на ког се угледају; 3.интеграција и социјалне интеракције, јер људи користе медије да би сазнали више о томе како живе други људи. На тај начин могу да саосећају или да се не слажу са ликовима из програма; 4.забава, људи медије некада конзумирају за опуштање и уживање да би испунили неко време. Основне критике ове теорије заснивају се на томе да публика некада не бира сама садржаје, већ је једноставно са њима суочена (у пролазу, од стране неког ауторитета и сл). Са друге стране, критичари упућују и на то да немају сви исту понуду, односно, да медији углавном нуде оно што је намењено већини, па некада не могу сви бирати шта би гледали према својим преференцијама, већ бирају између понуђеног, што није исто. Наши избори нису увек резултат наших преференција. Предмет проучавања и истраживања медијских преференција и избора, јесте задатак сваке озбиљне медијске организације у циљу остваривања што боље комуникације са медијском публиком. Од тога колико добро познаје преференције свог медијског аудиторијума и начина на који врши избор, зависи и успех пословања једне медијске куће, самим тим и профит који ће остварити кроз привлачење оглашивача или спонзора, као и доминација на тржишту у функцији постављања стандарда, трендова и уопште степена креирања и обликовања јавног мњења. Познавање преференција омогућава медијским кућама и да увиде своје недостатке, те да промене целокупан дискурс у циљу остваривања што већих наклоности публике. Водећи се истом теоријом, такође примећујемо да су људи склони да исте медијске садржаје различито тумаче, једнима је нешто добро, другима исто то није тако добро, и везују потпуно различите емоције за исти програм или особе. Рецепција сваког човека је другачија и све ово треба имати у виду онда када се бавимо истраживањем и анализом медијског аудиторијума, као и креирањем нових садржаја. Све наведено упућује на истраживања у релацији са тим како живимо са медијима и колико на њих можемо да утичемо, без обзира са које стране делујемо: они који

стварају медијске садржаје или они који их конзумирају. Најновија истраживања аудиторijума указују на то да се публика и аудиторijум све више раслојавају, не само из разлога превелике понуде, већ и из разлога све веће опште информисаности и могућности које нуди неформално образовање, опет путем различитих медија. Циљ сваке медијске куће, у том смислу, јесте да буде добро форматирана, односно, да сваког секунда свој програм нуди баш циљано одабраној публици и рекламни простор прода оглашивачима којима је управо та публика интересантна.

ИСТРАЖИВАЊА АУДИТОРИЈУМА

Поштовање преференција аудиторijума подразумева темељно, перманентно истраживање и праћење истих, као и континуирану двосмерну комуникацију са публиком. Истраживања ставова и наклоности аудиторijума у Србији, махом се свде на ангажовање агенција које типски одрађују тај посао, са сигурним и мотивисаним узорком, док је комуникација медијских кућа сведена на примање електронских порука које пролазе цензуру и потом селективно бивају објављене у виду коментара испод одређеног текста или најаве емисије. Постоји на послетку и опција писане форме која се понуди на крају неких емисија или при дну чланка, при том нико не зна колики је број таквих контаката и каква им је садржина. Позивајући се поново на ББЦ, морамо напоменути да је овај сегмент (комуникација са аудиторijумом) доведен до савршенства: поред читаве једне странице на интернет сајту са мноштвом опција које вам се нуде у циљу исказивања вашег мишљења или става, јасно је декларисан пут поруке коју шаљете, ко на њу треба да одговори и у ком року, као и на који начин да поступите уколико одговором нисте задовољни или га случајно нисте добили. Порд тога, *ББЦ труст* и *Офцом* као владино регулаторно тело бави се искључиво питањем испуњавања функције јавног сервиса, односно, да ли ББЦ служи грађанима. Напослетку ББЦ, ауторитет, успех и квалитет дугује управо посвећености у комуницирању са аудиторijумом. Медијска пракса у Србији не може да се похвали ни једним оваквим примером, иако је за очекивати било да ЈМС бар делимично обраћа пажњу на ставове аудиторijума. У том контексту, истраживали смо ставове и процене менаџера (206 испитаника из ЈМС РТВ подељених према секторима у којима су запослени) о критеријума којима се руководе при креирању медијских садржаја одабиром три од осам одговора: а) интерес власника, б) афинитети запослених, ц) актуелни догађаји, д) актуелни медијски трендови, е) интерес спонзора и оглашивача, ф) резултат истраживања

аудиторијума, г) програмски садржај, х) нешто друго. У обради резултата истраживања извршено је скалирање на табелама контингенције, где се на основу учесталости свакој класи придружује реалан број. Примењене математичко-статистичке методе: на скалираним подацима мултиваријантна анализа варјансе МАНОВА и дискриминативна анализа; од униваријантних поступака примењен је Роув тест, Пирсонов коефицијент контингенције (х), коефицијент мултипле корелације (Р). Приказана је процена хомогености субузорака, дистанца између њих, као и Кластер анализа. Одређене су карактеристике сваког субузорка, хомогеност и дистанца између њих у односу на изведене карактеристике.

ТАБЕЛА 1 Приказ укупних одговора

	интерес власника	афинитети запослених	актуелни догађаји	актуелни медијски трендови	интерес спонзора и оглашивача	резултати истраживања аудиторијума	договор на колегијуму	нешто друго
НЕ	187	165	94	178	186	142	110	196
ДА	19	41	112	28	20	64	96	10

ТАБЕЛА 2 Значајност разлике између испитаника по секторима у односу на одговоре на питање. Како је (табела 2) $p = .000$ значи да постоји значајна разлика између испитаника у поменутих 7 сектора.

	н	Ф	п
МАНОВА	8	2.162	.000

ТАБЕЛА 3 Значајност разлике између испитаника по секторима.

одговори	ц	Р	Ф	п
интерес власника	.275	.286	2.972	.008
афинитети запослених	.246	.254	2.297	.036
актуелни догађаји	.289	.302	3.334	.004
актуелни медијски трендови	.278	.289	3.035	.007
интерес спонзора и оглашивача	.276	.287	2.984	.008
резултати истраживања аудиторијума	.196	.200	1.388	.221
договор на колегијуму	.156	.158	.853	.531
нешто друго	.247	.255	2.309	.035

Како је $p > .1$ значи да није уочена значајна разлика између испитаника у поменутих 7 сектора код одговора: ф) резултати истраживања аудиторijума (.221), као и г) програмски садржаји резултат су договора на сатанку колегијума (.531). Како је $p < .1$ значи да постоји значајна разлика између неких испитаника од 7 сектора код одговора: а) интерес власника (.008), б) афинитети запослених (.036), ц) актуелни друштвени и политички догађаји (.004), д) актуелни медијски трендови (.007), е) интерес спонзора и оглашивача (.008), ф) нешто друго (.035).

ТАБЕЛА 4 Значајност разлике између испитаника по секторима

	н	Ф	п
ДИСКРИМИНАТИВНА	8	2.163	.000

Како је (табела 4) $p = .000$ за 8 синтетизованих модалитета: програмски садржај, значи да постоји значајна разлика и јасно дефинисана граница између испитаника неких од сектора у односу на одговоре на питање.

ТАБЕЛА 5 Коефицијент дискриминације између испитаника по секторима

	коефицијент дискриминације
актуелни медијски трендови	.110
актуелни догађаји	.102
нешто друго	.075
афинитети запослених	.071
интерес власника	.054
интерес спонзора и оглашивача	.046
резултати истраживања аудиторijума	.046
договор на колегијуму	.031

Коефицијент упућује да је највећи допринос дискриминацији код: д) актуелни медијски трендови ц) актуелни догађаји х) нешто др. б) афинитети запослених а) интерес власника е) интерес спонзора и оглашивача, ф) резултати истраживања аудиторijума, г) договор на колегијуму, а код овог последњег одговора има латентних (скривених) обележја која доприносе са осталим обележјима разлици између сектора, иако унутар сектора разлика није значајно изражена, то су: резултати истраживања аудиторijума (.221), договор на колегијуму (.531).

ТАБЕЛА 6 Карактеристике испитаника по секторима у односу на одговоре

	коэффициент дискриминације	техника	финансије	логистика	управљачки тим	маркетинг	продукција	новинарство
актуелни медијски трендови	.110	НЕ*	ДА*	ДА	-	-	-	НЕ
актуелни догађаји	.102	НЕ	НЕ*	-	ДА	-	-	ДА*
нешто друго	.075	НЕ*	НЕ	ДА*	ДА	-	-	-
афинитети запослених	.071	ДА	НЕ	НЕ	-	-	-	ДА*
интерес власника	.054	ДА*	ДА	НЕ	-	-	о НЕ	-
интерес спонзора и оглашивача	.046	ДА*	-	НЕ	-	ДА	о НЕ	-
результат истраживања аудиторijума	.046	НЕ*	НЕ	о ДА*	о ДА	-	-	-
договор на колегијуму	.031	НЕ	о ДА	НЕ	-	-	о ДА	-

*значајно највише изражена вредност одговора ”значајно више изражена вредност одговора

ТАБЕЛА 7 Хомогеност испитаника по секторима

	техника	финансије	логистика	управљачки тим	маркетинг	продукција	новинарство
м/н	11/20	3/5	3/6	11/15	8/12	11/15	91/133
%	55.00	60.00	50.00	73.33	66.67	73.33	68.42

ТАБЕЛА 8 Дистанца (Махаланобисова) између испитаника по секторима

	техника	финансије	логистика	управљачки тим	маркетинг	продукција	новинарство
техника	.00	2.27	2.52	1.53	1.22	1.52	1.35
финансије	2.27	.00	2.36	1.82	1.85	1.90	2.25
логистика	2.52	2.36	.00	1.57	1.94	1.97	1.83
управљачки тим	1.53	1.82	1.57	.00	1.09	1.35	.92
маркетинг	1.22	1.85	1.94	1.09	.00	1.11	1.01
продукција	1.52	1.90	1.97	1.35	1.11	.00	1.13
новинарство	1.35	2.25	1.83	.92	1.01	1.13	.00

Рачунањем Махаланобисове дистанце између испитаника по секторима добија се још један показатељ сличности или разлика. Дистанце различитих простора могу се упоређивати. Резултати из табеле указују да је најмање растојање између сектора: новинарство и управљачки тим (.92) (умерена), а најудаљенији су сектори логистике и технике (2.52) (већа).

ЗАКЉУЧАК

Подаци које смо добили истраживањем упућују на то да испитаници ЈМС унутар сваког сектора имају веома различите ставове и процене у односу на остале о пракси њихове медијске организације при креирању програмских садржаја. Тако припадници сектора технике сматрају да је тренутно интерес власника, односно тела које ја оснивач ЈМС (Скупштина АП Војводине) пресудан у креирању програмских садржаја. У овим ставовима донекле су им блиски и испитаници из сектора финансија, код којих је нешто заступљенији одговор да су пресудни актуелни медијски трендови. Управљачки тим и новинари сматрају да су пресудни актуелни друштвено-политички догађаји, док је тај одговор код сектора технике и финансија обележен најизраженије у смислу да то сигурно није пресудно, баш као што нису пресудни ни резултати истраживања аудиторijума. Уколико то посматрамо кроз призму политичке стварности, јер као власника ЈМС видимо коалицију одређених политичких странака, онда се

одговори новинара надовезују на тврдњу да је интерес власника тај који је пресудан у креирању програмских садржаја, односно да су пресудни актуелни друштвени и политички догађаји, који морају добити довољно медијског простора за своју промоцију или важност. Објективност ЈМС је његова сврха и смисао постојања, уколико је занемарују то је испостава или франшиза. Испитаници се, као што смо видели највише разликују по одговору - актуелни медијски трендови и актуелни друштвени и политички догађаји, односно, једнима се чини да је то пресудно у пракси, а други тврде да уопште није. Актуелни медијски трендови донекле су условљени и техничком подршком, а ЈМС располаже техником у коју годинама није улагано: камере, репортажна кола, расвета и сл. Да је ситуација другачија, очекивања би на првом месту била усмерена на технику, код праћења актуелних медијских трендова. Слика о РУВ РТВ коју смо добили указује на изразито хетерогену групу људи који имају одређене управљачке функције и требало би да заједнички раде на послу уређиваче политике куће, од креирања до реализације. Када ову појаву посматрамо са становишта науке о управљању и организацији, подаци могу да упућују на лошу интерну комуникацију и организацију, поделу посла, самим тим и на хијерархију, њену (не)транспарентност и признавање ауторитета. Овој чињеници у прилог говори и заступљеност одговора да су програмски садржаји резултат договора на састанку колегијума а укупна заступљеност овог одговора доминира највише код новинара, иако и други тврде да је то донекле тако. Недовољно познавање прилика унутар куће, недовољна хоризонтална и вертикална повезаност и препознавање задатака и одговорности не могу допринети већој гледаности, креативнијим решењима или промоцији ЈМС. Подаци су још више забрињавајући када се посматрају са аспекта задовољавања потреба аудиторијума, јер су очекивања у истраживању била усмерена највише управо ка овом одговору јер без тога ни једна озбиљна медијска кућа не започиње никакве пројекте. Сем тога то је основни пут којим се долази до потврде о квалитету: задовољан корисник. Испитани менаџери нису дали предност практичној заступљености ове тезе, и разликују се по процени заступљености, показујући непознавање присуства таквог облика рада, што не изненађује уколико испред себе имамо показатеље гледаности/слушаности пар година уназад: РТВ је далеко од гледане и слушане станице. Иако ЈМС има своју службу за истраживање аудиторијума, стиче се утисак да резултати рада ове службе или нису довољно искоришћени, транспарентни, можда нису свима доступни или запослени нису довољно усмерени и мотивисани да их користе. По укупној заступљености овај

одговор је тек на трећем или четвртном месту процене испитаника о његовој пресудној улози у пракси, код креирања програмске понуде.

Истраживања аудиторijума¹⁷ говоре о томе шта њих опредељује ка појединим програмима и садржајима, те смо покушали направити паралелу. Главни разлози због којих аудиторijум прати радио и ТВ програме су: да би се разонодили, информисали и научили нешто ново, али и из разлога што их радио често мотивише у раду и активностима. Нејасно је на који начин менаџери ЈМС удовољавају аудиторijуму, с'обзиром на мало пажње и значаја које поклањању истраживањима, а нису се искључиво изразили ни по питању укидања садржаја мале гледаности, већина је према томе толерантна. Не чуди показатељ да је највећа гледаност (изузев информативних емисија) програма стране продукције (*Дисцоверу, Хистору, Национал географиџ, Фох*). Једна од ретких ТВ станица код нас која има константну гледаност, и истраживања аудиторijума, јесте *РТВ Пинк*, но и то се показало искључиво када су у питању програмски садржаји забавног карактера и публице одређеног музичког укуса. Тако имамо јасно дефинисане медије где доминира народна и оне где доминира забавна музика (различитих праваца). Када је реч о информативним садржајима, не може се рећи да је присутно објективно и професионално новинарство, које се мери пре свега бројем двострано окарактерисаних вести. Постоје медији наклоњени појединим партијским структурама, вођени уредницима који имају јасно изражену политичку припадност. Када говоримо о забавним садржајима, повећан број *реалити-схов* програма је приметан последњих година (са појавом *Великог брата* 2006.године), у програмским шемама свих медијских организација са националним фреквенцијама. Такође је приметан пораст програма такмичарског карактера, без обзира да ли је реч о квизовима или одабиру музичких талената.

Недавно је у медијима објављена вест да су представници потрошачких удружења оценили да је стање у декларисању прехранбених производа на тржишту Србије хаотично, а тренутна законска регулатива отвара могућности за бројне манипулације, те да се неки од њих залажу и за доношење посебног закона о декларисању: „Председник Националне организације потрошача, истиче декларацији мора да садржи битна својства и карактеристике самог производа не смеју се сакривати. Напоменуто је да битна својства не морају да буду набројана таксативно, али да је за потрошача битно да зна опште порекло производа које купује.

¹⁷ Ковачевић, М. 2011. *Докторска дисертација: Утицај менаџмента медија на избор медијских садржаја*. Библиотека Факултета техничких наука у Новом Саду.

