

*Синиша Атлагић**

Факултет политичких наука, Универзитет у Београду

*Александра Угринић***

Факултет политичких наука, Универзитет у Београду

ИНФОРМАТИВНИ САДРЖАЈИ НА РАДИО БЕОГРАДУ – О ПОЛИТИЦИ МЕДИЈА У МЕДИЈАЛИЗОВАНОЈ ПОЛИТИЦИ***

Сажетак

У раду, који је настао као резултат ширег истраживања о функционисању републичког и покрајинског јавног медијског сервиса у Србији током првих шест месеци 2016. године, аутори испитују на који начин Радио Београд остварује ову улогу. Аналитички приступ примењен у истраживању ослања се на теоријску традицију културолошких студија. Коришћена је метода квантитативно-квалитативне анализе садржаја а анализом су обухваћене централна информативна емисија и најзначајније дебатне емисије у којима се третирају актуелна друштвена и политичка питања у земљи и иностранству. Налази истраживања указују на то да Радио Београд задовољава већину нормативних улога јавног сервиса, али не и критеријум разноврсности садржаја, то јест улогу канала представљања различитих друштвених и политичких актера.

Кључне речи: медијски јавни сервис, медијализација политике, политика медија, Радио Београд

* Ванредни професор

** Асистент

*** Рад је настао у оквиру истраживачког пројекта Новосадске новинарске школе *Мониторинг јавних сервиса 2015/16. године.*

Питање у којој мери је појава интернета и нових комуникацијских технологија изменила природу комуницирања уопште, а тиме и комуницирања у сфери политике, на почетку 21. века наставља се на питање које се током готово читавог 20. века постављало у вези са масовним медијима у научној и стручној литератури данас често означаваним као „традиционалним“ или „класичним“. Појавом сваког новог од ових медија отвара се расправа о њиховој когнитивној функцији, о томе како њиховим посредством стичемо и проширујемо знања о свету уопште, а тиме и о свету политике, односно о њиховим ефектима на ставове и понашања људи.¹ Медијализована комуникација и медијализација политике, како је сада већ давне 1985. године А. Кент називао општу тенденцију политичког система да усвоји норму и логику медијског система², остају у фокусу пажње истраживача. Иако је она данас померена ка интернету као средству тзв. интегрисане комуникације, новинарска пракса, то јест процес „производње вести“ у чијој су основи остаје значајно опште питање. У том смислу, истраживања на тему утицаја „традиционалних“ медија на ставове и понашање људи су и даље интересантна.³

Ово истраживање је управо из групе поменутих истраживања и усмерено је на радио. Реч је о анализи медијске понуде Радио Београда као јавног информативног сервиса, па је резултате истраживања потребно посматрати у ширем контексту а преважно имајући у виду квалитет функционисања медија и успешност медијске политике. Налази истраживања би могли бити од користи како за регулацију медијског плурализма и развој медијске политике усмерене на демократизацију медијског система Србије, тако и за професионализацију новинарства као професије.⁴ Разлог више за објављивање резултата овог истраживања је тај што су

- 1) О теоријским основама и резултатима домаћих и иностраних истраживања ефеката деловања масовних медија на ставове и понашање људи опширније у: Љиљана Ј. Баћевић, *In Media Res: Ефекти медија*, Институт друштвених наука, Београд, 2004.
- 2) Asp Kent, *The Study of Long-Term Effects: The Updating Function of Mass Media*, Seattle, 1985.
- 3) Ерик П. Лоу, *Медији и политички процес*, Факултет политичких наука, Београд, 2013 ову књигу посвећује преважно телевизије као медија са још увек највећим утицајем на политички процес. Слично, у монографији Јованка Матић, *Сервис грађана или Сервис власти: Плурализам мишљења у информативном програму јавног ТВ сервиса у Србији*, ИП Добра наслов, Београд, 2014, стр. 5 наводи да је истраживање чије резултате објављује усмерено на телевизију као медиј са традиционално највећом публиком и највећим утицајем у Србији.
- 4) Ове циљеве истраживања, између осталог, истиче Јованка Матић, нав. дело, стр. 5.

истраживања радио програма у Србији релативно ретка⁵, па би се на тај начин евентуално дао допринос додатном разумевању улоге овог медија у политичкој комуникацији, као и комуникацији у ширем смислу речи.