Према његовој оцени, стање на домаћем тржишту када је у питању декларисање робе је хаотично, а злоупотребе бројне годинама уназад”. Управо је ово потребно и већини медијских садржаја, јер за њихове карактеристике и својства нема никаквих описа, доказа, нити потврда о пореклу, извору или ауторитету, а понајвише о потреби и скривеној намери односно утицају. Могло би се дуго расправљати о последицама, које су по друштвено-економски систем ове земље видљиве на сваком кораку. Девалвиране вредности, наметање упитних ауторитета и узора, идентитета или имица, музичких укуса, односа према проблемима у друштву и човеку као индивидуи, све је то легат неконтролисаног емитовања медијских садржаја. Без намере да медијима доделимо најважнију улогу у васпитавању и утицају на формирање личности појединца, а посматрано кроз троугао васпитног дејства породица-медији-школа, јасно је ко губи битку јер смо сви све мање окренути једни другима, а све више неком екрану као извору забаве и модела идентитета. Пошто смо сведоци изостанка критике и осврта на медијске садржаје од стране именованих и постављених ауторитета, питамо се коме је ова улога препуштена? Организацији за заштиту потрошача? Сасвим природно, јер сви смо потрошачи медијских продуката и свесним деловањем сигурно можемо да се изборимо за њихов бољи квалитет и већу вредност, коначно и улогу коју би требало да имају у друштву (посебно ЈМС), а то је да информишу, едукују и забаве.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Blumler, Jay G. and Gurevitch, M. 1995. *The crisis of public communication*. London and New York: Routledge
2. Bregant, B. 2002. *Kvalitet i samoregulisanje*, u: *Aktuelno o medijima, evropska iskustva*, Novi Sad: Centar RTS za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma, str. 17.
3. Car, V. 2007. *Konvergirani javni medijski servis*. *Politička misao*, Vol. XLIV, No. 2, pp. 113–127.
4. Car, V. 2010. *Politika i političari: glavna tema i glavni junaci televizijskih vijesti*. *Anali hrvatskog politološkog društva*.
5. Chester, J., Montgomery, K. 1992. *Media in transition – Independens & the Future of Television*. New York: NVR Reports.
6. EBU, Strategic Information Service. 2009. *Broadcasters and the Internet*.
7. Jakubowicz, K. 2007. *Rude Awakening: Social And Media Change in Central and Eastern Europe*. Cresskill, N.J.: Hampton Press, Inc.
8. Kivikuru, U. (2006), “Top-Down or Bottom-up. Radio in the Service of

- Democracy: Experiences from South Africa and Namibia”, *The International Communication Gazette*, 68(1), pp. 5–31.
9. Montfort, N. 2009. “*Curveship: an interactive fiction system for interactive narrating.*” Paper presented at the Workshop on Computational Approaches to Linguistic Creativity, Boulder, Colorado.
 10. Murdock, G. 2004. *Building on the Digital Commons: Public Broadcasting in the Age of the Internet.* The 2004 Spry memorial Lecture, University of Montreal: <http://www.com.umontreal.co/spry/spry-gm-lec.htm>
 11. Nissen, Ch. S. 2006. *Public service media in the information society. Report prepared for the Council of Europe’s Group of Specialists on PBS in the Information Society (MC-S-PSB), Doc. No. H/Inf 3.*
 12. Nissen, Ch. S. 2006. *Public Service Broadcasting in the European Media Landscape.* Diffusion Online, 23.
 13. Wardrip-Fruin, N. Matea, M. 2014. *Envisioning the Future of Computational Media - The Final Report of the Media Systems Project © 2014.* Published by the Center for Games and Playable Media at the University of California, Santa Cruz.

PROGRAM CONTENT : THE MOST WANTED COMMODITY OF THE 21ST CENTURY WITHOUT A DECLARATION OF QUALITY

ABSTRACT: *Testimony apocalypse former media identity and quality, particularly deficits in performing the PBS and the complete neglect of the roles that are assigned to him historically, imposes upon us the responsibility and obligation of the media criticism of reality in Serbia. In addition to basic ubiquitous dilemma of whether the media scene imposition of election or respecting preferences, in practice we emphasis on the media agenda and form, and the question of what in the practice of PBS is crucial for the creation of program content. In addition, we present a review and thinking about what (who) is the authority, what reference and what model of media content today?*

Keywords: *media agenda, the media and programming content, public broadcast service, media scene, preferences.*

БУЛАТОВИЋ ГОРАН¹

УДК 316.774:342.725/.726 (497.113)

Факултет за менаџмент,

Сремски Карловци, Универзитет Унион „Никола Тесла“, Београд

БУЛАТОВИЋ Љ. ЉИЉАНА²,

Факултет за медије и комуникације, Београд,

Универзитет Сингидунум, Београд

ИНФОРМИСАЊЕ НА ЈЕЗИЦИМА НАЦИОНАЛНИХ МАЊИНА У ВОЈВОДИНИ: ПРАКСА И ПОТРЕБЕ

Сажетак³: У системима развијене медијске понуде захтеви за употребом мањинских језика и промоцијом културе и традиције мањинских народа у јавној сфери постављени су гласније него раније, а у остваривању права грађана у мултиетничким сединама највише обавеза имају јавни сервиси. У раду дискутујемо: европски и домаћи регулаторни оквир који се односи на право на информисање на језицима мањинских народа, добру праксу у Србији, на примеру Јавне медијске установе Радио телевизије Војводине, реферишемо се на поједине детаље који су апострофирани у алтернативним извештајима и истраживањима који су усмерени ка Европи, а у функцији су унапређења информисања на језицима националних мањина.

Кључне речи: информисање, националне мањине, јавни сервис, радио телевизија Војводине.

Комуникационе потребе националних мањина у Војводини: законска регулатива и домаћа пракса

Право на испољавање националног, културног, верског и језичког идентитета једно је од основних људских права, а у непосредној вези

¹ kokacns@gmail.com

² ljiljana.bulatovic@fmk.edu.rs

³ Рад је резултат истраживања на пројекту „Дигиталне медијске технологије и друштвено образовне промене, финансијер Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

са тим је право на информисање на сопственом језику. У савременим демократским друштвима ова права и њихово остваривање се сматрају цивилизацијским достигнућима и никада се не доводе у питање. „Питања националног идентитета, коришћење језика, неговање сопствене културе и исповедања религије спадају у основна људска права. Она су толико израженија уколико је реч о групама људи који живе на одређеним подручјима у земљама у којима су у мањини у односу на већински народ. Мањина се лапидарно социолошки може дефинисати као група коју карактерише недостатак моћи у односу на већину – ма који био основ њеног конституисања.” (Становчић, 2008: 479-503), У системима развијене медијске понуде захтеви за употребом мањинских језика и промоцијом културе и традиције мањинских народа у јавној сфери постављени су гласније него раније, а пратећим законима и регулама се ово право конкретизује и штити, јер само постојање правних норми није гаранција за остваривања права у пракси. У остваривању права грађана у мултиетничким седилама највише обавеза имају јавни сервиси, а када је у питању европска медијска политика и регулација, она се креће у два правца:

- први правац чине документи који гарантују права етничких заједница на европском простору и траже да се стандарди, правила, позитивна искуства имплементирају и у национална законодавства
- други правац се односи на документе који се тичу искључиво рада медијских јавних сервиса.

Оба ова правца темеље се на Универзалној Декларацији о људским правима⁴ и Европској конвенцији о људским правима⁵, најзначајнијим међународним документима којима се регулише ово питање. Уз све опште документе који обухватају сва људска права, нарочито су за нашу дискусију важни међународни акти који се конкретно односе на мањинска права: Европска повеља о регионалним и мањинским језицима⁶ и Оквирна конвенција за заштиту националних мањина.⁷

⁴ Универзална Декларација о људским правима, доступно на: <http://www.poverenik.rs/yu/pravni-okvir-pi/medjunarodni-dokumenti-pi/146-univerzalna-deklaracija-o-ljudskim-pravima.html>

⁵ Европска конвенција о људским правима, доступно на: http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SRP.pdf

⁶ Европска повеља о регионалним и мањинским језицима, доступно на: <http://www.ljudskaprava.gov.rs/index.php/evropska-povelja-o-manjinskim-jezicima/77-evropska-povelja-o-regionalnim-i-manjinskim-jezicima>

⁷ Оквирна конвенција за заштиту националних мањина, доступно на: <http://www.pravaminjina.rs/attachments/ZAKON%20o%20potvrdivanju%20okvirne%20konvencije.pdf>

Европска повеља о регионалним и мањинским језицима у првом члану даје дефиницију о којим језицима је реч, наводећи да су то језици «који су традиционално у употреби на одређеној територији једне државе од стране држављана те државе, који чине бројчано мању групу од остатка становништва те државе и који су различити од званичног језика те државе».⁸ Посредно, указано је и на обавезу јавних сервиса у односу на мултиетничка друштва. У члану 11. Европске повеље о регионалним и мањинским језицима наводе се обавезе медија, односно држава, да обезбеде остваривање права на употребу мањинских језика: «Државе чланице преузимају обавезу да, за оне који користе регионалне или мањинске језике на територији на којој се ови језици говоре, у складу са ситуацијом сваког од језика, до степена до којег јавне власти, директно или индиректно, имају надлежност, моћ или играју одговарајућу улогу у овој области, поштујући принцип независности и аутономности средстава јавног информисања - у смислу у коме радио и телевизија остварују улогу јавне службе:

- да обезбеде стварање макар једне радио станице и једног телевизијског канала на регионалном или мањинским језицима; или
- да охрабре или олакшају стварање макар једне радио – станице и једног телевизијског канала на регионалном или мањинским језицима; или
- да омогуће одговарајуће одредбе захваљујући којима би приказивачи програма понудили садржаје на регионалним или мањинским језицима».

У овом документу се говори и о обавезама држава које су документ потписале, да омогуће да се култура мањинских група афирмише и учини доступном широј јавности. Сугерисано је «подстицање различитих средстава којима би дела сачињена на регионалним и мањинским језицима постала доступна: помагањем и развикоком превођења, надсинхронизације и титлованих превода».⁹ Разуме се, да се остварење овакве обавезе очекује пре свега од јавног сервиса.

Оквирном конвенцијом за заштиту националних мањина у члану 9 изнет је кључни став који се односи на медијско посредовање: „Уговорнице се обавезују да признају да право свакога припадника националне мањине на слободу изражавања обухвата слободу уверења и примања и давања информација и идеја, на мањинском језику, без ометања од стране власти и без обзира на границе. Уговорнице ће обезбедити, у

⁸ Ибид. 5

⁹ Ибид.4

оквиру својих правних система, да припадници националних мањина имају приступ средствима јавног информисања без дискриминације.¹⁰

Савет Европе је, октобра 1997. године, усвојио и Препоруку бр. (97) 2111 о медијима и промовисању културе толеранције, у којој се посебно наглашава обавеза јавног сервиса у тачки пет: „... док радио-дифузне организације јавног сервиса имају посебну обавезу да промовишу културу толеранције и разумевања, радио-дифузни медији у целини представљају моћно средство за стварање атмосфере за сузбијање нетолеранције“¹¹. У Резолуцији бр. 1 о будућности радиодифузије јавног сервиса, државе потписнице су се сагласиле да се основни задаци радиодифузних организација јавног сервиса састоје у томе да:

- обезбеде, кроз своје програме, информације за све припаднике јавности, да буду фактор за друштвену кохезију и интеграцију свих појединаца, група и заједница. Посебно морају да одбаце сваку дискриминацију на основу културе, пола, вере или расе и сваки вид друштвене сегрегације;
- развијају и праве програмску шему тако да она буде од интереса за широку јавност, водећи ипак рачуна о потребама мањинских група;
- одражавају различите филозофске идеје и верска уверења о друштву, у циљу јачања узајамног разумевања и толеранције и промовисања односа између различитих заједница у мултиетничким и мултикултурним друштвима.¹²

Програмски комитет Европске уније за радиодифузију (ЕБУ), следећи закључке бечког самита Савета Европе, 1994. године усваја Декларацију о намерама која се односи на мултикултуралну програмску политику: „Радио-дифузне организације јавног сервиса признају да су свесне значајне улоге коју имају у вишерасној, мултикултуралној и мултиконфесионалној Европи и признају да је од кључног значаја да уложе све могуће напоре да би се њихови програми одражавали културне, расне и језичке разноликости у друштву.“¹³

Осим ових, постоје и друга европска правна документа која дају конкретан регулаторни основ за нормирање рада јавних сервиса у националним законима, а који такође истичу значај притања

¹⁰ Ибд.5

¹¹ Препоруку бр. (97) 2111 о медијима и промовисању културе толеранције (1997), Савет Европе, http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/translations/serbian/Rec%281997%29021&ExpMem_sb.pdf

¹² Ибд. 9

¹³ Ибд.9

мултиетничности и задовољавања комуникационих потреба свих друштвених група, посебно мањинских а међу њима етничких. Ти документи су: Прашка резолуција из 1994. године¹⁴, Резолуција Европског парламента из 1996. године¹⁵, Амстердамски уговор из 1997. године¹⁶. У Прашкој резолуцији стоји да „јавни сервис подржава вредности које одликују политичке, правне и друштвене структуре демократских друштава, уз посебно поштовање људских права, културног и политичког плурализма, да јавни сервис одржавају различите филозофске приступе и верска уверења у друштву са циљем јачања узајамног разумевања и толеранције и унапређења односа међу заједницама мултиетничних и мултикултурних држава“¹⁷. Резолуција Европског парламента истиче да је „јавни сервис, поред осталог, у служби мањина и води рачуна о свим различитим групама које чине становништво земље“¹⁸. Ови документи, али и они новији као што су Препорука Р-2007-3 о улози јавног сервиса у информатичком друштву¹⁹ и Политика декларација и резолуција из Рејкјавика 2009. године²⁰, инсистирају на јавном сервису као интегративном фактору који би требало да повезује све друштвене групе и да доприноси да се сви осећају равноправнима.

Све наведено и бројна друга документа, закони, препоруке и декларације, учинили су да се и у Србији развије низ докумената и законских прописа, који су осим уобичајених „кровних“ закона намењени сфери регулације мањинских права и обавеза у домену информисања и обавештавања. За директну последицу то је имало значајно повећану упажњу друштва у целини, а онда и медија, пре свих јавних сервиса, у

¹⁴ Прашка резолуција из 1994. год, доступно на: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/translations/serbian/Rec%281996%29010&ExpMem_sb.pdf

¹⁵ Резолуција Европског парламента из 1996., доступно на: http://www.srbijaeu.org/images/PDF%20Evropska%20unija/11_EU_u_10_lekcija.pdf

¹⁶ Амстердамски уговор, (1997), доступно на: http://www.srbijaeu.org/images/PDF%20Evropska%20unija/11_EU_u_10_lekcija.pdf

¹⁷ Ибд.12

¹⁸ Ибд.13

¹⁹ Препорука Р-2007-3 о улози јавног сервиса у информатичком друштву, доступно на: http://www.coe.org.rs/REPOSITORY/141_preporuka-rec_2007_3_o_ulozi-javnog-medijskog-servisa-u-informacionom-drustvu_1.pdf

²⁰ Contribution of the Council of Europe (Media and Information Society Division, Directorate General of Human Rights and Legal Affairs) for the 2009 Internet Governance Forum, доступно на: <http://intgovforum.org/cms/documents/contributions/general-contribution/2009-1/324-council-of-europe/file>

односу на многа питања која се тичу мањина. Осим што је повећан обим програма који се односи на културу, коришћење језика мањинских група, обавештавање о њиховим правима, повећано је и опште интересовање заједнице за ова питања.

Ослањајући се на европске документе и регулативу, када су у питању медији, а посебно јавни сервиси, и наш Закон о радиодифузији, у делу у којем говори о установама јавног сервиса, у члану 78. каже да су јавни сервиси дужни да: „уважавају језичке и говорне стандарде, како већинског становништва, тако, и у одговарајућој сразмери, и националних мањина односно етничких група на подручју на којем се програм емитује²¹“, и „да обезбеде задовољавање потреба грађана за програмским садржајима који изражавају културни идентитет, како народа, тако и националних мањина, односно етничких група, кроз могућност да одређне програме или програмске целине, на подручјима на којима живе и раде, прате на свом матерњем језику и писму²²“. На основу наведеног може се учинити да је потребно детаљније разрадити ове норме и регулисати ову област. Међутим, ваља знати да је модел медијског јавног сервиса ипак установа од које се захтева висок степен независности и аутономије па је спровођење ове регулативе и њена разрада препуштена уређивачким тимовима. То, другим речима, значи да програмске концепције праве људи који имају уређивачку одговорност, а праве их према друштвеним околностима и контексту као и према реалним информативним, културним и комуникационим потребама уважавајући захтеве за мултиетничношћу. Нормативно гледано, законски предуслови за функционисање медијских јавних сервиса и остваривање права националних мањина и етничких група у духу европских вредности, постоје, али је питање да ли се код оба јавна сервиса равноправно користе и којег су квалитета?

Са друге стране, у области медија, понашање у пракси и ефикасно функционисање у овој сфери, отежавају, у најмању руку, збуњујуће контроверзне и противречне законске одредбе које угрожавају темељну идеју и претпоставку јавног сервиса - његову независност и аутономију. Један од примера у сфери законских норми су одредбе Закона о националним саветима националних мањина²³. У члану 20. овог закона предвиђено је да између осталог, национални савет: “...

²¹ Закон о радио-дифузији, Члан 78, тачка 3., доступно на: <http://www.kultura.gov.rs/docs/dokumenti/propisi-iz-oblasti-medija/zakon-o-radiodifuziji.pdf>

²² Исто, тачка 4.

²³ Закон о националним саветима националних мањина, доступно на: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_nacionalnim_savetima_nacionalnih_manjina.html

утврђује критеријум за избор одговорног уредника програма на језику националне мањине у установи јавног сервиса; предлаже управном одбору радиодифузне установе именовање одговорног уредника програма на језику националне мањине од кандидата који се пријаве и испуњавају услове конкурса; и даје мишљење о кандидатима за одговорног уредника програма на језицима националних мањина у радиодифузној установи у којој се именује одговорни уредник за више програма на језицима националних мањина.²⁴ Те одредбе су у супротности са Законом о јавном информисању²⁵ и Законом о радиодифузији који чине темељ регулације наше медијске сфере. У члану 2. став 3, Закона о јавном информисању каже се да нико не сме, ни на непосредан начин да ограничава слободу јавног информисања, нарочито злоупотребом државних или приватних овлашћења, злоупотребом права, утицаја или контроле над средствима за штампање и дистрибуцију јавних гласила ... Такође, према члану 78, Закона о радио-дифузији најважнија обавеза носилаца јавног радиодифузног сервиса је да „обезбеде да програми који се производе и емитују, а посебно програми информативног садржаја, буду заштићени од било каквог утицаја власти, политичких организација или центара економске моћи.“²⁶

Србија – мултиетничка заједница

Србија је у Уставом из 2006. године, члан 1 дефинисана као држава српског народа и свих грађана који у њој живе укључујући и националне мањине. Права националних мањина у Србији су гарантована са седам чланова Устава, Законом о националним саветима националних мањина и Законом о заштити права и слобода националних мањина. У Србији живи 26 националних мањина, и већином су оформиле своје националне савете чија се надлежност пре свега односи на образовање, медије и културу.

Са аспекта етничитета, подаци са последњег пописа показују да је Србија мултиетничка и мултиконфесионална држава у којој поред Срба, живе многобројне етничке заједнице различите у погледу историјског, социо-културног и демографског развоја, религије и језика. Срби као већински народ броје 6,0 милиона (83,3%), затим следе Мађари (253,9 хиљада или 3,5%), Роми (147,6 хиљада или 2,1%) и Бошњаци (145,3 хиљада или 2,0%), док остале националности партиципирају са испод 1%, као

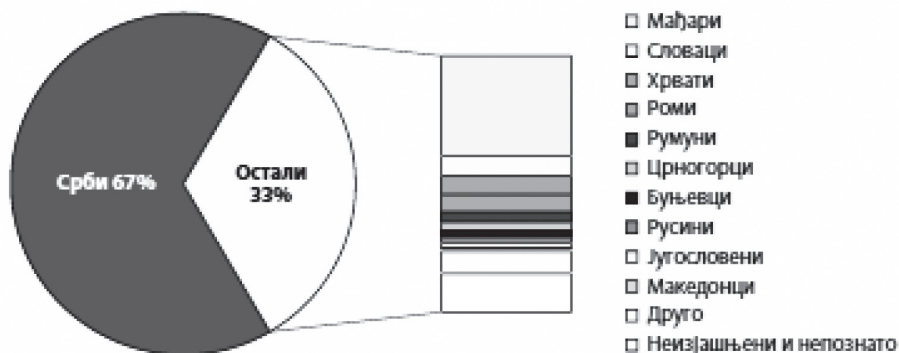
²⁴ Закон о националним саветима националних мањина, члан 20. тачке 3, 4 и 5.

²⁵ Закон о јавном информисању, доступно на: <http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/zakoni/2014/2511-14.pdf>

²⁶ Ибд.19

што су Хрвати (57,9 хиљада или 0,8%), Словаци (52,8 хиљада или 0,7%), Црногорци (38,5 хиљада или 0,5%), Власи (35,3 хиљада или 0,5%) и други. У “остале националности” сврстане су етничке заједнице са мање од две хиљаде припадника (Египћани, Ашкалије, Чеси, Јевреји и др.) којих има укупно 17, 6 хиљада (0,2%). Број лица која су искористила своје Уставом загарантовано право и нису желела да се национално декларишу износи чак 160,3 хиљада (2,2%). Такође, значајан је и број лица (30,7 хиљада или 0,4%) који се изјаснио у смислу регионалне припадности (на пример, Војвођанин, Шумадинац, Ваљевац, Београђанин и слично).²⁷

Регион Војводине је изразито етнички шаролик, представља прави мозаик различитих народа, религија, језика и култура, што потврђује и податак да од укупно 1,9 милиона становника, Срби чине две трећине становништва (66,8%), док чак десет националних мањина партиципира са преко 0,5%. Мађари су по бројности највећа мањина у Војводини (13,0%), а затим Словаци (2,6%), Хрвати (2,4%), Роми (2,2%), Румуни (1,3%) и Црногорци (1,2%), док све остале етничке заједнице појединачно учествују са мање од 1%. У Војводини је убедљиво и највише лица која нису желела да се национално декларишу (4,2%). Међу етничким заједницама са учешћем мањим од 1% најзаступљенији су Буњевци (0,85%), Русини (0,72%), Југословени (0,63%) и Македонци (0,54%).²⁸



Графикон. бр.1: Регион Војводине према попису 2011. год.

²⁷ Извор: Вероисповест, матерњи језик и национална припадност - Попис становништва, домаћинстава и станова 2011. године у Републици Србији, Књига 4, РЗС, доступно на <http://media.popis2011.stat.rs/2012/Nacionalna%20pripadnost-Ethnicity.pdf>

²⁸ Ibid.25

Ако изузмемо статистичко занемаривање малих националних и етничких заједница, које су друштвено, културно, информативно и политички изузетно важне не само за Војводину, него и за читаву Србију па и Европу, можемо да констатујемо да у Војводини живи 21 етничка заједница којима је потребно, у складу са европском и домаћом медијском регулативом, обезбедити остваривање права на употребу матерњег језика и права на информисање на матерњем језику.

Законски оквир права припадника националних мањина на информисање и обавештавање на свом језику прати Министарство за људска и мањинска права, државну управу и локалну самоуправу, односно Управа за мањинска права у оквиру тог министарства. Законом о заштити права и слобода националних мањина је прописано да “припадници националних мањина имају право на потпуно и непристрасно обавештавање на матерњем језику, укључујући право на изражавање, примање, слање и размену информација и идеја путем штампе и других средстава јавног обавештавања, као и право на оснивање и одржавање медија на свом језику”.²⁹ Дакле, обавеза државе је да у програмима радија и телевизије јавног сервиса обезбеди информативне, културне и образовне садржаје на језицима националних мањина. Из закона се види да држава може и да оснива и посебне радио и телевизијске станице које би емитовале програме на језицима националних мањина у сарадњи са Националним саветима који преузимају на себе део јавних овлашћења. Осим наведених и медијски закони, као што смо видели, обезбеђују и уређују право националних мањина на информисање на матерњим језицима. Само у Војводини функционише преко 140 медија на на 11 језика мањина, што је уједно и 90% од постојећих у Србији. Чињеница је да програми који се емитују као саставни део покрајинског јавног сервиса Јавне медијске установе РТ Војводине имају највећу традицију, квалитет, слушаност и гледаност. Овај део система емитује програме на једанаест језика, на радију и телевизији.

Интегративна функција ЈМУ РТВ: информисање на језицима националних мањина

Јавна медијска установа РТ Војводине је правни и програмски наследник РТВ Нови Сад, медијске куће која је 1949. године почела да емитује радијски а 1975. године и телевизијски програм. Од самог

²⁹ Videti Zakon o zaštiti nacionalnih manjina, dostupno na: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_prava_i_sloboda_nacionalnih_manjina.html

оснивања ова кућа се трудила да функционише као јавни сервис свих грађана Војводине па је стога своје, пре свега информативне, али и остале програме, емитовала на више језика националних мањина покрајине. Једно време кућа је деловала у саставу *РТС*-а, да би усвајањем Закона о радиодифузији 2006. године поново постала самостална. Од самих почетака кућа је била изложена изазовима и искушењима, од деградације професионалних стандарда и осипања кадрова, до бомбардовања 1999. године када су потпуно уништени објекти телевизије. Тек 2013. године, захваљујући новом професионалном и стручном менаџменту, *ЈМУ РТВ Војводине* добија неопходни дугорочни документ Стратегију *РТВ* у којем су први пут јасно дефинисане визија и мисија куће и утврђени општи правци деловања и развоја. (Булатовић, Булатовић, Арсенијевић, 2014: 47-57). Цитирамо неколико сегмената из овог документа који јасно указују на свест о важности и значају мултикултуралног, мултиетничког и мултијезичког карактера подручја за које ће програм бити припреман и емитован:

„*РУВ*³⁰ *РТВ* је јавни радиодифузни сервис за подручје Аутономне покрајине Војводине који емитује целодневни програм на два телевизијска и три радијска канала као и преко интернет портала. Са око 18.000 сати годишње емитованог програмског садржаја, од тога је 51% сопствене производње, ова кућа спада у „златну средину” програмске понуде европских јавних националних сервиса, а у поређењу са регионалним сервисима налази се међу првих пет у Европи. Оно чиме се ова кућа нарочито поноси и разликује од осталих у окружењу али и Европи јесу програмски садржаји и канали на језицима националних заједница – припадници чак 10 националних заједница самостално припремају програм на својим језицима. Аутентичност тих садржаја покреће комуникацију унутар националних заједница, између различитих националних заједница али и са етничком већином на простору Војводине, при чему српски језик служи као мост међусобног споразумевања. Такође, програми на српском језику између осталог, баве се проблемима националних заједница. Савремене технолошке могућности требало би да осигурају још бољи и обимнији проток и дистрибуцију садржаја на различитим језицима националних заједница као и превођење већег дела програма на српски језик како би се олакшало споразумевање и прошириле могућности међусобног комуницирања.”³¹

³⁰ *РУВ*- радио дифузна установа, а не *ЈМУ* – Јавна медијска установа, пошто је Стратегија настала у време претходног Закона о радиодифузији (оп. аутора)

³¹ Стратегија *РТВ* Војводине, доступно на: <http://static.rtv.rs/pdf/2013/10/25/stra>

Први канал Радио-телевизије Војводине данас емитује програм на српском, *други* на свих 10 језика националних заједница, *Први програм Радио Новог Сада* на српском језику, *Други* на мађарском и *Трећи* на осталим језицима националних мањина. „Примера ради, обим радијског програма на мађарском језику је 24 сата дневно и 168 сати седмично, а на осталим језицима: 50 сати седмично на словачком, 50 сати на румунском, 47,5 сати на русинском, 13,5 сати на ромском, 6,5 сати на украјинском и по 30 минута седмично на хрватском, буњевачком и македонском језику”³². Слична сразмера одржава се и унутар *другог* ТВ канала. Ако овоме додамо веб портал на којем се, поред већ набројаних језика, објављују и садржаји на енглеском, може се рећи да *РУВ РТВ сада* емитује програме на чак 11 језика, а након формирања нових Националних савета, ускоро би требало да почне и емитовање програма на дванаестом језику - црногорском.

У визији *ЈМУ*-а стоји да је то: „Јавни непрофитни електронски медијски сервис Аутономне Покрајине Војводине, чији је задатак стварање и емитовање разноликих радијских, телевизијских и мултимедијалних програмских садржаја различитог карактера и високог квалитета, у складу са одредницама закона који уређују рад јавних медијских сервиса... Релевантност у простору *РТВ* утемељује тиме што истовремено подстиче заједнички идентитет, али и посебне идентитете грађана и националних заједница које живе у Војводини, јер истовремено омогућује друштвену интеграцију и сегментацију и обезбеђује неопходну интеракцију... *РТВ* делује **универзално** (регионално и интеркултурно), доприноси квалитету живота грађана (негујући демократски плурални дијалог, међусобно и међунационално поштовање, толеранцију и стваралаштво), **независно** од партикуларних политичких, економских и других утицаја, **квалитетно** (углавном програмима трајних и универзалних вредности), **разнолико** (у виду програмских жанрова, учесника, порекла), **транспарентно** (објављује начела уређивачке политике, годишњи буџет, приходе и потрошњу, обезбеђујући ефикасно руковођење и економију) и **иновативно** (као полуа и мотиватор креативности у друштву предводи стварање и примену нових програмских формата и технологија у дигиталном окружењу)”³³.

Дефинишући мисију, стратешки документ наглашава да је: „*РТВ* јавни медијски сервис и требало би да задовољи најшири јавни интерес. Садржајима које емитује требало би да информисе и задовољи целокупну

[tegija-razvoja-rtv-2013-2017-pdf.pdf](#), стр. 16.

³² Ибд, стр. 16

³³ <http://static.rtv.rs/pdf/2013/10/29/strategija-razvoja-ruv-rtv-2013-2017-pdf.pdf>, стр. 4

војвођанску јавност, укључујући и потребе припадника националних и других мањина. *РТВ* би требало да доприноси обогаћивању информисања и знања, развоју цивилног друштва и неговању регионалних специфичности... Циљ је да се употпуни програмска понуда *РТВ*-а и на језицима на којима још не емитујемо програм. Томе ће допринети техничка модернизација и са њом повезане нове могућности (дигитализација), као и свестранија употреба веб портала.³⁴ Српски језик је не само језик већинског народа већ и језик споразумевања припадника бројних националних мањина, без притиска за њихову асимилацију. Новим техничким достигнућима треба употпунити могућност превођења појединих програма на више језика... Мисија *РТВ* такође је и промоција стваралаштва, културе и идентитета Војводине и њихово разумевање у Србији и у иностранству, неговање и повезивање етничких мањина у Војводини са матичним државама, активност у регионалним и међународним струковним организацијама и удружењима, а поготово на подручју Подунавља... То је могуће остварити само уз помоћ квалитета и високе професионалности, адекватно мотивисаних радника, високом културом, организацијом рада, пословном одлучношћу као и сталним улагањем у техничка достигнућа и примењену технологију... *РТВ* треба да успостави такву структуру организације која ће одговарати изазову времена, а да буде и довољно флексибилна, како би омогућавала прилагођавање будућим изазовима у окружењу”³⁵.

На основу овако дефинисане визије и мисије јасно је да би *РТ* Војводине требало да буде јавна, независна, кредибилна, модерна, флексибилна, ефикасна, квалитетна, високо професионална и високо технолошки развијена медијска институција у служби јавности. Такође, овако постављене стратешке смернице упућују и на то да менаџмент *РТ Војводине* сагледава као медијску кућу која прихвата изазов да се за своје место на тржишту, односно за поверење аудиторјума, у тржишним условима бори са комерцијалним емитерима, а не да буде кућа о којој би „неко други” требало да брине.

Посебно обавезујућа и важна улога Јавне медијске установе *РТ*

³⁴ У међувремену је процес дигитализације завршен, гледано са аспекта *ЈМУ РТВ Војводине* све је припремљено за емитовање дигиталног сигнала и чека се „сигнал од државе“. Такође је и унапређено коришћење веб портала, како увођењем нових садржаја на самом информативном порталу *ЈМУ РТ Војводине*, унапређењем организационог дела веб редакције, тако и увођењем нових веб садржаја какав је *О радио*, најновији програмски сегмент *ЈМУ РТВ*.

³⁵ <http://static.rtv.rs/pdf/2013/10/29/strategija-razvoja-ruv-rtv-2013-2017-pdf.pdf>, стр. 5

Војводине (ЈМУ радио телевизије Војводине) јесте да на неки начин буде трансмисија и да репрезентује плурализам који је карактеристичан за Војводину одувек, а данас посебно. Ову улогу ЈМУ Војводине испуњава одавно, некада са више некада са мање успеха, али увек под утицајем различитих друштвених и економских околности, а често и уз недовољно разумевања јавности којој је ЈМУ намењена. Јавност је, декларативно, за више оригиналности, иновативности, за више динамике у програму. Укратко – јавност под утиском комерцијалних медија и од јавног сервиса тражи више комерцијалног, више забаве, више сензације, што је суштински неспојиво са најважнијим улогама јавних сервиса: да информишу, едукују, да граде интеракцију између свих друштвених и етничких група, да негују поштење и баланс, да мултикултурализму дају оно место које му припада, да буду пре свега етични а онда занимљиви и све што тај епитет прати.

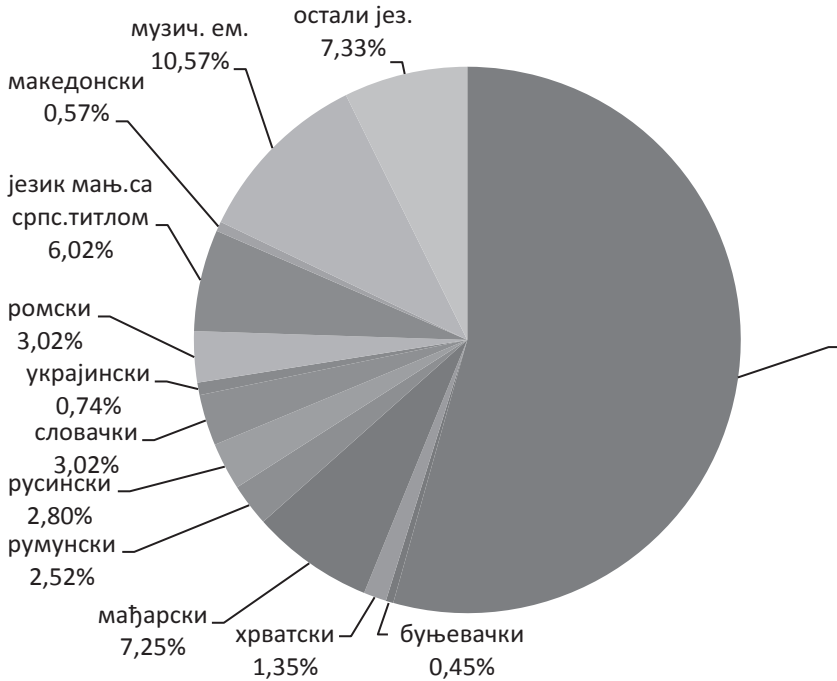
Сам приступ менаџмента да се са проблемима *РТВ* изборити сама јасно упућује на то да су се догодиле промене и да се у реорганизацију улази одговорно и на основу професионалних метода и сазнања. А изазова је много: побољшање позиције на тржишту, обезбеђивање материјалне стабилности, финансијске независности и транспарентности, диверсификације извора финансирања, програмске иновативности и разноликости, технолошког прилагођавања, прилагођавање организационе структуре, обезбеђивање одговорности и контроле за спровођење менаџерских одлука, обезбеђивање рационалног планирања и рентабилне програмске продукције, рационализовање и пуно ангажовање неопходних људских и материјалних потенцијала и професионално управљање људским ресурсима, синергијско обједињавање постојећих људских ресурса и медија, радија и телевизије унутар *РТВ*-а као и развијање нових садржаја и начина дистрибуције, посебно преко интернет портала... Такође, из документа се види да циљ стратешког деловања *РТВ*-а, за разлику од комерцијалних емитера, није остваривање финансијског профита, него реализација задатака изражених у визији и мисији организације као и законских обавеза јавног сервиса.³⁶

Стратегијом *РТВ*-а предвиђено је повећање броја програма на језицима националних заједница, што ће бити технички и технолошки оствариво, али се код овога као и код других зацртаних циљева Стратегије поставља питање економске одрживости, унутрашње (ре)организације куће, питање управљања људским ресурсима, креирања културе организације, едукације запослених и многа друга пословно управљачка питања која

се, у суштини, тичу управљања конвергенцијом медијске куће. За сада, пратећи језичку структуру сопственог програма добијамо податак³⁷ да је Радио Телевизија Војводине у периоду 2014. године емитовала на:

- српском језику 566.084 минута (**54.37%**)
- мађарском језику 75.500 минута (**7.25%**)
- румунском језику 26.221 минута (**2.52%**)
- русинском језику 29.175 минута (**2.80%**)
- словачком језику 31.480 минута (**3.02%**)
- ромском језику 31.422 минута (**3.02%**)
- хрватском језику 14.068 минута (**1.35%**)
- украјинском језику 7.685 минута (**0.74%**)
- македонском језику 5.947 минута (**0.57%**)
- буњевачком језику 4.638 минута (**0.45%**)
- језици мањина са српским титловима 62.663 минута (**6.02%**)
- музичких емисија 110.047 минута (**10.57%**)
- и осталих језика (цртани филмови, емисије без говора) 76.270 минута (7.33%) (ради се о ванпрограмским садржајима: џингл, сат, шпица итд. и емисијама без текста или говора, нпр. цртани филмови без говора).