Циљ је да се резултатима истраживања укаже на квалитет медијске понуде јавног сервиса са становишта разноврсности садржаја (Отвара ли јавни сервис разноврсне теме и отвара ли јавну расправу о значајним друштвеним питањима?), (Има ли јавни сервис улогу канала представљања различитих друштвених и политичких субјеката?) и задовољава ли јавни сервис друштвених и политичких група.

Циљ истраживања је да се, укључујући горенаведено, утврди обавља ли јавни сервис своје основне улоге у нормативном смислу - улогу информатора јавности о друштвеним и политичким збивањима и њиховим актерима (кроз ову улогу провлачи се и улога јавног сервиса у процесу едукације) и улогу посматрача, испитивача и процењивача збивања.

Аналитички приступ примењен у овом истраживању ослања се на теоријску традицију културолошких студија која медије посматра као институције репрезентације и осмишљавања, а не једноставног рефлектовања стварности. Мада је конструктивистичком мишљењу које је у основи овог приступа својствена опасност да склизне у чист релативизам, оно се чини погодним за разумевање процеса медијализованог комуницирања.⁶ Конструктивисти тврде да новинари „конструирају реалност“. Они својом праксом, како је писао Такман (Tuchman) крајем 1970-их, отварају „прозор

- 5) Најновији резултати о професионалним аспектима извештавања на радију објављени су у раду Александра Угринић и Сениша Атлагић, „Етички и професионални аспекти извештавања на радију у Србији“, у зборнику: *Индикатори професионалног/ непрофесионалног понашања новинара и медија. Могућности за побољшање стања* (уредио Раде Вељановски), Службени гласник, Београд, 2015, стр. 39-55. О програмским, тржишним и технолошким потенцијалима локалних радија у Ана Милојевић и Александра Угринић, „Перспектива локалних комерцијалних радио станица у Србији“, у зборнику: *Радио-дифузија у Србији – садашњост и будућност* (уредио Раде Вељановски), Факултет политичких наука и Чигоја штампа, Београд, 2012, стр. 103-124. Објављени су и резултати истраживања које се односи на развој верског радија. Погледати: Зоран Јевтовић, Тајана Вулић, и Велибор Петковић, „Верски радио и перспективе развоја у Србији“, у зборнику: *Радио-дифузија у Србији – садашњост и будућност* (уредио Раде Вељановски), Факултет политичких наука и Чигоја штампа, Београд, 2012, стр. стр. 69- 85.
- 6) Опширније о овоме у: Јованка Матић, *Телевизија против бирача*, ИП Добар наслов, Београд, 2007; Ерик, П. Лоу, *Медији и политички процес*, нав. дело, 2013; Doris A. Graber, „Political Communication Faces the 21st Century“, *Journal of Communication*, International Communication Association, 2005.

у свет“ омогућавајући делимичан, ограничен поглед на панораму, док је остатак реалности, изван оквира прозора, скривен иза зида.⁷ Овај „прозор“ може бити чист да се кроз њега све види или прљав да се тек по нешто назире.⁸ Неки други аутори налазе да медији могу да одсликавају реалност, али и да је „конструишу“, да је „преуређују, а понекад и фалсификују.“⁹

Обим, облик и позиција „прозора“ утичу на искривљеност вести. Узрок ове искривљености Е. Лоу не налази у свесној одлуци конкретног новинара да буде пристрасан. Реч је пре о последици радне рутине у складу са којом се новинари социјализују. Пристрасност потиче од интерпретативног оквира који новинари формирају служећи се сопственом представом о томе шта је вредно да постане вест, а када се ова представа развије (подупрta радном рутином која иде уз њу) модел се натурализује и постаје такав да спроводи цензуру „сам од себе“.¹⁰ Радна рутинa новинара подразумева рад у складу са одређеним скупом формула (нпр. формуле „обрнуте пирамиде“ или „шест питања“), ограниченим временом предвиђеним за „производњу вести“, одређеним начином одабира извора и доминантном идеологијом, односно дискурсом у редакцији.¹¹

1. МЕТОД И КОРПУС

Резултати истраживања интерпретирани у овом раду део су ширег истраживања - мониторинга републичког и покрајинског јавног сервиса у Србији током шест месеци (18. јануар – 20. јун 2016. године). Аутори су се определили за анализирање медијских садржаја емитованих на Радио Београду у централној информативно–политичкој емисији *Новости дана*¹² и у три емисије које у највећој мери третирају актуелна политичка и социјална питања у земљи, али се баве и темама које се однесе на инострану поли-

7) Ерик, П. Лоу, *Медији и политички процес*, нав. дело, стр. 80.