³⁷ Извор: Извештај о емитованом програму РТ Војводине за период 1.01.2014-31.12.2014., доступно на: http://www.rra.org.rs/uploads/useruploads/izvestaji-o-nadzoru/Izvestaj_RTV_2014.pdf



Графикон бр. 2: Језичка структура емитованог програма ЈМУ РТВ Војводине за период 1.01.2014. – 31.12.2014.год.

Наведени подаци указују на то да је област обавештавања и информисања националних мањина у АП Војводини заиста део јавног информисања и медијске сфере АП Војводине, односно Републике Србије. ЈМУ РТ Војводине мањинским групама пружа могућност да преко програма на својим језицима посредују информације о збивањима у друштву, да доприносе слободном формирању ставова и мишљења где језик није баријера, да њихови програм буду перманентна трибина о кључним проблемима заједнице али и друштва у целини, и коначно – да на тај начин дају свој допринос као кохезиони фактори у друштву. Захваљујући томе и функција јавног сервиса добија нове димензије, па осим стандардних медијских функција: информативне, образовне и забавне, јавни медијски сервис у Војводини добија и најмање две нове, за 21. век изузетно важне функције:

- очување идентитета мањинских заједница у покрајини кроз чување мањинског културног и језичког хабитуса,

- интегративна функција јавног сервиса добија пуни смисао, чак и уз видљиве мањкавости: извесна униформисаност програма, претерана скученост у избору тема, недовољна заступљеност титлованих садржаја на више језика и слично, што је добрим делом последица транзиционог периода и самих јавних медијских установа али и друштва у целини.

Република Србија је у обавези да Савету Европе подноси државне извештаје о примени Повеље о регионалним или мањинским језицима, затим извештаје о примени Оквирне конвенције за заштиту националних мањина и слично. Такви међународни документи су добри механизми за заштиту права припадника националних мањина на свим нивоима и, без обзира на све мањкавости, спорост или неблаговременост доношења позитивних прописа, напредак постоји и нико га не оспорава. Са друге стране, упоредо са државним извештајима, постоје и тзв. алтернативни извештаји које сачињава невладин сектор на основу својих истраживања.³⁸ И ови извештаји указују на напредак, али недвосмислено маркирају и поједине проблеме, који често јесу врло субјективна слика појединих учесника у том процесу извештавања, али без обзира на то – и веома важан корективни фактор. Илустрације ради наводимо неколико детаља из једног од тих алтернативних извештаја, партиципирани су припадници 17 националних мањина: у Војводини: Мађари, Словаци, Румуни, Русини, Буњевци, Хрвати, Роми, Македонци, Немци, Чеси и Словенци, а у централној Србији: Албанци, Бугари, Бошњаци, Власи, Грци и Цинцари, односно 11 националних савета националних мањина и 15 организација (Вујић, 2008: 143 – 146). Између осталог, наводи се у извештају, на нивоу региона примећено је да: “... медијски стандарди и новинарска пракса доприносе малом броју садржаја о различитостима и толеранцији широм региона”, односно “поједностављено, сензационалистичко и често дискриминативно извештавање о етничким мањинама представља “заједничку болест”, што доприноси “стварању безобличне и пасивне слике о етничким народима. У водећим медијским вестима, па и на јавном сервису у Војводини, они (мањински народи, оп. аут.) се ретко цитирају или визуелно приказују и не даје им се прилика да сами тумаче своје активности.” Затим : “... припадници националних мањина у Војводини ретко појављују на првим страницама новина и у

³⁸ Људска права у Србији 2013 право, пракса и међународни стандарди људских права, доступно на: <http://www.bgcentar.org.rs/bgcentar/wp-content/uploads/2014/04/Ljudska-prava-u-Srbiji-2013.pdf>

водећим вестима тв и радио станица, осим ако се не ради о политичким освртима на поједине њихове лидере или случајеве када су предмет говора мржње и дискриминације. Представници мањина извештавају углавном о питањима која се њих тичу, а ретко о осталим питањима релевантним и актуелним за цело друштво и друге етничке заједнице.”

Читањем алтернативних извештаја стиче се утисак да припадници националних мањина у Војводини сматрају да им је право на информисање на матерњем језику омогућено, али да у његовом спровођењу постоје одређене мањкавости:

- финансијски проблеми: (Мађари, Румуни, Русини, Словаци, Буњевци);
- кадровски проблеми: недовољна оспособљеност и незадовољавајући број запослених у мањинским редакцијама, старост новинара, ниске зараде и нерешен радни статус запослених (Мађари, Роми, Румуни, Русини, Словаци);
- недовољно учешће и заступљеност мањина у процесу одлучивања о питањима у области информисања која се њих тичу (на пример, приликом именовања припадника мањина у управним и програмским одборима и на руководећим местима на покрајинском и републичком нивоу) (Мађари);
- непрепознавање институције националних савета националних мањина у Закону о радиодифузији и занемаривање одлука националних савета у процесу одлучивања (Мађари, Румуни, Русини);
- лоша техничка опремљеност мањинских редакција и застарелост технике (Русини, Буњевци);
- слаба чујност и покривеност сигналом (Хрвати, Румуни, Русини, Словаци);
- неједнак третман појединих мањинских заједница (Хрвати, Роми).³⁹

Са друге стране, мада је улога струке у овом процесу посебно питање и посебна тема, указујемо на то да и нека истраживања (Серенчеш, 2010: 77-103), показују да тек сваки четврти новинар сматра да су задовољене комуникацијске потребе вишенационалне заједнице у АП Војводини, углавном објашњавајући свој став тиме да није добар модел према којем свака мањинска заједница има само свој програм у којем негује културу пре свега, а онда и језик искључиво своје заједнице. То је замерка и за програм на српском језику – недовољно је културе других националних заједница.

³⁹ Ибд, стр. 145.

Очигледно да, колико год савремена информационо комуникациона технологија омогућавала досезање до “глобалне” публике, од приступа самих медија и садржаја онога што се објављује, зависи хоће ли медијски производи бити читани, слушани, гледани само у локалној средини, у једној националној групи, ... или ће бити препознати као вредни и у другим срединама, заједницама и културама. Препознавање, прилагођавање и освајање сопствене “нише” у оба ова тржишта није немогуће, штавише, у неку руку представља и услов опстанка савременог јавног сервиса. Већим делом свог постојања медијски садржаји и услови у којима се они производе и испоручују, били су обично третирано као питања за културну и социјалну политику. У том смислу и у том контексту, нова улога програма на језицима мањинских заједница није занемарљива. У “новој политици новог јавног интереса” (Хартли, 2007). које смо сведоци, производњу медијског садржаја требало би третирати као нови подухват, али и бизнис ослоњен на креативни процес неизоставно повезан са најсавременијим креативним индустријама. По Хартлију, медији а нарочито телевизија, имају трајну и општу улогу у промовисању грађанске свести вођене принципом учествуј и уради сам. Другим речима, на медијима је, а посебно на јавном сервису, да грађанима пруже могућност да партиципирају, учествују и мењају. Захваљујући глобалној компјутерској мрежи и њеним бројним сервисима, грађанима је “омогућена велика слобода и дата шанса да и сами пишу о ономе што им се дешава, или да излажу сопствена мишљења о актуелним догађајима, да о њима сведоче кроз своје текстове, видео снимке или фотографије које пласирају на интернету. Многи велики или маинстреам медији препознали су предности партиципације грађана у својим онлајн издањима и побољшали начин свог извештавања, дајући управо грађанима прилику да сами постану извори нових информација” (Крстић, 2011: 97-116).

Закључак

Дискусију закључујемо питањима, постављајући их гледано из улоге и функције јавног сервиса, при том стављајући у други план комерцијалне потребе сваког медија па и јавног сервиса (Булатовић, стр. 59-65):

- Да ли је измештање свих програма на мањинским језицима на посебан канал како је то пракса и код нас а и већином у свету, заиста најбоље решење?
- Да ли обезбеђивање програма на матерњем језику мора увек ид а подразумева сопствену уређивачку политику, или је могуће наћи сагласје са уређивачким концептом самог јавног сервиса?

- Да ли мултикултуралност подразумева да се свако бави својим проблемима или подразумева да се сви старамо о свакоме?
- Да ли већинску популацију занима шта се догађа међу мањинским популацијама и где би то требало да виде и чују осим на јавним сервисима? Како то да се догоди ако програм на мањинским језицима нису преведени на језик већине?
- Шта је суштински садржај и смисао, а не само форма, мултикултуралности и како би то требало да се огледа у организацији, планирању и самој производњи садржаја програма ЈМУ РТВ Војводине?

Трагајући за одговорима на постављена питања отвориће се и нова: питања ефеката и даље перспективе уређења медијске сцене, при том посебно фокусирамо мањинске медије и улогу јавног сервиса у информисању на језицима мањина. Извесни кораци ка променама јесу учињени: процес приватизације, финансирање по пројектном систему, расподела радио фреквенција и слично. Међутим, ЈМУ РТ Војводине и даље нема извесну будућност. Пре свега у финансијском смислу што јесте основа за успех реорганизације која је у току, а онда и за наставак неговања и развијања мултикултуралног концепта којем тежи. Развој тог концепта ће тражити од ЈМУ РТ Војводине даље охрабривање квалитетних програма на језицима националних мањина, стратешко повезивање редакција на језицима мањина са редакцијама јавних сервиса у матичним земљама, континуирану едукацију запослених у свим редакцијама у циљу поспешивања мултикултуралних програма који неће бити фокусирани на културу, па ни на језик једне заједнице (мањинске или већинске), увођење интегрисане редакције која ће ићи у сусрет медијској конвергенцији као императиву који намећу савремене информационо – комуникационе технологије.

Нова Стратегија развоја система јавног информисања у Србији је у процесу израде.⁴⁰ Како је она заправо темељни документ за будуће функционисање медијске сфере, од ње ће добрим делом зависити и даљи правци развоја информисања на језицима националних мањина у Србији. Но, каква год да стратегија буде, извесно је да добра пракса већ постоји, да се на њој заснивају бројни позитивни прописи попут оних који сугеришу да је помоћ државе мањинским медијима и програмима на језицима мањинских заједница у оквиру јавних медијских установа недискриматорна. Јавни сервис - ЈМУ РТВ Војводине остварује своју

⁴⁰ Prethodna, petogodišnja, Strategija razvoja sistema javnog informisanja je usvojena 2011. god. (op. autora)

улогу, охрабрује грађане на приступ и учешће у јавном животу на једанаест, а ускоро и на дванаест језика мањинских заједница које живе у АП Војводини.

ЛИТЕРАТУРА:

Арсенијевић, О., Булатовић, Љ. Љ., Булатовић, Г. (2012) Идентификација димензија интелектуалног потенцијала у Јавном сервису РТВ Војводине, Зборник радова, Међународна научна конференција “На путу ка добу знања”, Факултет за менаџмент, Сремски Карловци, стр.60 – 76., доступно на: <http://www.famns.edu.rs/file/Na%20putu%20ka%20dobu%20z-1371220353.pdf>

Булатовић, Г., Булатовић, Љ, Љ. (2012), Улога јавних сервиса у мултиетничким срединама, Панел конференција „Улога јавних сервиса у мултиетничким срединама“, дискусија др Г. Булатовић, издавач РУВ РТВ, Нови Сад, стр. 59-65,

Булатовић, Г., Булатовић, Љ., Љ., Арсенијевић, О. (2014), Стратегија конвергентног јавног сервиса Војводине, Мостови медијског образовања - БМЕ 14, Филозофски факултет, Нови Сад, стр.47-57.

Frasco, S., (Novembar, 2013) *The „Mobilification” Of Consuming Content, blog State of Economics, and Legal Studies Series* (2 ed.). Fordham University Press. *Digital*, <http://www.stateofdigital.com/mobilification-consuming-content/>

Хартли, Џон, (2007), Креативне индустрије, стр. 425., ЦЛИО, Београд.

Jakubowicz, K., (2009), *A new notion of media? Media and media-like content and activities on new communication services*, Media and Information Society Division Directorate General of Human Rights and Legal Affairs Council of Europe, Printed at the Council of Europe, dostupno na: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/New_Notion_Media_en.pdf

Крстић, А., (2011), Грађанско новинарство, шансе и изазови за новинарску професију, ЦМ Часопис за управљање комуницирањем, бр . 20, година 6, Главни и одговорни уредник: проф. др Мирољуб Радојковић, Издавачи: ЦДЦ – Центар за усмеравање комуникација, Нови Сад (Претходно: ПРОТОЦОЛ) и Факултет политичких наука, Београд , Стр. 97-116, доступно на: <http://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2011/09/CM20.pdf>

Open to the future: New thinking and practice, Public service media governance: Looking to the future Discussion paper prepared by the Secretariat, Media and Information Society Division Directorate General of Human Rights and Legal Affairs Council of Europe, Printed at the Council of Europe,

str. 23, dostupno na: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/PSMgovernance_en.pdf

Picard, R. G. (2002). *The Economics and Financing of Media Companies (1) (Business,*

Серенчеш, Ж. (2010), Информисање на језицима националних мањина у Војводини и деетатизација, у: Серенчеш, Ж, Исаков, С., Војвођански медији, политички компромис или професионално извештавање, НДНВ, Нови Сад, стр. 77-103; доступно на: <http://www.autonomija.info/wp-content/uploads/2011/03/Vojvodjanski-mediji.pdf>

Станојевић, Д., (2004): Медији и начела дијалога, Мали Немо, Панчево.

Становчић, В., (2008), Појам националне мањине и третирање колективних права, Годишњак, Универзитет у Београду, Факултет политичких наука, Београд, стр. 479-503, доступно на: <http://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2010/05/27-Prof.-dr-Vojislav-Stanov%C4%8Di-%C4%87-Pojam-nacionalne-manjine-i-tretiranje-individualnih-i-kolektivnih-prava.pdf>

Torrance, E.P., Glover, J.A., Ronning, R.R., Reynolds, C.R., (2009), *Handbook of creativity*, dostupno na: http://books.google.com/books?id=cpc-7CJH1-s8C&printsec=frontcover&dq=Irving+Taylor&hl=sr&source=gbs_similarbooks_s&cad=1#v=onepage&q=Irving%20Taylor&f=false

Вујић, А., (2008), Информисање из угла припадника националних мањина, Библиотека Хелсиншке СВЕСКЕ Бр. 27, Мултиетнички идентитет Војводине: изазови у 2007-08. Издавач: Хелсиншки одбор за људска права у Србији, Београд, Стр 143 – 146, <http://www.helsinki.org.rs/serbian/doc/sveske27.pdf>

Документа:

- Амстердамски уговор, (1997), доступно на: http://www.srbijaeu.org/images/PDF%20Evropska%20unija/11_EU_u_10_lekcija.pdf
- *Contribution of the Council of Europe (Media and Information Society Division, Directorate General of Human Rights and Legal Affairs) for the 2009 Internet Governance Forum*, dostupno na: <http://intgovforum.org/cms/documents/contributions/general-contribution/2009-1/324-council-of-europe/file>
- Европска конвенција о људским правима, доступно на: http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SRP.pdf
- Европска повеља о регионалним и мањинским језицима, доступно на: <http://www.ljudskaprava.gov.rs/index.php/evropska-povelja-o-manjinskim-jezicima/77-evropska-povelja-o-regionalnim-i-manjinskim-jezicima>

- Извештај о емитованом програму РТ Војводине за период 1.01.2014-31.12.2014., доступно на: http://www.rra.org.rs/uploads/useruploads/izvestaji-o-nadzoru/Izvestaj_RTV_2014.pdf
- Оквирна конвенција за заштиту националних мањина, доступно на: <http://www.pravamanjina.rs/attachments/ZAKON%20o%20potvrđivanja%20okvirne%20konvencije.pdf>
- Прашка резолуција из 1994. год, доступно на: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/translations/serbian/Rec%281996%29010&ExpMem_sb.pdf
- Препорукабр.(97)2111о медијима и промовисању културе толеранције (1997), Савет Европе, http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/translations/serbian/Rec%281997%29021&ExpMem_sb.pdf
- Препорука Р-2007-3 о улози јавног сервиса у информатичком друштву, доступно на: http://www.coe.org.rs/REPOSITORY/141_preporuka-rec_2007_3_o-ulozi-javnog-medijskog-servisa-u-informacionom-drustvu_1.pdf
- Резолуција Европског парламента из 1996., доступно на: http://www.srbija.eu.org/images/PDF%20Evropska%20unija/11_EU_u_10_lekcija.pdf
- Стратегија РТВ Војводине, доступно на: <http://static.rtv.rs/pdf/2013/10/25/strategija-razvoja-rtv-2013-2017-pdf.pdf>, str. 16.
- Универзална Декларација о људским правима, доступно на: <http://www.poverenik.rs/yu/pravni-okvir-pi/medjunarodni-dokumenti-pi/146-univerzalna-deklaracija-o-ljudskim-pravima.html>
- *Вероисповест, мајерњи језик и национална припадност - Попис становништва, домаћинства и станова 2011. године у Републици Србији, Књига 4, РЗС, доступно на <http://media.popis2011.stat.rs/2012/Nacionalna%20pripadnost-Ethnicity.pdf>*
- Закон о јавном информисању, доступно на: <http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/zakoni/2014/2511-14.pdf>
- Закон о националним саветима националних мањина, доступно на: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_nacionalnim_savetima_nacionalnih_manjina.html
- Закон о радио дифузији, Члан 78, тачка 3., доступно на: <http://www.kultura.gov.rs/docs/dokumenti/propisi-iz-oblasti-medija/zakon-o-radio-difuziji.pdf>
- Закон о заштити националних мањина, доступно на: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zastiti_prava_i_sloboda_nacionalnih_manjina.html

Bulatovic Goran⁴¹,
Faculty of Management, University Union “Nikola Tesla”, Belgrade

Bulatovic Lj. Ljiljana,
Faculty of Media and Communications, Belgrade, Singidunum
University, Belgrade

INFORMING IN LANGUAGES OF NATIONAL MINORITIES IN VOJVODINA: PRACTICE AND NEEDS

Summary⁴²: In systems of developed media offer, requirements for the use of minority languages and promoting the culture and traditions of minorities in the public sphere are set louder than before, and in the realisation of the rights of citizens in multi-ethnic areas, public services have the most obligations. In this paper, we discuss: European and national regulatory framework that applies to the right on informing in minority languages, good practice in Serbia, in the case of public media institutions, Radio Television of Vojvodina, we refer to specific details which are addressed in the alternative reports and studies that are directed towards Europe, all in function of improving informing in the languages of national minorities.

Key words: Informing, ethnic minorities, public service, Radio Television of Vojvodina.

⁴¹ kokacns@gmail.com

⁴² The work is the result of research on the project “Digital media technology and social change in education, financier of the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia.

ДАРИО ВИДАКОВИЋ

УДК 004.738.5:659

Универзитет у Новом Саду

Економски факултет

Суботица

МИРА ВИДАКОВИЋ

Факултет за менаџмент

Сремски Карловци

Основне димензије маркетинга друштвених медија¹²

Резиме: Савремена информациона револуција и напредак информационо-комуникационе технологије главне су „карактерне“ црте друштва са почетка XXI века. Динамични напредак ICT-а, и њена имплементација у све сфере савремене цивилизације, резултирала је у промени свакодневног живота, а та промена се највише огледа у промени основног друштвеног аспекта – друштвене интеракције.

Иновације на пољима комуникације и размене информација резултирале су у појави новог облика друштвене комуникације, где се утицај димензија простора и времена у значајној мери умањио, те је комуникација постала универзална. Ова универзалност је омогућила стварање друштвених група чији чланови потичу из најразличитијих култура, али који су уједињени кроз заједничку интеракцију путем друштвених медија.

Како друштвени медији полако постају најдоминантнији облик друштвене интеракције (или барем облик интеракције у коме људи проводе највише свога слободног времена), те како је путем друштвених медија могуће из комуникације искључити просторну димензију, односно постоји могућност комуникације са глобалним тржиштем, они свакако представљају велики потенцијал у сфери маркетинга. Овај рад истражује друштвене аспекте социјалних (друштвених) медија, начине

¹ vidakovic.dvb@gmail.com

² Рад је настао као резултат истраживања на пројекту „Дигиталне медијске технологије и друштвено-образовне промене” (Пројекат бр. 47020) који се реализује уз финансијску подршку Министарства за науку, технолошки развој и образовање Републике Србије.

на који они утичу на савремени маркетинг, колика је искоришћеност њених маркетинг потенцијала, те шта би требало чинити у будућности како би се овај потенцијал што ефикасније искористио.

Кључне речи: ИЦТ, друштвени медији, маркетинг, умрежавање, рекламирање, виралност.

1. УВОД

У последњих десет година, један тренд који је приметан јесте уздизање и раст друштвених мрежа као једног од најпожељнијих и најраспрострањенијих облика друштвене интеракције. Овај непрестани раст друштвених мрежа је резултат не само приступачности и лакоће повезивања људи, већ и то да су они, више него икада до сада, у могућности да ступају у интеракцију са људима који задовољавају њихове основне потребе због којих се одлучују за интеракцију. Чланови друштвених мрежа су у могућности да сами бирају са киме се повезују, када се повезују и путем кога медија то чине.

ИЦТ (информационо-комуникациона технологија) иновације, које су са собом донеле могућност умрежавања без обзира на место и време. Што се самих медија умрежавања тиче, то су различити облици друштвених медија, који се разликују пре свега по својој функцији, односно према разлогу због кога појединац одабира да би нешто „поделио” са остатком друштвене мреже и на тај начин ступио у интеракцију. Блогови, професионалне мреже, групне интеракције, забавни медији, сајтови на којима се деле критике производа и услуга, представљају само неколико популарних врста друштвених мрежа.

Како друштвени медији умрежавају људе са свих страна света, из најразличитијих сфера, а димензије простора и времена постају скоро у потпуности ирелевантне, они представљају веома занимљиву област за пословно истраживање. Друштвени медији омогућавају, као никад до сада, лакше истраживање тржишта, испитивање и утврђивање жеља и потреба потрошача, пласирање производа, и сл. Како се кроз друштвена интеракција мења, са њом је дошло до промене и саме маркетинг делатности. Маркетинг је увек имао потребу да прати своје потрошаче, те се из тога разлога друштвени медији намећу као нови тржишни сегмент, који свакако игра велику улогу у обликовању савременог маркетинга.

2. ОСНОВНЕ ОДЛИКЕ ДРУШТВЕНИХ МЕДИЈА

Друштвени медији су у своме развоју пратили развој самог Интернета. Деведесетих година XX века, појединци почињу да воде онлајн дневнике –

блогове – те се први комерцијални друштвени сајтови управо и појављују као сајтови који ће бити место на коме ће блогери моћи да деле своје садржаје (Барефот, Сзабо, 2010: 3). Упоредо са растом популарности блогова, дошло је до експанзије информационо-комуникационе технологије: појављују се алати за лакше коришћење Интернета, а само приступање мрежи постаје све лакше, брже и јефтиније. Истовремено, електронски уређаји који људима омогућавају повезивање постају све приступачнији, те поседовање личних рачунара широм света постаје својеврсна друштвена норма (рачунар, у неку руку, постаје „најновији члан породице“). Даље, мобилни уређаји остварују велики процват, тако да технолошке иновације у овом пољу омогућавају приступање мрежи било где и било када.

Иако се технологија сматра покретачем „онлајн револуције“, она никада није била њен главни разлог. Искра која је покренула друштвено умрежавање путем Интернета, јесте управо она људска природна потреба за удруживањем у заједницу. Од самог свог почетка, Интернет је представљао расадник друштвене интеракције, те се због тога онлајн заједнице и називају друштвеним мрежама, а медији помоћу којих се удруживање врши називају друштвеним медијима. Блогови, Фацебоок, Твиттер и сл. представљају технолошке иновације које омогућавају комуникацију, умрежавање и сарадњу, који се једним именом називају Веб 2.0 (Тутен, 2008: 4). Веб 2.0 се као израз користи, пре свега, како би се нагласила савремена тенденција да Ворлд Wide Веб пре свега представља место друштвене интеракције. Иако је сам настанак Интернета био покренут пре свега потребом за комуникацијом, масивна експанзија ИЦТ-а за резултат је имала стварање глобалне комуникационе заједнице, чијим чланом постаје свако ко има могућност њеном приступу.

Друштвени медији у својој основи носе демократизацију информација (Еванс, 2008: 32), што значи да људи престају бити само корисници, већ они почињу и да доприносе стварању нових садржаја, те се ширење информација више не одвија од једног ка многима, већ у комуникацији активно учествују сви. У друштвене медије се подводе различити облици интеракције, од Интернет форума, блогова, викија³, мрежа за делење слика, видеа и аудио снимака.

Оно што се може уочити јесте да су у последњих неколико година, друштвени медији лагано преузели примат од традиционалних облика медијског утицаја. Овај успех друштвених медија се може приписати

³ Wiki – означава веб апликацију која омогућава колаборативно креирање и модификовање садржаја од стране различитих чланова онлајн заједнице.

пре свега оним особинама које га као новог медија разликују од већ устаљених облика размене информација:

- Друштвени медији укључују различите друштвене канале, а посебно онлајн друштвене канале.
- Због своје интерактивне и колективне природе, друштвени медији се брже и лакше мењају од традиционалних медија, те ће нова сазнања довести до нових иновација, а нове иновације до лакшег коришћења и веће атрактивности за кориснике.
- Друштвени медији подразумевају учешће свих њених чланова: они се ослањају на то да ће „корисници” истовремено бити и „произвођачи” садржаја.

У овој трећој ставци управо и лежи најбитнији аспект друштвених медија са маркетиншке тачке гледишта: друштвени медији представљају активну средину у којој се садржаји путем сарадње стварају, деле, мењају и уништавају (Еванс, 2008: 33).

Како би покушали да објасне потребу за настанком друштвених медија, те начин на који они успешно опстају и расту, те због чега су заузели тако битну позицију у савременој култури и друштвеној интеракцији, Берфут и Сзабо (Барефоот, Сзабо, 2010: 4) наводе пет основних начела друштвених медија:

1. *Информациона демократија: Комуникациона револуција*

Ова димензија се односи пре свега на разлику између савремених видова размене информација и традиционалних канала информисања. Иако традиционални облици информисања опстају и данас, они више немају главни примат. Телевизијске емисије, дневна штампа, радио емисије, подразумевале су пуко излагање информација, у смеру „један ка многим”, где је повратна информација скоро уопшности била искључена из процеса. Данас, међутим, и сама извори традиционалног информисања више времена и труда троше на изглед својих Веб презентација, а све што буде написано у новинама или о чему се извештава на телевизији, одмах бива анализирано и коментарисано од стране многобројних припадника онлајн заједница. Шта више, управо се на друштвеним медијима прво појављује велики број информација, које потом преузимају и о њима извештавају традиционални медији. Природа друштвених медија, где сви креирају садржај, традиционалну медијску комуникацију „један према многим” трансформишу у комуникацију „многи према многим”, где се управо и остварује та демократска димензија информисања.

2. *Заједништво: Друштвене мреже представљају нове, глобалне породице*

Из традиционалних медија је, углавном, осећај заједништва изостајао. Није постојала дискусија нити су појединци били у могућности да јавно дискутују о темама које нису биле покривене путем најистакнутијих медија, јер те информације у том случају нису биле познате већем броју људи. Друштвени медији су, међутим, омогућили ступање у контакт са људима који имају слична интересовања, што управо и представља главну предност за маркетинг друштвених медија. Појединци стварају групе на основу својих заједничких интереса, те маркетари имају веома лакши начин да идентификују своју циљну групу и да своје стратегије и деловање усмеравају ка истим.

3. *Колаборација: Милион глава је паметније од једне*

Технологија је у последњих десетак година трансформисала Веб у савршену платформу за удруживање и сарадњу, те је ова колаборација и постала главна окосница Веб-а 2.0. Чланови виртуелних заједница сарађују на стварању нових садржаја, размени информација и друштвеном умрежавању, те је овакав начин деловања донекле ублажио стигму Интернета као непријатљеског и несимпатичног окружења. Колаборација подразумева поверење и добронаклоност, а примери оваквог понашања су многоструки: многи су примери удруживања људи како би се помогло онима којима је помоћ неопходна. Један од главних примера ове сарадње јесте онлајн енциклопедија *Wikipedia.org*, чији се садржај заснива на колаборацији великог броја њених чланова.

4. *Опсег: Бесконачност Интернета*

Величина Интернета је ограничена само жељама људи да учествују у онлајн интеракцији. Једном када се умрежите, лако је приступити највећем делу друштвених медија, јер су већина бесплатни и приступачни без обзира на локацију. Маркетарима је опсег кључан фактор. Чињеница је да по броју различитих услуга и друштвених мрежа интернет може да се чини бесконачним, због чега и постоји својеврсно надметање између водећих друштвених медија да приволе највише корисника и заузели примат на Веб-у. У следећој табели су представљене водећи друштвени медији:

Друштвени медиј	Број активних корисника
Фацебоок	1,310,000,000
ЈоуТубе	Преко 1,000,000,000 јединствених корисника месечно
Твиттер	241,000,000
Гоогле +	300,000,000
Линкедин	260,000,000
Инстаграм	150,000,000

Табела 1. Водеће друштвене мреже у Јануару 2014. године

5. Аутентичност: Култ искрености

Друштвени медији су имали својеврстан „демократизирајући ефекат” на креативност. Сајтови попут оних за објављивање и делење („шеровање”) блогова, слика и видео записа су инспирисали појединце на креирање и делење садржаја као никада до сада. Свеprisутност Интернета, ниски трошкови интеракције путем друштвених медија, те лакоћа њиховог коришћења, довели су до савршене прилике за размену садржаја и идеја. Са културом размене долазе и два кључна аспекта у расправи о предностима друштвених медија: аутентичност и транспарентност. Иако се у прошлости Интернет пре свега посматрао као место где је могуће ступити у интеракцију, а истовремено остати анониман, сматрало се да је Веб и место лажне искрености. Међутим, како друштвене мреже омогућавају умрежавање људи са сличним интересима, те због непосредне и импровизацијске природе овакве интеракције, све је приметније стварање одређене врсте поверења између припадника одређених друштвених мрежа, те је са овим и расла потреба за стварним представљањем и искреним понашањем, односно стварањем природне друштвене културе без обзира на виртуелну природу самих друштвених медија (Видаковић, 2013).

3. МАРКЕТИНГ ДРУШТВЕНИХ МЕДИЈА

Маркетинг друштвених медија представља, једноставно речено, употребу канала друштвених медија, а у сврху остваривања маркетинг циљева компаније (Заррелла, 2010: 3). Он се пре свега користи као део већ постојећих онлајн маркетиншких активности, као суплемент традиционалним пормоционалним стратегијама. Маркетинг друштвених медија се сврстава, пре свега у *вирални* или маркетинг „од уста до уста”. Вирални маркетинг се ослања на то да ће корисници са другима

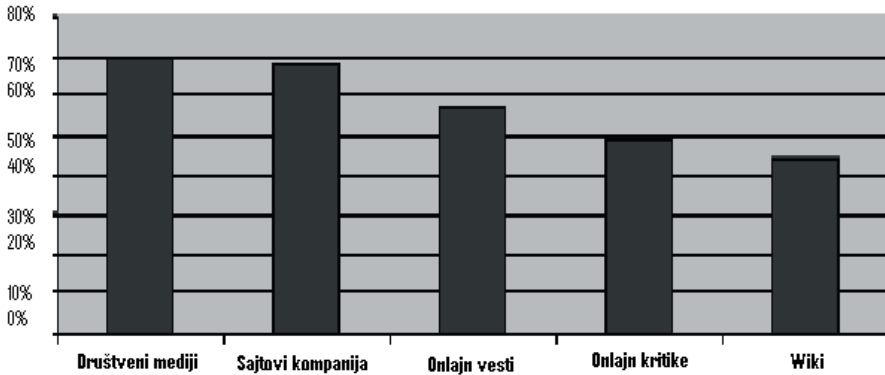
делити информације о оним медијским садржајима, производима и услугама које им се у великој мери допадају (или пак о онима које мрзе) (Барефот, Сзабо, 2010: 18). У чему се овакав вид маркетинга разликује у традиционалног јесте по обиму: традиционални канали не досежу ни део људи који се могу досегнути путем друштвених медија.

Путем друштвених мрежа, потрошачи се повезују и деле своје ставове и мишљења, те временом група потрошача долази до концензуса о одређеном производу или услузи. То опште мишљење се временом шири и манифестује, било као тренд или мода неке мале друштвене групе, или пак досеже општераспрострањену популарност. Из овог разлога се маркетинг концепти попут ангажованости и лојалности, трансформишу у друштвене појмове, као што су партиципација и репутација. Разлог томе јесте што је кроз друштвене медије, интеракција коначно постала таква да у обликовању, стварању и дељењу садржаја учествују и сами потрошачи (Еванс, 2008: 87). Кроз ову партиципацију и повратну информацију, ствара се друштвена репутација, која у контексту маркетинга постаје активни друштвени одраз датог бренда. Овакав вид репутације је директна последица колективне природе друштвених медија и њених заједница, а ове заједнице и саме представљају основу друштвених медија и Веб 2.0.

Предности оваквог вида информисања о производима и услугама брзо су увидели како потрошачи, који су почели да креирају и размењују своја лична искуства, те и сами маркетари: истраживање *МицКинслеу Квартерлу-ја* су показала да чак 39% испитаних компанија користи друштвене медије као примарни алат за комуникацију са потрошачима, а предвиђа се да ће се овај проценат у наредне четири године попети и до 47% (Сараванакумар, Сугантхалаксми, 2012: 4445). Исто истраживање показује и да оне компаније које су се успешно умрежиле у канале друштвених медија показују тренд веће успешности и дуготрајног напретка. Као један од основних узрока за овај успех се наводи да умрежавањем маркетари постају свеснији о ставовима, мишљењима и понашањима потрошача у односу на њихов бренд, производ или услугу (Схерман, 2011).