8) Зоран Ђ. Славујевић, *Политичко комуницирање, политичка пропаганда, политички маркетинг*, Београд, 2009, стр. 44.

9) Исто.

10) Ерик, П. Лоу, *Медији и политички процес*, нав. дело, стр. 80.

11) Исто, стр. 79-91.

12) Емисија *Новости дана* емитује се свакодневно уживо на Првом програму Радио Београда од 15 часова. Траје тридесет минута и карактерише је чврста програмска шема. Новинарске форме које преовлађују у емисији су вести (са и без тонских исечака), извештаји, интервјуи, тзв. радио пакет и укључења извештача у програм. Број ангажованих новинара по емисији варира а углавном их је мање од 10. Сваку емисију воде две особе – спикер и уредник.

тичку сцену. Реч је, у основи, о дебатним емисијама *Таласање*¹³, *У средишту пажње*¹⁴ и *Седмица*¹⁵.

За овај циклус мониторинга креирани су одговарајући кодекси за обраду медијских садржаја. Они су садржали више категорија, а свака од њих је имала одређен број варијабли. У анализи емисије *Новости дана* коришћена је квантитативно-квалитативна анализа садржаја. За преостале три емисије коришћена је квалитативна анализа садржаја. Мада је, у основи, реч о емисијама које су у вези са актуелним догађајима из конкретне области а притом нису превасходно намењене задовољавању неких посебних потреба публике или специфичних циљних група, аутори су се определили за ову истраживачку методу због чињеница да емисије из узорка нису истоврсне према формату и садржају нити да их је све могуће анализирати коришћењем и квантитативне анализе садржаја.

Код информативне емисије типа дневник јединица анализе је прилог, независно од трајања, жанра или броја консултованих извора, узимајући за почетак најаву, а за њен завршетак одјаву. За дебатне емисије састављен је посебан протокол у коме се узима у обзир свака логично заокружена мисаона целина.

У интерпретацији резултата истраживања фокус аутора је на следећим аспектима емисија: темама (О којој врсти тема је реч и о каквом приступу теми – опису, оцењивању, проблематизовању са уочавањем узрока, решења и сл.), субјектима (Ко говори о одређеној теми и је ли видљив напор у избору адекватних субјеката?), објектима (О коме се говори?) и вредносној оријентацији (Која врста јавног интереса се афирмише и посредством којих

- 13) Емисија *Таласање* креирана је у форми разговора водитеља са гостима у студију о актуелној политичкој теми из земље и иностранства. Структура емисије је таква да након краћег увода водитеља саговорници одговарају на питања која овај поставља о одговарајућој теми. Током емисије, разговор у студију бива „прекинут“ музичком нумером. У емисији нема новинарских прилога. У основи је реч о емисији дебатног карактера. Број гостију у студију варира од једног до четири.
- 14) *У средишту пажње* емитује се радним даном од 17 до 17.55 часова. Реч је о дебатној (пре него о колажној емисији како се истиче на сајту РТС) креираној у форми разговора уживо у студију водитеља емисије са, најчешће, два или три госта. У емисији углавном нема новинарских прилога. Емисија је уобичајено подељена на два дела (пре и после блока реклама). Друга половина или, чешће, последња четвртина емисије може бити посвећена питањима или коментарима слушалаца.
- 15) *Седмица* је, како се наводи на сајту РТС, радијска емисија магацинског типа која се емитује недељом од 10 часова до 11 часова. Закључак монитора је, међутим, да у основи није реч о магацину или бар магацински карактер није могуће идентификовати у појединачним издањима емисије. Реч је пре о емисији дебатног карактера креираној у форми разговора водитеља са гостима у студију (уобичајено три госта) о одређеној, актуелној друштвеној теми. У емисији углавном нема новинарских прилога.

вредности?). Најзначајнији субјекти и објекти о којима се изражава вредносни став евидентирани су именом и презименом, као и функцијом коју обављају. На тај начин могуће је стећи потпунији увид у новинарски приступ, уредничку оријентацију и доступност самих извора.

2. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

2.1. Емисија *Новости дана* – теме

Централна информативно-политичка емисија *Новости дана* мониторована је током периода од шест месеци. У корпус истраживања уврштено је 24 емисије, у укупном трајању од 720 минута (12 сати). Праћено је просечно 4 издања месечно у којима је емитовано укупно 477 прилога, у просеку двадесетак прилога по емисији. У теорији медија овакве емисије припадају ”емисијама типа дневник”. Реч је о сложеним новинарским продуктима које поред мноштва различитих облика новинарског изражавања, од кратких вести до репортажа и комплексних аналитичких прилога (пакета), карактерише тематска разноликост.

Најчешће теме прилога у *Новостима дана* биле су информације из света и региона, док су информације из сфере домаће политике и активности власти заузеле упола мање медијског простора. Сваки десети прилог је из области економије и пољопривреде. У укупној расподели, по осам одсто заузимају садржаји који су тематски везани за односе Србије и света, затим спорт¹⁶ и временска прогноза. Свака емисија *Новости дана* имала је макар један извештај о догађајима из културе, што чини шест одсто свих тема, односно 30 новинарских прилога. Остале теме заузеле су по три одсто (Косово, здравство, медији, прошлост). Образовању је намењено свега 12 прилога, а 10 криминалу. У анализираним периоду најмањи је број идентификованих прилога који се односе на црну хронику и друге социјалне теме.

Мигрантска криза, то јест кретање и збрињавање избеглих лица, питања политичке стабилности у региону и однос земаља чланица ЕУ према овим проблемима најчешће су третиране теме у посматраном периоду. Неке теме јасно су наметнуте од стране власти (одозго) као што су најаве догађаја и активностима политичких лидера, у форми протоколарних вести. С друге стране,

16) Спорту није посвећено много времена, што је разумљиво с обзиром на чињеницу да се специјализована емисија о спорту емитује непосредно после централне информативне емисије.

овакве теме су имале другачији медијски третман на радију и телевизији. Радијски новинари су, кад год је то било могуће, консултовали и независне стручњаке, како би такви прилози били што је могуће мање пристрасни и релевантни за ширу јавност (Тако је повод за прилог од 12. марта изјава Александра Вучића да је март месец подела у Србији. Међутим, у анализи прилога, кроз изјаве стручњака, пакет је на крају добио облик „критике власти“, јер извори говоре о томе како је друштву потребно више слободе да би се поделе превазишле).

Индикативан је податак да се у *Новостима дана* веома коректно извештавало о ноћном рушењу у Савамали и протестима у Радио телевизији Војводине. Овај пример је посебно наглашен из разлога што је РТС прећуткивао ове догађаје и објављивао само реакције власти на протесте. Намеће се питање да ли радио као део јавног сервиса а у сенци телевизије као најкоришћенијег средства политичког комуницирања, односно медија са највећим утицајем и најбројнијом публиком, постаје „острво“ новинарске слободе и избалансираниог новинарског приступа.

2.2. Емисија *Новости дана* – субјекти

Субјекти у прилозима емисије *Новости дана* у анализираном периоду, најчешће су били страни, што је и очекивано будући да је највише вести било посвећено темама из света и региона. Следе представници српске извршне власти. Ови подаци указују да се чланови редакције ”емисије типа дневник” махом баве обрадом вести из света, али и ослањају претежно на ове изворе информација у чијем је интересу политичка промоција посредством свакодневних радних активности. Овакав новинарски приступ могао би се описати као релативно неангажован и у складу је са улогом новинара у тзв. медијализованој политици.

Представници опозиционих партија појављују се у осам одсто прилога, троструко мање од представника владајуће коалиције. Ипак, не треба занемарити чињеницу да су владајуће партије ово компензовале кроз горепоменуте радне активности.

Стручњаци и аналитичари чули су се у етру 60 пута. Субјекти који представљају информативне институције били су представљени 42 пута. Под тим подразумевамо најчешће медије који преносе одређене вести, новинске агенције, али и саме новинаре који доносе информације са терена. По пет одсто међу субјектима су државна администрација и економски приватни сектор. Културне институције и уметници су регистровани 25

пута, затим спортске институције и спортисти, удружења грађана, грађани - сведоци појединих догађаја. Слично томе, обични грађани и ђаци се појављују као субјекти готово искључиво као учесници у догађајима о којима се извештава или сведоци.