Што се тиче самих потрошача, истраживања показују неоспоран утицај друштвених медија на њихово понашање при информисању у циљу куповине: 70% испитаних је користило канале друштвених медија – попут блогова, друштвених мрежа и критичких сајтова – у циљу информисања о производу, услузи или самом бренду. Даље, 60% испитаника каже да користе друштвене мреже како би са другима поделили своја потрошачка

искуства, а чак 60-70% испитаника сматра препоруке других људи са друштвених мрежа искреним и корисним. (Киртис, Карахан, 2011: 264).



Графикон 1. Онлајн извори којима се потрошачи користе у сврху стицања информација о производу, услузи или бренду (Киртис, Карахан, 2011: 264).

Како би се у маркетингу постигао успех, јасно постављање циљева и праћење резултата је од изразитог значаја. Овде се може уочити још једна предност маркетинга друштвених медија: у традиционалном маркетингу је веома тешко доћи до егзактних резултата (како због тешкоћа праћења, тако и због већих трошкова); са друге стране, друштвени медији пружају све лакше праћење и обраду података, те и саме развијају програме уз помоћ којих ће се моћи пратити понашање потрошача. Тако, Фацебоок има развијен систем који ће маркетарима пружити могућност да своју рекламну активност усмеравају ка својим циљним групама, које ће бити одређене уз помоћ личних података које корисници друштвених медија деле на мрежи (Сараванакумар, СугантхаЛаксхми, 2012: 4447).

3.1. Циљеви маркетинга друштвених медија

Маркетинг друштвених медија је област са веома великим потенцијалом за успешан брендинг, те је одређивање циљева, као што је већ речено, од изузетне важности. Неопходно је упоредити личне циљеве са оним што је могуће остварити путем друштвених медија, те тиме установити да ли је за дати микс маркетинг друштвених медија представља добру опцију. Неки од циљева који се могу остварити путем маркетинга друштвених

медија јесу и:

- Повећање присутности бренда,
- Максимализација медијске и међумедијске интеграције,
- Истраживање понашања потрошача,
- Развој идеја за нове маркетиншке стратегије,
- Повећање саобраћаја на властитом Веб-сајту,
- Скретање пажње мејнстрим медија на активности у оквиру друштвених мрежа,
- Унапређење репутација бренда,
- Пораст продаје производа/услуге,
- Постизање маркетиншких циљева са што већом ефикасношћу,
- Укључивање потрошача у искуства бренда (Тутен, 2008: 25).

У овим циљевима, као један од основних разлога због којих се треба тежити имплементацији социјалних медија у маркетинг активности јесте повећање присутности на мрежи. То значи да ће путем активности у друштвеним медијима скренути већа пажња на производ, услугу или бренд, а она ће се одразити пре свега кроз:

- пораст посетилаца сајту компаније,
- повећању броја линкова који воде ка сајту компаније,
- повећање посета и дељења садржаја који је компанија путем маркетинг активности креирала на Веб-у (повећање броја прегледа видео снимака на ЈоуТубе-у, преузимање слика са Флицкр),
- већи број референци о производу, услузи или бренду у друштвеним медијима (блоговима, поткастима⁴, Фацебоок-у, Твиттеру, и сл.),
- Пораст броја потрошача и пораст квалитета односа са потрошачима (Заррелла, 2010: 199).

3.2. Водеће платформе у маркетингу друштвених медија

Под водећим платформама се подразумевају друштвене мреже и сајтови који имају највећи утицај у маркетингу друштвених медија. То значи да ове мреже имају највећи број корисника, да се на њима месечно бележи највећи број посетилаца, те да на њима, самим тиме, долази до највише размена информација, а самим тиме и до обликовања општег мњења.

⁴ Potkast (*eng. podcast*) дигитални аудио или аудио-видео запис, који се дели путем Интернета, намењен слушању и гледању, углавном на рачунару. Реч пре свега има значење „личног преноса”, односно приватно креираног програма.

Друштвена мрежа - сајт	%
Фацебоок	92
Твиттер	84
ЛинкедИн	71
Блогови	68
ЈоуТубе	56
Форуми	24

Табела 2. Најчешће коришћени алати у маркетингу друштвених медија (Сараванакумар, Сугантхалаксми, 2012: 4445).

Због своје опште популарности и посећености, те готово синонимности са изразом „друштвена мрежа”, Фацебоок се у маркетингу друштвених медија свакако намеће као основна платформа. Како се број од 1,31 милијарде активних корисника свакодневно повећава, тако се и број оних који се опредељују за своју маркетинг активност путем Фацебоок-а стално повећава. Ова друштвена мрежа маркетинга пружа низ користи, од којих се могу истаћи: промотивне активности (отварање Фацебоок странице на којима ће се промовисати бренд, услуга и/или производ, а који ће фанови даље делити са својим пријатељима на мрежи); заједничке акције (креирање онлајн дешавања који ће за циљ имати умрежавање корисника и идентификовање циљних група); испитивање потрошача и потенцијалних потрошача.

У последњих пар година се, поред Фацебоок-а и ЛинкедИн-а (медија који је превасходно намењен умрежавању пословних професионалаца, те је, самим тиме, природна платформа за маркетинг друштвених медија), као водећи друштвени медији наметнуо и Твиттер, те је у маркетингу на располагање дао два нова алата – *микро-блог* и *хасхтаг*.⁵ Због својих кратких и лако претраживих порука – *твитова*, те свакодневног пораста корисника, Твиттер постаје веома битан медиј личне и професионалне промоције, размене информација и остваривања свести о бренду, производу и потрошачу. Путем *таговања*, ступа се у непосредни

⁵ *Микро-блог* јесте писање кратких блогова, односно порука, које се онда путем Твиттера деле са осталим појединцима са којима је особа умрежена. *Хасхтагинг* је до скоро била појава везана искључиво за Твиттер, али се због своје популарности проширила и на остале друштвене мреже. Наиме, ту се ради о томе да се одређени појам означава префиксом '#’ и на тај начин се омогућава проналажење *твитова* на одређену тему, путем једноставног претраживања.

контакт са потрошачем, где он аутоматски бива обавештен о било којим новостима везаним за производ, услугу или бренд, а до повратне информације се, такође долази, на брз и непосредан начин.

4. ФАКТОРИ УСПЕШНОСТИ МАРКЕТИНГА ДРУШТВЕНИХ МЕДИЈА

Да би се у маркетинг активности организације маркетинг друштвених медија правилно имплементирао, у разматрање је потребно узети низ фактора који га обликују. Због овога је стварању стратегије маркетинга друштвених медија неопходно прићи са што већом пажњом и аналитичношћу. Тутен предлаже да се у процесу планирања и одређивања одговарајуће стратегије за маркетинг друштвених медија, активности поделе у следећих десет фаза (Тутен, 2008: 27):

1. Идентификација свеобухватних циљева стратегије и утврђивање да ли друштвени медији представљају пожељан канал за њихово остварење.
2. Спровођење анализе тренутне ситуације, наглашавање позитивних страна бренда, његових слабости, прилика и претњи у оквиру друштвених медија.
3. Одређивање циљне групе и њених карактеристика.
4. Анализа индивидуалних циљева који се желе остварити током кампање, изражавање ових циљева на реалан, јасан, мерљив и специфичан начин.
5. Одређивање буџетских средстава за кампању и постизање циљева.
6. Одабир стратегије маркетинга друштвених медија.
7. Спецификација тактика, укључујући и специфичне алате друштвених медија за сваки канал који се намерава користити.
8. Идентификација метода за активацију кампање путем друштвених медија, а уз помоћ других медијских алата.
9. Спровођење стратегије и тактика према плану маркетинга друштвених медија, правећи при томе корекције након добијања повратних информација од онлајн друштвених заједница.
10. Мерење и евалуација ефикасности кампање, како би се добили подаци о успешности и како би се извукле поуке у циљу остваривања још већег успеха у наредним кампањама.

Када се ови кораци примене на практичну делатност маркетинга друштвених медија, добија се низ фактора који имају значајан утицај на

успешност маркетиншке делатности. Први од тих фактора је већ поменуто *постављање одговарајућих циљева*. Када се утврди да организација може имати користи од друштвених медија, онда се постављају циљеви потенцијалне маркетиншке активности. Постављање циљева је веома битан корак у било ком процесу маркетиншког планирања. Тако, Јосепх Јаффе истиче да главни циљ маркетинга друштвених медија више није пука платформа за докучивање потрошача, већ се овде ради о умрежавању и изградњи продубљених и значајних контаката (Росе, 2007: 13). Наравно, у зависности од потреба компаније, мењаће се и њени циљеви: неке ће желети већу присутност, друге већу препознатљивост брэнда, друге желе да остваре допадљивост, док остале желе да креирају канал путем кога ће долазити до директних повратних информација.

Следећи фактор јесте степен у коме се остварује *укључивање потрошача у маркетинг активности*. Овде је реч о томе да је основна функција маркетинга друштвених медија мотивисање потрошача да у име брэнда учествују у маркетинг активностима компаније. То се остварује организовањем активности и садржаја који ће потрошаче активирати и мотивисати да и сами учествују у креирању садржаја који ће поспешити остваривање циљева маркетинга друштвених медија (Тутен, 2008: 29).

Остваривање и покретање успешног маркетинга друштвених медија јесте значајно јефтиније од традиционалног маркетинг процеса, али ако је „време новац”, онда маркетинг друштвених медија, заиста, може бити скупocen: развијање стратегије, свакодневно праћење трендова на Веб-у, праћење коментара потрошача као и пружање повратних информација изискују доста времена, те се маркетарима препоручује да чак 25% свога времена посвете управо томе (Барефоот, Сзабо, 2010: 18).

5. МЕРЕЊЕ УСПЕШНОСТИ МАРКЕТИНГА ДРУШТВЕНИХ МЕДИЈА

Мерење резултата представља критичан корак у изградњи платформе маркетинга друштвених медија, пре свега што ће активности у овој сфери бити очигледне члановима маркетинг департмана, али су резултати оно што ће мотивисати и остатак организације да крене у овом правцу. Иако су маркетинг потенцијали мрежа попут Фацебоок-а и Твиттер-а очигледни, неопходно је скренути пажњу на озбиљније и конкретније предности друштвене технологије, које се огледају у: приликама за потпуни преображај постојећих роба и услуга, стварање новог, истински двосмерног односа са потрошачима, као и употребу новостечених знања

и информација и имплементацији истих у срж саме организације (Еванс, МцКее, 2010: 140).

Без квантитативног мерења било би скоро немогуће уочити све предности које маркетинг друштвених медија доноси, те је аналитика друштвених медија у основи употребе друштвених мрежа у пословне сврхе (Еванс, МцКее, 2010: 141), а могућност прецизног мерења и праћења квантификатора, уз мање уложеног новца и времена, јесте, као што је већ речено, једна од највећих предности над традиционалним видовима маркетинг активности. То се постиже уз помоћ специфичних софтвера намењених искључиво у ову сврху: они мере, сакупљају, анализирају и дају извештаје о интернет активностима везаним за пословање и маркетинг активности (Каусхик, 2009: 29).⁶

Мерење успеха ће се вршити према оним показатељима који су кроз циљеве организације одређени као примарни у фази дизајнирања маркетинг кампање. У традиционалном пословању, као основна мера успеха узима се повратак инвестиције (*ретурн оф инвестмент - РОИ*). У друштвеним медијима, РОИ се огледа у разлици између времена и новца уложеног на кампање друштвених медија и нових потрошача до којих се тим путем дошло. Како се друштвени медији пре свега користе као комплемент традиционалном онлајн маркетингу, његов циљ јесте усмеравање потрошача на званичну Веб презентацију организације. Аналитички софтвери омогућавају праћење активности на Интернет страници, као што су куповине, прегледи страна и посете, а затим је могуће одредити одакле су ови потрошачи дошли, односно ко их је усмерио ка нашој Веб страници, те се на тај начин може израчунати ефективности одређене стратегије маркетинга друштвених медија (Еванс, МцКее, 2010: 144). Такође, неопходно је обратити пажњу са којих друштвених платформи долази највише саобраћаја, те се фокусирати на оне које највише одговарају датом пословном правцу.

Мерења успешности маркетинга друштвених медија Заррелла дели у две групе: *он-сите* и *офф-сите* мерења (Заррелла, 2010: 207). *Он-сите* мерења се тичу активности које се одвијају на самом сајту организације, док *офф-сите* активности мерења у обзир узимају активности на сајтовима и друштвеним мрежама на којима долази до интеракције потрошача. Предмети он-сите анализе подражумевају:

- Ангажованост потрошача. Како сви потрошачи који су на сајт

⁶ Најраспрострањеније коришћени алат ове врсте јесте *Google Analytic* и намењен је превасходно маркетарима, а оно што му даје највећу предност јесте што је бесплатан за кориштење.

организације дошли са друштвених мрежа неће аутоматски постати и купци, неопходно је у обзир узети њихове остале активности, од којих су за анализу успешности најбитније *време проведено на сајту* и *број прегледаних страница по посети*. Дуже времена проведеног на сајту и више страница прегледаних при посети означавају веће ангажовање потрошача и стварање дубљег односа између њега и бренда. Изворе оваквог саобраћаја треба даље унапређивати и имати их у виду као потенцијалне доносиоце реалног профита.

- *Прегледи, посеће и јединствени посетиоци*. Некада су за анализу пожељне и најочигледније статистике, везане за број прегледа и посетилаца странице. Овај вид мерења се не треба игнорисати, али га увек треба детаљније анализирати и према осталим статистикама. Успех у промоцији путем друштвених медија може довести до наглог уплива великог броја посетилаца на личну веб презентацију. Међутим, већина ових посетилаца ће сајт посетити само једном, да би се подобније информисала о поменутом промотивном успеху, и више се на сајт неће враћати. Оно што даје значајну оцену успеха у маркетингу друштвених медија јесу управо показатељи ангажованости потрошача.

Подаци мерења у офф-сите анализи зависе, у великој мери, од природе друштвеног медија на коме се маркетинг активности одвија. Тако, ако на пример узмемо Твиттер, најједноставнији начин утврђивања домета јесте број „пратилаца” који означава укупан опсег маркетинг активности, али то није и једина мера пожељна за анализу. Потребно је мерити и то колико пута је наша организација, маркетинг кампања или неки други аспект деловања, поменут у разговорима и мини-блоговима пратилаца, јер је то показатељ њихове ангажованости. На Фацебоок-у и ЛинкедИн-у, најбољи начин мерења јесте број особа који је члан неке од група нашег бренда или организације. На мрежама намењеним за дељење мулти-медијалних садржаја (попут *ЈоуТубе-а*) најочигледнији показатељ јесте број прегледа. Међутим, како су ово сајтови за размену садржаја, потребно је у обзир узети и бројеве коментара на креиране садржаје, колико често су ти садржаји „подељени” са другим потрошачима на осталим друштвеним мрежама.

Поред ових, постоји и низ других статистичких мера које се могу користити при дефинисању циљева маркетинг активности (Росе, 2007: 14). Као што је раније речено, да би се остварио успех неопходно је јасно дефинисати циљеве: користећи ангажованост потрошача,

број посетилаца, пратилаца и претплатника као кључне индикаторе перформанси (КПИ) успех стратегије маркетинга друштвених медија се може јасно пратити и анализирати, а активности у складу са њима кориговати.

6. ЗАКЉУЧАК

Маркетинг друштвених медија не представља пасиван процес и ослања се на друштвене елементе заједнице, што значи да ће напредовати онда када то заједница одлучи. Из тога следи да је за успех од кључног значаја задовољење жеља и потреба заједнице. У виртуелном свету, то значи да је да се мора разумети шта тачно представљају друштвене мреже, морају се разумети мотиви због којих људи у овим мрежама учествују, на који начин и са којим циљем се виртуелне заједнице стварају, те на који начин се њихове потребе могу задовољити да се, као крајњи циљ, добије њихова укљученост у маркетинг процес.

Као што је већ речено, канали друштвених медија су многобројни и сваким даном све више и више расту. Како приступ и коришћење друштвених медија изискује ниже трошкове од традиционалних маркетинг канала, не постоји разлог ограничавања на један канал друштвених медија (односно једну одређену друштвену мрежу).

На крају, не треба заборавити да су виртуелне заједнице настајале путем друштвених медија не у сврху маркетинга, него у сврху задовољења личних интереса, те се појединци у мрежу неће укључивати због њихове лојалности одређеном бренду. Напротив, они се у заједницу укључују из жеље за заједништвом: удружују се ради стицања пријатеља, размене искустава, забаве, као и ради учешћа у активностима које их интересују и забављају. Због свега тога, у маркетингу друштвених медија се увек наглашава изградња односа са члановима виртуелног друштва. У маркетингу друштвених медија стратегије агресивног рекламирања имају углавном негативан утицај. Маркетари морају показати да они на друштвеној мрежи учествују ради изградње односа са потрошачима, социјализације са удружењима потрошача, као и, можда и најбитније, исказивања спремност за поштовање њихових правила.

7. ЛИТЕРАТУРА

Barefoot, D., Szabo, J. (2010). *Friends with Benefits: A Social Media Marketing Handbook*. San Francisco, CA: No Starch Press, Inc.

Evans, D. (2008). *Social Media Marketing: An Hour a Day*. Indianapolis, IN: Wiley Publishing, Inc.

Evans, D., McKee, J. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Indianapolis, IN: Wiley Publishing, Inc.

Kaushik, A. (2009). *Web Analytics 2.0 - The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity*. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons, Inc

Kirtis, A.K., Karahan, F. (2011). To Be or Not to Be in Social Media Arena as the Most Cost-Efficient Marketing Strategy arfer the Global Recession. *Social and Behavioral Sciences* 24.

Rose, F. (2007). How Madison Avenue is Wasting Millions on a Deserted Second Life. *Wired*. 8-15.

Saravanakumar, M., SuganthaLakshmi, T. (2012). Social Media Marketing. *Life Science Journal*. 2012, 9(4).

Sherman, S. (2011). Proving Social Media's ROI. *Marketing* 2011.

Tuten, T.L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*.

Vidaković, M. (2013). Net generacija i E-učenje: Savremena obrazovna revolucija. *Mostovi medijskog obrazovanja* 1(2013).

Zarrella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.

General Dimensions of Social Media Marketing

Abstract: Contemporary information revolution and advancements of information and communication technology (ICT) characterized society at the beginning of the 21st century. Dynamic development of ICT, its implementation in all aspects of modern civilization, resulted in an evolution of everyday life, and this change can be best observed in the transformation of the main social aspect – social interaction.

Innovations in fields of communication and information exchange brought upon us the emergence of a completely new method of social communication, where dimensions of space and time are no longer of a great importance, hence enabling communication to become universal. This universality brought fort formation of social groups whose members come from different cultures, but who are united through their common interests in interaction through social media.

Since social media is slowly becoming primary way of social interaction (or, at least, a way of social interaction in which people spend most of their free

time), and since social media devalues distance as an important communicational dimension, there is an opportunity for communication with a global market, hence its significance for marketing. This paper examines societal aspects of social media, ways in which they influence contemporary marketing, how they are used in marketing activities, as well as what is to be done in order for marketing to fully realize this potential.

Keywords: ICT, social media, marketing, networking, advertising, virality.

Небојша Петровић
Студентски центар Нови Сад
Нови Сад

УДК 316.774:323.15]:070 (497.113) ”194”

АНАЛИЗА ШТАМПЕ НАЦИОНАЛНИХ МАЊИНА У ВОЈВОДИНИ У ПРВИМ ГОДИНАМА ПОСЛЕ ДРУГОГ СВЕТСКОГ РАТА

Сажетак: Аутор је у раду извршио кратку анализу штампе националних мањина у Војводини у првим годинама после Другог светског рата. Резултати нису потпуни јер је због недостатка знања мањинских језика истраживање било ограничено на консултовање архивских извора и малобројне литературе. Ипак, аутор је идентификвао неколико проблема са којима се суочавала мањинска штампа у Војводини. Пре свега, слабо образовани и за власт идеолошки неприхватљиви новинари, као и недостатак материјалних средстава.

Кључне речи: Медији, штампа, националне мањине, тоталитаризам, пољопривреда, религија, национализам.

И поред чињенице да штампа, као најстарији савремени облик масовне комуникације представља прворазредни и незаменљив извор за истраживање одређеног историјског периода, народа, државе или друштвене групе, наша историографија није посветила дужну пажњу историји овог медија на простору Војводине после Другог светског рата.¹ Можемо рећи, да у овом тренутку на основу монографија и других стручних радова не можемо на валидан начин сагледати богатство, домете, недостатке и значај који је штампа имала у једној изузетно сложеној држави. Без критичког преиспитивања штампе ускраћени смо не само за боље разумевање идеја и мисли карактеристичних за одређену епоху, већ и за прецизније и слојевитије сагледавање значајних друштвених процеса.

¹За међуратни период незаобилазни радови су Душана Попова “Српска штампа у Војводини 1918-1941, Нови Сад, 1983, Трива Милитар, Штампа у Војводини, преглед историјске грађе, Нови Сад, 1940. Што се тиче штампе мањинских народа незаобилазано дело је Бранка Бешлина, Весник трагедије, Немачка штмпа у Војводини (1933-1941), Платонеум, Нови Сад, 2001.

У социјалистичкој Југославији, осим кратког периода успостављања комунистичке власти, није било слободе медија, већ су они представљали обично гласило КПЈ. Ова чињеница је у методолошком смислу третирања штампе од великог значаја, јер је богатство и разноврсност историјских извора које нам овај медиј иначе може понудити у оваквим околностима веома ограничен. Међутим, оваква штампа нам омогућава боље разумевање и тумачење суштине тоталитарних режима, појединих друштвених процеса као и односа власти према одређеним социјалним групама или националним заједницама. Дакле, истраживање штампе националних мањина у држави каква је била Југославија, може нам осветлити положај одређене нације, њен културни ниво али и као што смо рекли, суштину државног и друштвеног уређења.

Материјална оскудица, неразвијена инфраструктура (самим тим, слаба дистрибуција) као и велики број неписмених били су неки од проблема са којима су се суочавале новинарске куће у Југославији. И поред чињенице да је Војводина улазила у ред економско и културно најразвијенијих делова тадашње државе, у њој је излазио мали број листова, са малим тиражима и сумњивог квалитета. Истина, тенденција одумурања штампе у Војводини примећена је још у периоду између два рата, када су београдски листови са квалитетнијим садржајима, престоничким информацијама и без закашњења гушили локалну штампу.² Илустрације ради, на простору Војводине из укупних прегледа растурања штампе кроз десет месеци 1948. године можемо уочити да је продаја војвођанске штампе која је излазила на српскохрватском језику далеко заостајала за листом “Борба”, “Политика” или “Јеж”. Међутим, то се не може рећи и за “Мађар со”, који је и поред великих слабости одржавао значајан број читалаца.³

Такође, растурање штампе није било добро организовано. Имајући у виду социјалну структуру становништва Војводине, можемо рећи да је било недовољно растурање листова по селима. Мада, можемо рећи да се овај проблем није односио на штампу националних мањина. Док је лист “Слободна Војводина продаван” 1947. године са 51% примерака по градовима (од чега се половина тиража продавала само у Новом Саду),

² Бранко Бешлин, Весник трагедије, 73, 74.

³ У Војводини се у првих десет месеци 1948. године растурало просечно “Борбе” 39.000 примерака, “Политике” 28.000, “Јеж” око 20.000, а “Слободне Војводине” непуних 17.000. У исто време “Мађар со” је раздељен око 23.000 примерака. АВ.Ф.334.ај.215

“Мађар со” је чак 56% тиража продавао по селима.⁴ Озбиљнији проблем војвођанској штампи, представљао је недостатак финансијских средстава, што је условило и ограничење дневних и недељних листова на два листа (4 стране).⁵

Тако да су уредници мањинских листова често истицали овај проблем, правдајући се на многобројне замерке упућене од стране Агитпропа ПК.

Међутим, на квалитет новинарства додатно је утицало деловање комунистичке државе која је медије третирао као партијски орган за идеолошко васпитавање и образовање “широких народних маса”. Црте аскетизма које су представници нове идеологије, нарочито у првим послератним годинама носили у себи, а пре свега, негативан однос према култури, модним трендовима и идејама које су долазиле са Запада, домаћу штампу су додатно осиромашили и за ширу публику учинили незанимљивом.

Имајући у виду једнопартијски систем југословенске државе, штампа је строго надзирана, при чему је садржај комплетно обликован од стране Агитпропа. Наиме, једном месечно одржавао се састанак редакције којем је присуствовао руководилац сектора агитације и штампе Агитпропа ПК, или неки други члан агитпропа који је упознавао редакцију са наредним “задацима агитације”. “Слободна Војводина” и “Мађар со” као дневни листови били су у обавези да Агитпропу ПК шаљу месечне и недељне планове и извештаје.⁶

Занимљив је извештај о агитационо-пропагандном раду, који је на Петом конгресу КПЈ (1948) поднео Милован Ђилас. Наиме, овај извештај сведочи нам о значају штампе у пропагирању партијске политике и идеологије. Ђилас у свом извештају наводи да од 248 листова који су излазили у Југославији 1948. године постојао је само незнатан број (пре свега црквених) “који нијесу под руководством Партије.”⁷

У таквим околностима, новинарски таленат и истинољубивост биле су безначајне врлине у односу на политичку подобност, при чему се идеолошка поткованост доказивала често непримереном употребом уобичајених марксистичких фраза и цитата. И поред мимикријског начина прилагођавања жељама нових властодржаца, недостатак политички подобног и идеолошки образовног новинарског кадра

⁴ Небојша Петровић, Политика на селу, Нови Сад, 2008, 234

⁵ АВ.Ф.334.ај.80

⁶ АВ.334.ај.215

⁷ V Конгрес комунистичке партије Југославије, Извештај и реферати, Култура, Београд 1948, 278.

био је евидентан. Незадовољство власти политичком чврстином и идеолошком чистотом новинара било је велико и условило је њихово отпуштање и запошљавање идеолошки “правоверног” али обично и крајње нестручног кадра. Тако је у току 1948. године, редакцију “Слободна Војводина” напустило, а заправо, махом било отпуштено седам новинара, док је у исто време, “Мађар со” остао без 14 новинара.⁸ Међутим, осим организовања кратких новинарских курсева, власт пуне три године није конкретно приступила решавању овог за њу итекако великог проблема. Тако је тек 1948. године учињен значајан искорак у правцу инситуционализованог образовања новинара. Наиме, тада је на предлог Савеза удружења новинара Југославије Влада ФНРЈ основала Новинарско дипломатску вишу школу у Београду. На смеру за новинарство уписано је око 200 полазника, што редовних, што ванредних студената.⁹ Школа је основана ради формирања висококвалификованих кадрова за новинарску делатност и дипломатско-конзуларну струку. Услови и начин пријема у школу осликавају нам суштину и начин деловања тоталитарног система али и значај који је придаван штампи. Наиме, Управа за кадрове ЦККПЈ обавештавала је централне комитете република, информативне куће и друштвене организације о условима за пријем. Наглашено је да кандидати морају бити не само чланови КПЈ, већ да “морају бити портпуно проверени” и оцењени као личности са “моралним и политичким квалификацијама”.¹⁰

Имајући све ово у виду, можемо претпоставити са каквим се проблемима, надзором и притисцима суочавала штампа националних мањина. Други светски рат је између различитих националних заједница у Војводини и поред њиховог вишевековног међусобног културног, политичког и економског утицаја отворио нове и продубио старе ране. Мора се признати да је КПЈ настојала, не устручавајући се од примене репресивних метода, да успостави националну равноправност и спречи расприривање националне и верске мржње. Међутим, национална нетрпељивост била је присутна и код чланова Партије, СКОЈ-а, антифашистичких организација и народних одбора. Услед малобројног учешћа припадника из редова националних мањина у народноослободилачком рату, државне и партијске организације биле су

⁸ АВ. Ф.334.ај.215

⁹ Мирко Милетић, *Образовање новинара у Србији, Култура полиса*, бр. 8, 9 и 10., Нови Сад, 2008, 371.

¹⁰ Драгомир Бонџић, *Новинарска и дипломатска висока школа у Београду 1948-1953.*, Токови историје, бр. 3 Београд, 2007, 84,85.

углавном састављене од припадника српског народа. Затим, слање у логоре и исељавање више стотина хиљада Немаца из Војводине, спекулације са исељавањем Мађара, као и масовна колонизација становништва из крајева пострадалих у рату, били су потези који, најблаже речено, нису били са одобравањем примљени код одређених националних мањина у Војводини.¹¹

Војводина је 1947. године имала 1.668.982 житеља од којих:¹²

Срба.....	692.609
Хрвата.....	139.887
Словенаца.....	5.341
Словака.....	71.398
Чеха.....	3.207
Русина.....	20.084
Бугара.....	3.055
Руса.....	3.952
осталих Словена.....	2.059
свега Словена.....	1.153.930
Мађара.....	416.274
Румуна.....	59.316
Јевреја.....	4.014
Рома.....	18.641
Немаца.....	10.047
осталих.....	6.752
свега несловена.....	515.044

Свака мањина имала је своје специфичности који су се морали одразити на карактер и квалитет њихових гласила. Пре свега, мислимо на бројност становништва, проценат писмених, социјални статус, капацитет штампарија и недовољан број стручних радника из редова појединих мањинских народа као и квалитет новинарског кадра и сл. Листови националних мањина, као уосталом и комплетна југословенска штампа, никада нису имали свој став макар и по безначајном питању. Они не само да су усвајали нове идеолошке, економске и политичке идеје, већ се нису усуђивали ни да их тумаче. Сувопарним стилем, накићеним

¹¹ Небојша Петровић, КПЈ и национални проблем у Војводини 1945-1950., The shared history, Центар за историју, демократију и помирење-Нови Сад, Нови Сад, 2008, 76

¹² АВ. Ф. 334. Годишњи извештај ПККПС за Војводину 1947. године

марксистичким фразама, без оргиналнијег и дубљег објашњавања они су информисали читаоце о одлукама и активностима државних, односно покрајинских и локалних органа власти. Како се наводи у једном извештају покрајинског одељења за пропаганду и агитацију, мањински листови објављивали су садржаје изразито информативног карактера, махом предузете и преведене од Тањуг-а и београдске штампе. Између осталог, наводи се да лист “Мађар со” у својим чланцима остаје”само регистратор или пасивни тумач догађаја, без да по њима и по питањима која се на њих надовезују заузме свој одређени став или да из њих изведе самосталне закључке”.¹³ Имајући у виду да је наведени извештај је из 1951. године, када је дошло у држави до уочљивих промена, односно повлачења ригидних репресивних метода и када су либералне идеје у одређеној мери заплуснуле и медијски простор, овакве информације омогућавају нам да замислимо стање у медијима у периоду крутог болшевичког начина управљања државом. Наиме, 1948. године, тзв. “реформом за мањинску штампу” извршено је именовање непосредног помоћника руководиоцу сектора за агитацију и штампу у Агитпропу ПК, за рад са мањинском штампом. Осим тога, у оквиру секције за агитацију и штампу Покрајински одбор Народног фронта образовао је посебно тело за праћење и анализу штампе.¹⁴

На основу овога, можемо закључити да је мањинска штампа у првим послератним годинама представљала обично идеолошко гласило КПЈ, преводећи, односно преносећи тумачења београдске штампе о најважнијим економским и политичким питањима Југославије. Новине које су штампане на језику националних мањина не само да нису браниле интересе свог народа, већ се нису претерано трудиле да објасне ни најобичнији став, иначе Партији прихватљив, који је постојао међу становништвом.¹⁵ Стога и не чуди, да су се многи припадници националних мањина и поред критике партијских организација, преплаћивали искључиво на штампу на српском језику.¹⁶ Наравно, ова појава није била карактеристична за све националне мањине и није се односила на сву штампу. Занимљив је податак да је у току 1947. године

¹³ АВ. Ф.334.aj.9023

¹⁴ АВ.Ф.334.aj.80

¹⁵ Ситуација је била веома слична и у међуратном периоду када су мањински медији махом истицали у први план декларативне изјаве лојалности држави и династији Карађорђевић. Бранко Бешлин, Весник трагедије, 69

¹⁶ АВ. Ф.334.aj.218

“Мађар со” куповао сваки десети Мађар.¹⁷

У Војводини је 1948. године излазило укупно 12 листова и 20 часописа. Од тога су 4 листа и 4 часописа била на српскохрватском језику, 5 листова и 6 часописа на мађарском језику, 1 лист и 2 часописа на словачком, 1 лист и 2 часописа на румунском и по 1 часопис и лист на русинском језику. Према садржају су 7 листова били политичко-информативног карактера, 1 синдикални (на мађарском језику), 2 листа су била издање Покрајинског одбора Антифашистичког фронта жена за Војводину, 1 омладински, 4 пионирски часописи и листови, а остали су били разни стручни и књижевни часописи.¹⁸

Од политичко информативних листова два су била дневна (“Слободна Војводина” и “Мађар со”) а од осталих словачки лист “Хлас људу” излазио је два пута недељно, док је синдикални лист на мађарском језику, такође, био недељни лист.¹⁹

Као и код штампе на српскохрватском језику, проблеми везани за пољопривреду представљали су у првим послератним годинама најзначајнију рубрику листова националних мањина у Војводини. Тако је 1947. године “Мађар Со” објавио преко 175 великих чланака посвећених пољопривредним проблемима, у “Хласу људу” 15 уводника, у “Руском слову” 7 уводника.²⁰ Занимљиво је погледати који су то пољопривредни проблеми и задаци које је Партија одредила, највише третирану у мањинској штампи у периоду до 1948. године. Као и код штампе на српскохрватском језику то су биле рубрике посвећене пољопривредним радовима, откупу пољопривредних производа, контрахирању и гајењу индустријског биља, разним напорима за већи принос у пољопривреди и на крају, трговини по везаним ценама.²¹ Управо су ове рубрике везане за пољопривредне теме биле не само најмнобројније већ су од стране партијских организација, односно агитпропа, сматране најбоље вођеним рубрикама у војвођанској штампи.

Мађари као најбројнија национална мањина у Војводини кроз цео међуратни период тешко су се мирили са изгубљеним статусом хегемоне нације. Из тих разлога, али и због масовног покоља Срба у Бачкој за време рата, неповерење власти према Мађарима било је изразито велико. Ипак, после краткотрајног премишљања о њиховом протеривању из Војводине

¹⁷ АВ. Ф.334. Годишњи извештај ПККПс за Војводину 1947.