Мали удео припада субјектима независних институција, покрајинских и локалних, као и здравствених институција. У анализираним емисијама евидентирано је између шест и девет представника судске власти, затим полиције и војске, косовских субјеката, представника јавног сектора, образовних, научних и верских институција. Припадници осетљивих друштвених група готово да нису уопште заступљени у овој централној информативној радијској емисији на јавном сервису. Реч је, пре свих, о представницима националних мањина, пензионерима, ЛГБТ популацији, незапосленим и друго. Илустративан је и податак да је у готово 60 одсто случајева субјекат био мушкарац, док жене заузимају свега једну четвртину медијског простора. Из наведених података може се закључити да су жене ретко субјекти новинарских прилога, отуд велики родни дисбаланс. Дакле, на делу немамо разноврсност друштвених субјеката.

Табела 1. Удео субјеката у емисији *Новости дана*, РБГ1

СУБЈЕКТИ	ПРОЦЕНТИ
Страни међународни субјекти	21%
Представници извршне власти	14%
Опозиционе партије (органи странке, посланици)	8%
Стручњаци	8%
Информативне институције	6%
Грађани	6%
Економски субјекти из приватног сектора	5%
Остали субјекти	32%
УКУПНО	100%

2.3. Емисија *Новости дана* - Актер/објекат (предмет става и вредновање)

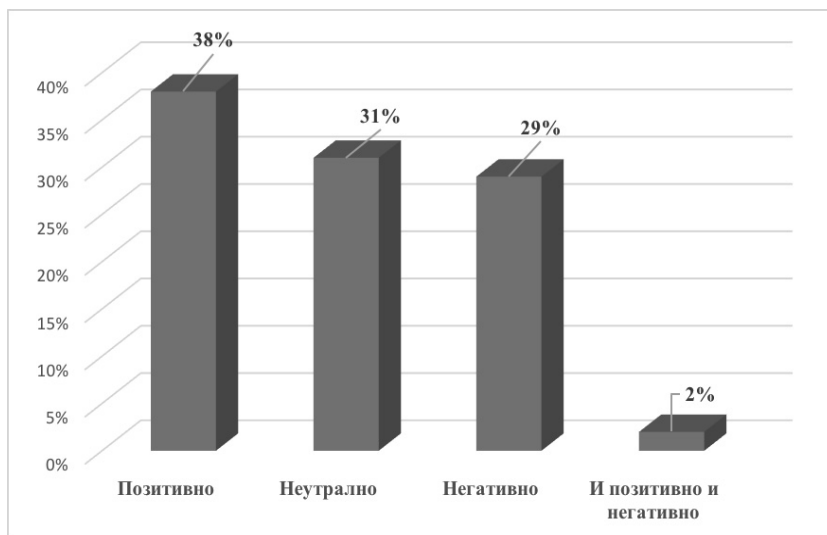
Заступљеност објеката у прилозима *Новости дана* готово је идентична заступљености субјеката. У петини случајева објекат

је страни или међународни актер- Следе представници извршне власти Србије о којима се говорило (13 одсто). О осталима се говори неупоредиво мање. О опозиционим партијама било је речи у четири одсто случајева, а владајуће су заузеле један проценат мање. Исто толико је и представника културних и спортских институција.

Покрајинске и локалне институције, затим косовски субјекти јавили су се по 2 одсто, а економски јавни сектор је још мање у функцији актера. У готово занемарљивом проценту као предмет става субјекта јавља се законодавна и судска власт, државна администрација, економски приватни сектор. Такође, медији, верске институције, грађани као сведоци догађаја, и на крају ђаци били су предмет прилога у по један одсто случајева.

Током анализе прилога емисије *Новости дана*, примећено је да је највише објеката вредновано позитивно. Став субјекта према објекту је свега тринаест пута оцењен „и позитивно и негативно“. Најчешће исказиван позитиван став субјекта према објекту резултат је личног хвалоспева, односно вредновања сопствених учинака или активности. Будући да је мониторингом обухваћена и изборна кампања, сасвим је разумљив висок проценат негативног вредновања, махом базираног на ставу субјекта према политичким опонентима или активностима владајуће странке.