¹⁸ АВ. Ф.334.aj.215

¹⁹ Исто

²⁰ Небојша Петровић, Политика на селу, Нови Сад, 2008,223

²¹ Исто

Јосип Броз Тито је 1. децембра 1944. године одобрио формирање мађарских јединица и њихово укључивање у политички живот.²²

Промена односа према Мађарима била је отежана многобројним проблемима. Највећи проблем представљала је слаба заступљеност Мађара у Партији, и активност, пре свега у сеоским срединама, појединаца из окупацијских фашистичких организација. Изражена нетрпељивост између Срба и Мађара узроковала је честе инциденте као што је употреба шовинистичких парола у свакодневном говору и масовне туче у мешовитим селима.²³

Већ смо истакли да је највећи проблем мађарске штампе у Покрајини представљао новинарски кадар. И поред великог отпуштања, неповерење власти у идеолошку “чистоћу” преосталих новинара и даље је било веома изражено. Млад и неискусан кадар у редакцији “Мађар соа”²⁴, дуго није био у стању да приреди уводник, чланак или репортажу, већ су одређени догађаји презентовани у облику кратке вести или превођени из београдске штампе. Такође, услед недовољног општег и политичког образовања, али и страха од “политичких грешака”, редакција се није упуштала у анализу појединих значајних политичких и економских проблема.²⁵

Слични проблеми били су изражени и у осталим мађарским листовима. Синдикални лист “Долгозок”²⁶ имао је само три редакцијска члана. Без дописничке мреже, овај лист никако није могао испунити партијска очекивања. Нарочито је занимљиво мишљење Партије за лист “7 Нап”²⁷ који је био замишљен као лист за село намењен читаоцима који из било којих разлога не читају дневну штампу. Наиме, редакцији овог листа било је замерено да је лист попримио културно забавни карактер и постао “прилично политички безбојан”. Исто тако, редакција омладинског листа “Ифјушаг”²⁸, оцењена је као “политички недорасла” и наложено је покрајинском руководству омладине да се више ангажује око овог листа.

²² Владимир Дедијер, Нови прилози за биографију Јосипа Броза Тита, Београд, 1984, 170.

²³ Небојша Петровић, КПЈ и национални проблем у Војводини, 80.

²⁴ “Мађар со” (Мађарска реч) био је (као што је и данас) водећи дневни политички лист са тиражом од 25-35.000 примерака. Излазио је у Новом Саду

²⁵ АВ.Ф.334.ај.215

²⁶ “Долгозок” (Труденици) је месечни синдикални лист на мађарском језику са тиражом око 3.000 примерака. Излазио је у Новом Саду

²⁷ “7 Нап” (7 Дама) илустровани лист са тиражом око 5.500 примерака. Излазио је у Новом Саду.

²⁸ “Ифјушаг” (Омладина) био је недељни лист за омладину са тиражом од 3.000 примерака. Излазио је у Новом Саду.

Изражено је било незадовољство и радом листа Покрајинског одбора АФЖ за жене Мађарице “Долгозо не”. Пошто је са места уредника смењен стари новинар који није био члан КПЈ, и на његово место постављена члан КП и новинарка “Мађар соа”, овај лист и даље није испунио очекивања.²⁹

Политичка неактивност, а самим тим и слабутицај КПЈ, нарочито је била изражена код Румуна. Иначе, Румуни су као махом сељачко становништво, и у међуратном периоду живели изоловано у руралној средини, споро прихватајући новине. Ипак, на основу партијских извештаја може се закључити да осим недовољне политичке заинтересованости, Румуни нису представљали значајан проблем властима. Стога Партија није имала никаквих посебних форми нити конкретнијих мера које би се специјално односиле на рад са овом националном мањином, а које су проистицале од препорука ПК.³⁰

Румуни у Војводини имали су један политички лист “Либертатеа” који је излазио једном недељно са веома скромним тиражом око 4. 500 примерака. Имајући у виду социјални састав Румуна, проблеми села и пољопривреде били су у центру пажње овог листа. Ипак, уредништву ових новина замерено је што су проблематику везану за СРЗ, односно уласку сељака у задруге и проблеми везани за разбијање истих, “третирани уопштено”. Недостатак бављења овом проблематиком у унутрањо-политичким рубрикама овог листа, вероватно је последица иначе слабе заинтересованости Румуна за радне задруге. С друге стране, “Либертатеини” чланци везани за сукоб са земљама Информбироа одисали су жестоком критиком Румуније и Совјетског савеза, те истицани као пример доприноса мањинске штампе напорима КПЈ за “демаскирање империјалистичке политике руководиоца ових држава”.³¹

Словачка национална мањина још приликом стварања јужнословенске државе, услед словенског порекла, лојалности према држави и династији, малобројности, удаљености и пријатељских односа Југославије са матицом није сматрана националном мањином. Они су себе сматрали учесницима стварања државе СХС, јер су се њихови многобројни сународници као добровољци борили у редовим српске војске.³² Однос нове власти према овој националној заједници није се променио. Напротив, КПЈ је као и у случају осталих народа настојала да Словачке

²⁹ АВ.Ф.334. ај.215

³⁰ Небојша Петровић, КПЈ и национални проблем у Војводини, 82

³¹ АВ.Ф.334. ај.9023

³² Бранислац Глигоријевић, “Политичка иступања и организација Словака и Чеха у Краљевини СХС”, Зборник за историју, бр. 24, Нови Сад, 1981, 138.

више укључи у политички живот. У ту сврху служио је и политички лист на словачком језику “Хлас људу”, (Народна реч) који је излазио у Бачком Петровцу са скромним тиражом од око 4.500 примерака. Пошто су Словаци у Војводини били махом сеоско становништво, теме везане за пољопривреду биле су нарочито третиране у овом листу. На читаоце овог листа су нарочити утисак оставили чланци за време сукоба са Информбироом, које је писала емигранткиња Олима Кројчева.³³

Лист на матерњем језику у Војводини имали су и Русини. “Руске слово” (Русинска реч) је политички лист на русинском језику који је излазио једном недељно са тиражом око 1.500 примерака.³⁴ Лист се као и “Хлас људу” махом бавио пољопривредном проблематиком.

Прекретница у партијском раду са националним мањинама настала је непосредно после објављивања Резолуције Информбироа. Наиме, активност Информбироа код појединих националних мањина у Војводини изазвала је шовинистичко и обновила ревизионистичко расположење.³⁵ Самим тим, политички рад са националним мањинама добио је нову димензију, јер је био у тесној вези са борбом против Информбироа, пре свега зато што су њихове матичне државе постале главна полуга притиска СССР на Југославију.³⁶ Нова политичка ситуација у којој се нашла држава али и КПЈ, манифестовала се поред свестранијег настојања већег укључивања националних мањина у политички живот, појачаном пропагандом, односно правдањем економске, идеолошке и државне политике КПЈ. У оваквим условима штампа је заузела посебну пажњу и имала најзначајнију улогу у смиривању тензија међу мањинама и успостављању политичке стабилности у земљи.

Тако је на седници Бироа ПК КПС (одржан 1949 провери) за Војводину Митра Митровић је у дискусији о проблемима рада са националним мањинама истакла да мањинска штампа, (пре свега “Мађар со”) “не треба да буде само копија југословенске штампе него он мора директније и јаче деловати на Мађаре. Мора се осетити да је он мађарски лист”.³⁷ Да би се овај

³³ АВ.Ф.334.ај.9023

³⁴ Исто

³⁵ Ако погледамо ухапшене у Војводини по националном саставу можемо закључити да је број ухапшених националних мањина у односу на Србе био практично занемарљив. Тако је 1949. године број ухапшених Срба у Војводини износио 509, Црногораца 119, Мађара 55, Румуна 4, Русина 11 и Словака 10. АВ. Ф.334. Годишњи извештај ПККПС за Војводину за 1949.

³⁶ Небојша Петровић, КПЈ и национални проблем у Војводини 1945-1950., 83.

³⁷ АВ.Ф.334.ај.80

циљ остварио, односно мањински листови додатно приближили својим читаоцима, на истом састанку било је предвиђено да се “Мађар со” као дневни лист, уместо на четири стране излази на шест страна. Такође, уочено је да на Мађарском језику недостају спортски лист, хумористички лист, затим илустровани лист са прилозима о политичком и културном животу Југославије. Затим, предвиђено је и покретање једног политичког листа за мађарске сељаке. Док је за румунске читаоце уочено да недостаје лист за жене.³⁸

Пропагандна активност мањинске штампе увек је била усмерена против руководства матичне земље. Тако су листови на мађарском, словачком и румунском језику настојали да докажу поданички однос руководства матичних држава према Совјетском савезу, ропски положај обичног човека, као и агресивно понашање тих држава према Југославији. Истицана је велика поробљеност њихових сународника у матичним државама, насупротив слободном националном, културном, па чак и верском животу у Југославији. Нарочита пажња је посвећена информативним чланцима са разних масовних протеста мањинских народа против политике Информбироа. То је била лепа прилика за чешће истицање лојалности Мађара, Румуна, Словака и осталих мањина према југословенској држави а нарочито КПЈ.³⁹

Долазак комуниста на власт после Другог светског рата и мере према црквама које су одмах преузете (одвајање школе од цркве и аграрна реформа) неминовно су довели до сукоба између цркава и власти. КПЈ се у борби против ауторитета и утицаја цркве на становништво служила многобројним методама. Ипак, имајући у виду чињеницу да је комунистичка власт услед међународних притисака морала прихватити слободу политичког деловања грађанских снага у држави и да су јој управо ове снаге били највећи и у том тренутку најважнији противници, отварање још једног фронта није било стратешки прихватљиво. Тако да је деловање партијских организација против цркава, истина имало масовни карактер, али оно је ако се то уопште и могло постићи, било обазриво и делимично прикривено. Стога штампа у овом периоду сукоба, није била значајније укључена.⁴⁰ И поред тога, власт је постигла значајне резултате

³⁸ Исто

³⁹ АВ.Ф.334.ај,9023

⁴⁰ Тако се на састакну ПККПС за Војводину одржаног 23. августа 1946. године, када се расправљало о методама борбе против цркава штампа уопште не помиње. Одлучено је да се изврши притисак на утицајне људе који би критиковали политичку агитацију цркви, затим окупљањем аграрних интересената и

за веома кратко време. Мањи успех је постигнут у борби против Римокатоличке цркве. Наиме, она је имала велики утицај, нарочито код мађарске националне мањине. Цркве су у мађарским срединама биле добро посећене, свештенство је било много упорније и сналажљивије у борби против комуниста.⁴¹

Коначни обрачун спречио је сукоб Југославије са Информбироом. Наиме, релативно толерантан однос према црквама у Југославији КПЈ је користила као аргумент за додатно придобијање становништва. Ова пропаганда је имала нарочитог ефекта код свештенства националних мањина, који су били веома добро обавештени о стању цркве у матичним земљама. Чим је опасност од војне интервенције спласнула, Партија у Југославији је поново отворила сукоб са црквама и подигла га на знатно виши ниво. Поред организовања семинара на којима се вршила едукација руководећег партијског кадра, у новој стратегији борбе против цркве ангажована је и штампа. Њена улога је била раскринкавање деловања реакционарних свештеника, тако што је “објашњавала поједине моменте у односима државе и цркве и на тај начин онемогућила попове да буду први и једини тумачи истих”.⁴² И поред значајних успеха које је власт постигла, утицај цркви међу националним мањинама остао је прилично значајан.

На крају, можемо констатовати да је штампа националних мањина на простору Војводине у овом периоду, делила судбину тзв. централне штампе. Искрен однос КПЈ у правцу решавања националног питања, односно равноправног положаја националних мањина није подразумевао слободу њихових медија. Сматрало се, као и у свим комунистичким државама да је контрола медија битан предуслов опстанка државе и изградње социјализма.

сиротиње, на коју црква, по мишљењу партијских активиста на терену врши велики притисак, организовањем бојкота давања пореза цркви, организовањем протеста родитеља против наводног шамарања деце која неће да уче веронауку и посебно отпором на црквеним конференцијама које се претварају у политичке манифестације. АВ. Ф. 334. Записник са састанка ПККПС за Војводину 1946. године.

⁴¹ Небојша Петровић, Однос власти према цркви у Војводини 1945-1950., Култура полуса, бр. 6/7, Нови Сад, 2007, 323

⁴² АВ. Реферат организационог секретаријара о деловању и утицају цркве и религије у НРС- достављен од ЦККПС 1952. године.

Необјављени извори:

Архив Војводине:

Ф.334,

Записник са састанка ПККПС за Војводину 1946. године,

Годишњи извештај ПККПС за Војводину за 1947,

Годишњи извештај ПККПС за Војводину 1948. године.

Реферат организационог секретаријара о деловању и утицају цркве и религије у НРС- достављен од ЦККПС 1952. године.

Објављени извори:

V Конгрес комунистичке партије Југославије, Извештај и реферати, Култура, Београд 1948.

ЛИТЕРАТУРА:

Бранко Бешлин, Весник трагедије, Немачка штмпа у Војводини (1933-1941), Платонеум, Нови Сад, 2001.

Драгомир Бонцић, Новинарска и дипломатска висока школа у Београду 1948-1953., Токови историје, бр. 3 Београд, 2007.

Бранислац Глигоријевић, “Политичка иступања и организација Словака и Чеха у Краљевини СХС”, Зборник за историју, бр. 24, Нови Сад, 1981.

Владимир Дедијер, Нови прилози за биографију Јосипа Броза Тита, Београд, 1984.

Трива Милитар, Штампа у Војводини, преглед историјске грађе, Нови Сад.

Мирко Милетић, образовање новинара у Србији, Култура полиса, бр. 8, 9 и 10., Нови Сад, 2008.

Душана Попов, Српска штампа у Војводини 1918-1941, Нови Сад, 1983.

Небојша Петровић, Однос власти према цркви у Војводини 1945-1950., Култура полиса, бр. 6/7, Нови Сад, 2007.

Небојша Петровић, Политика на селу, Нови Сад, 2008, 234

Небојша Петровић, КПЈ и национални проблем у Војводини 1945-1950., The shared history, Центар за историју, демократију и помирење-Нови Сад, Нови Сад, 2008.

ANALYSIS OF THE PRESS OF NATIONAL MINORITIES IN VOJVODINA IN THE FIRST YEARS AFTER THE SECOND WORLD WAR

Summary: The author conducted a brief analysis of the Vojvodinian national minorities press in the first years after World War II. The study was limited by the lack of knowledge in the field of minority languages, which, certainly, caused some shortcomings in the area of scientific research. Nevertheless, the author identified two main problems which the press was faced. They were poorly educated and ideologically unacceptable journalists, same as lack of funds.

Key words: Media, newspapers, ethnic minorities, totalitarianism, agriculture, nationalism, religion.

Упутство сарадницима о прилозима:

Текст послати на е-маил адресу ljubisa@kpolisa.com (или преко контакт форме на адреси www.kpolisa.com). Текст треба бити припремљен у формату В5 (17,6x25,0cm), у фонту Times New Roman, величина фонта Size: 11, тастатура Serbian (Cyrillic), једноструког прореда Line spacing: Single. Максимални обим оригиналних научних и прегледних радова је један ауторски табак (или 36300 карактера са размацима). На првој страни, изнад наслова рада, у левом горњем делу треба написати име, презиме (у фусноти доставити контакт са аутором: е-маил, тел.), установу, место а испод наслова рада сажетак (до 150 речи) и кључне речи (највише седам) на српском и једном од светских језика.

Страна имена писати транскрибована, а код првог навођења иза имена у загради ставити име у оригиналу.

Пример: Бродел (Braudel).

Код цитирања или позивања на извор иза цитата навести у загради презиме аутора, годину издања и страницу, писмом којим је штампан извор на који се позива.

Пример:

(Вебер, 1976: 341); (Weber, 1989: 59).

Исто правило важи и код навођења литературе у списку литературе на крају списка.

Пример:

1. Le Gof, Žak (1997): *Vreme, rad i kultura srednjovekovnog Zapada*, Svetovi, Novi Sad,
2. Robins, Kevin (2001): *Kiberprostor i svijet u kojemu živimo, Kiberprostor, kibertijela i cyberpank: kulture tehnološke tjelesnosti, uredili Mike Featherstone i Rober Burrows*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb,

Фусноте користити само за пропратне коментаре.

Напомене: Радове објављене у часопису, није дозвољено прештамповати ни у деловима ни у целини без сагласности издавача. Оцене изнесене у радовима ставови су аутора истих, и не изражавају мишљење уредништва часописа.

Рукописи се рецензирају, и не враћају ауторима. Објављени радови се хонораришу у складу са финансијским могућностима издавача.

Излажење часописа финансијски подржао:

Покрајински секретаријат за културу и информисање АП Војводине
<http://www.kultura.vojvodina.gov.rs/>

Пријатељи часописа:

Агроглоб, Нови Сад
Херес, Нови Сад
6. Мај, Нови Сад

I
МАЊИНСКА ПОЛИТИКА СРБИЈЕ У СВЕТЛУ НОВИХ
РЕГИОНАЛНИХ ТЕНДЕНЦИЈА

II
НАЦИОНАЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ У СРБИЈИ И ВОЈВОДИНИ:
МУЛТИКУЛТУРАЛНЕ ОСНОВЕ УСТАВА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ,
НАЦИОНАЛНИ САВЕТИ И ЊИХОВА ПОЛИТИЗАЦИЈА

III
СТАЊЕ И СТАТУС МЕДИЈА НА РУСИНСКОМ ЈЕЗИКУ – ПРОБЛЕМ
УТИЦАЈА ПОЛИТИКЕ И НЕКВАЛИФИКОВАНОСТ

IV
МУЛТИЈЕЗИЧНОСТ У МЕДИЈСКОЈ ПОЛИТИЦИ

V
ПРОГРАМСКИ САДРЖАЈИ : НАЈТРАЖЕНИЈА РОБА 21. ВЕКА
БЕЗ ДЕКЛАРАЦИЈЕ О КВАЛИТЕТУ

VI
ИНФОРМИСАЊЕ НА ЈЕЗИЦИМА НАЦИОНАЛНИХ МАЊИНА
У ВОЈВОДИНИ: ПРАКС А И ПОТРЕБЕ

VII
ОСНОВНЕ ДИМЕНЗИЈЕ МАРКЕТИНГА ДРУШТВЕНИХ МЕДИЈА

VIII
АНАЛИЗА ШТАМПЕ НАЦИОНАЛНИХ МАЊИНА У ВОЈВОДИНИ У
ПРВИМ ГОДИНАМА ПОСЛЕ ДРУГОГ СВЕТСКОГ РАТА

ISSN 1820-4589



9 771 820 45 800 5