Графикон 1. Вредновање актера-објекта у прилозима *Новости дана*, РБГ1



2.4. Новонарски приступ обради теме

Иако резултати квантитативне анализе показују да су у употреби махом једноставне форме новинарског изражавања, без темељнијег аналитичког приступа, уредници централне информативне емисије веома често продубљују дневне и протоколарне догађаје. Примера ради, код вести које се односе на посету домаћих званичника иностранству, новинари не преносе сувопарну најаву која долази из неког кабинета већ слушаоцима нуде и проширене информације анализирајући значај саме посете. С друге стране, највише емитованих прилога за повод има промотивне или тзв. псеудодогађаје, што указује на недовољну новинарску агилност. Реч је последици својеврсне симбиозе новинарства и политике и ослањању новинара на лако доступне информације које им сервирају ПР тимови политичара. Разлог би се можда могао потражити и у недовољном или лошем образовању за новинарску професију, што потврђују нека претходна истраживања¹⁷.

Када је реч о новинарском приступу обради теме, приметан је и готово потцењујући однос према слушачким капацитетима. Наиме, и поред више тонских инсерата исте личности, садржај звучних записа се препричава и у везивним текстовима. Понекад, слушаоци *Новости дана* могу чути поједине државне званичнике како износе мишљење о више тема и тада њихове изјаве буду неизоставно у неколико прилога истог дана. Тако, на пример, у издању емисије од 21. јуна чак три пута је могуће чути премијера - поводом посете ММФ-а Београду, о сусрету са председницом Хрватске и најављене посете Швајцарској. Ипак, анализа, у целини, показује да ова информативна емисија не обилује промотивним садржајима у којима се отворено фаворизује одређена странка или политичар.

Квалитет прилога углавном зависи од активности самог новинара. После неколико месеци мониторинга, без много одступања може се претпоставити који ће новинар какав прилог да креира. Ово је вероватно последица радне рутине новинара и његове сопствене представе о томе шта је вредно да постане вест, али и преовлађујуће слике света у редакцији.

17) Сњежана Миливојевић и други, *Професија на раскршћу- новинарство на прагу информационог друштва*, Центар за медије и медијска истраживања ФПН, Београд, 2011/2012, доступно на: <http://centarzamedije.fpn.bg.ac.rs/content-files/Novinarstvo%20na%20pragu%20informativnog%20drustva.pdf>, посећено: 1. октобра 2016. године.

2.5. Емисија Таласање – теме, актери и приступ водитеља

Емисија *Таласање* бави се релевантним питањима од ширег друштвеног значаја.¹⁸ Иако релативно узак фокус емисије – политичка дешавања у земљи и иностранству – у значајној мери сужава могућност избора субјеката, њихов плурализам идентификован у *Таласању* је на значајно нижем нивоу од очекиваног. Међу субјектима су, наиме, идентификовани само представници медија/новинари, стручњаци и представници политичких партија. Чини се да је управо у вези са овим и повремени изостанак свеобухватности приступа теми, то јест захватање његових појединих аспеката, али и дебатног карактера емисије. Наиме, и поред јасне интенције водитеља да емисију учини дебатном у пуном смислу речи, *Таласању* неретко недостаје дабатни карактер.

Однос водитеља према учесницима разговора је неутралан и равноправан. Водитељ је ангажован и углавном поставља питања која траже разјашњења.

Упркос горенаведеним недостацима, *Таласање* даје допринос у остваривању одређених улога Радио Београда као јавног сервиса. Пре свега, ова емисија доприноси бољој информисаности слушалаца о збивањима из света политике. Уз ово, *Таласање* отвара одређене теме и доприноси развоју критичког односа слушалаца према односима у друштву. Коначно, ова емисија недвосмислено представља арену политичког надметања.

2.6. Емисија Седмица – теме, актери и приступ водитеља

Резултати анализе *Седмице* показују да је реч о емисији која се бави релевантним унутрашњеполитичким и спољнополитичким темама, као и интерпретацијом политичког од стране појединаца ангажованих у другим областима друштвеног живота. Реч је о темама од општег значаја.¹⁹

18) Теме у анализираном узорку биле су погибија српских дипломата у Либији, финансирање медија у Србији, избори у Војводини, референдум о изласку Велике Британије из ЕУ, политички односи у региону) али и социјалним питањима од значаја за конкретне циљне групе. Потоње је могуће идентификовати у специјалу емисије под називом *Таласање – Земља чуда*. Кључна улога у емисији припада водитељу који у првом делу емисије интерпретира конкретне вести из земље на конкретну социјалну тему а у другом одређену тему од ширег друштвеног значаја. Сваки од делова представља колаж звучних записа (преузетих са локалних медија и као такви су најављени) а после сваког од записа следи саркастичан коментар водитеља. У основи би се могло говорити о форми критичког, саркастичног радио *stand-up* монолога.

19) Тако се у анализираном узорку говорило о рехабилитацији генерала Милана Недића, односима светских и регионалних сила у јеку рата у Сирији и енергетској безбедности, изборном кампањом у САД, постављању ракетног штита НАТО у Румунији и референдуму о изласку Британије из Европске Уније.

Седмицу, као ни *Таласање*, не карактерише разноврсност гласова. Листа учесника у разговору је веома оскудна и своди се на два типа саговорника – новинаре и стручњаке. У једном издању емисије гост је био уметник.²⁰

Садржај разговора водитеља са учесницима је темељан. Приступ темама је свеобухватан. Обрађују се кључни аспекти проблема и траже се решења за њих. Водитељ је добро припремљен за разговор, поставља питања која траже разјашњање и утврђивање одговорности. Водитељ је ангажован и према саговорницима углавном непристрасан.

Седмица, дакле, доприноси да Радио Београд остварује улогу јавног сервиса превасходно у смислу посматрача и испитивача збивања, али и као информатора о политичким збивањима, при чему је приступ одабраним питањима свеобухватнији од оног који налазимо у другим информативним емисијама. Ова емисија, ипак, не пружа шансе разноврсним друштвеним субјектима да комуницирају и да искажу свој став о политичким питањима.

2.7. Емисија У средишту пажње – теме, актери и приступ водитеља

Теме у емисији *У средишту пажње* су релевантне. Оне су најчешће од општег значаја²¹, али у исто време и од посебног интереса за одређене циљне групе.²² Одређене теме од значаја су за уже групе слушалаца.²³ *У средишту пажње* се бави конкретним

20) О разумевању дневне политике и политике уопште у једном издању емисије говори глумац Љубомир Бандовић.

21) Реч је о темама попут предлога закона којим се дозвољава промет генетски модификоване хране на тржишту у Србији и последицама овакве одлуке; Зашто мали број људи у Србији осигурава имовину; Превенција малигних болести (Ко може да се тестира на апарату који открива наследне предиспозиције и мутације гена за појаву канцера дојке и јајника; Колики је значај превентивних прегледа за очување здравља и заустављање болести у почетној фази); Како побољшати безбедност у саобраћају (Улога медија у друштву - Ко промовише авантуризам на друштвеним мрежама; Како се санкционише екстремно понашање приказано на интернету); Како сачувати старе занате; Како да сачувамо ментално здравље; Оставинске расправе прелазе у надлежност јавних бележника. Шта то значи за грађане; Стомачни проблеми, болести желуца и дебелог црева.

22) Тако је, на пример, емисија посвећена анализи Предлога закона којим се дозвољава промет генетски модификоване хране на тржишту у Србији од посебног значаја за пољопривредне произвођаче.

23) Реч је, на пример, о родитељима чија су деца лишена њиховог старања и старатељима такве деце (поводом проблема Занемаривање деце у породици и лишавања родитеља родитељског права), затим родитеље са малом децом (поводом издања емисије посвећеном проблему Одсуства родитеља са посла ради неговања деце) или ИТ стручњаке (Зашто је у Србији много непопуњених радних места и ИТ сектору).

проблемима грађана са којима се ови суочавају у свакодневном животу и тражењем решења за њих. Теме су разноврсне.

Иако се одабир субјеката у *У средишту пажње* чини задовољавајућим у вези са конкретним темама, значајан број друштвених субјеката није видљив. Међу доминантним субјектима су стручњаци. Знатно ређи гости у емисији су представници институција социјалне заштите, удружења грађана и републичке власти, али и као такви су знатно видљивији од спортских институција, верских заједница, медија, економских субјеката, представника мањинских заједница и страних субјеката. Међу субјектима преовлађују мушкарци. Власти и политичке партије су актери друштвеног живота који су од учесника у разговору представљени знатно негативније од осталих актера. Они су, у исто време, и актери који су и позитивно представљени мада у мањој мери него када је реч о поменутом супротном вредносном контексту.

Садржај разговора водитеља са учесницима је темељан. Обрађују се кључни аспекти проблема и траже се решења за њих. Водитељ је неутралан према учесницима у разговору, поставља питања која траже разјашњење или, у мањој мери, утврђивање одговорности (што у основи зависи и од одабира теме за разговор). На основу понашања водитеља разговор би могао бити оцењен као конструктиван, ангажован, који у суштини није конфротирајући нити провокативан. Водитељи у основи доприносе садржајности (информативности и експланаторном карактеру) разговора у најзначајној мери. Обавештени су о теми. Њихова питања су у суштини сувисла, непретенциозна и честа.

У средишту пажње доприноси остваривању Радио Београда у улогама јавног сервиса. Овом емисијом доприноси се да се јавност информише о друштвеним и политичким збивањима али и да се едукује и на тај начин формира социјална и политичка знања као претпоставке укључивања људи у друштвене и политичке процесе. Поред овог *У средишту пажње* отварају се различите теме и покрећу јавне расправе о значајним питањима. *У Средишту пажње* служи као посматрач и процењивач друштвених и политичких збивања. Ова емисија доприноси остваривању Радио Београда као канала представљања различитих друштвених и политичких субјеката мада би комуникација могла бити фокусирана на већи број ових субјеката.

*

* *

Иако тумачење резултата анализе садржаја централне информативне и најзначајнијих дебатних емисија Радио Београда захтева знатно шири простор од оног предвиђеног обимом овог рада, аутори сматрају корисним да се и у оваквој форми укаже на основне налазе истраживања. Они (налази) указују на то да Радио Београд у основи задовољава нормативне улоге јавног сервиса – информише јавност о друштвеним и политичким збивањима, отвара различите теме и покреће јавну расправу о значајним друштвеним питањима, обавља улогу испитивача и процењивача збивања. Но, налаз је и да Радио Београд не функционише у потпуности као канал представљања различитих друштвених и политичких субјеката, то јест као информатор јавности о различитим друштвеним актерима. Ово се чини важним не само из угла информативне функције јавног сервиса него нарочито важним из његове улоге у процесу политичке едукације као претпоставке учешћа грађана у друштвеним и политичким процесима. Који елемент радне рутине новинара доприноси овоме у највећој мери питање је на које одговор треба тражити у наредним истраживањима.

ЛИТЕРАТУРА

- Баћевић, Ј. Љиљана, *In Media Res: Ефекти медија*, Институт друштвених наука, Београд, 2004.
- Јевтовић, Зоран, Вулић, Татјана и Петковић, Велибор, „Верски радио и перспективе развоја у Србији“, у Вељановски, Р. (ур.) *Радиодифузија у Србији – садашњост и будућност*, Факултет политичких наука и Чигоја штампа, Београд, 2012, стр. 69- 85.
- Лоу, П. Ерик, *Медији и политички процес*, Факултет политичких наука, Београд, 2013.
- Матић, Јованка, *Сервис грађана или сервис власти: Плурализам мишљења у информативном програму јавног ТВ сервиса у Србији*, ИП Дobar наслов, Београд, 2014.
- Матић, Јованка, *Телевизија против бирача*, ИП Дobar наслов, Београд, 2007.
- Миливојевић, Сњежана, Радојковић, Мирољуб, Милојевић, Ана, Угринић, Александра, Крстић, Александра, и Матовић, Маријана,

Професија на раскрићу – новинарство на прагу информационог друштва, Центар за медије и медијска истраживања, Факултет политичких наука, Београд, 2012. Доступно на: <http://centarzamedije.fpn.bg.ac.rs/content-files/Izvestaj%20Publikacija%20-%20Profesija%20na%20raskrsu%202012.pdf>

- Миливојевић, Снежана, Радојковић, Мирољуб, Раковић Маја, Милојевић, Ана, Угринић, Александра, и Матовић, Маријана, *Професија на раскрићу – новинарство на прагу информационог друштва*, Центар за медије и медијска истраживања, Факултет политичких наука, Београд, 2011. Доступно на: <http://centarzamedije.fpn.bg.ac.rs/content-files/Novinarstvo%20na%20pragu%20informacionog%20drustva.pdf>
- Милојевић, Ана и Угринић, Александра, „Перспектива локалних комерцијалних радио станица у Србији“, у Вељановски, Раде (ур.), *Радио-дифузија у Србији – садашњост и будућност*, Факултет политичких наука и Чигоја штампа, Београд, 2012, стр. 103-124.
- Славујевић, Зоран Ђ., *Политичко комуницирање, политичка пропаганда, политички маркетинг*, Београд, 2009.
- Угринић, Александра и Атлагић, Синиша, „Етички и професионални аспекти извештавања на радију у Србији“, у Вељановски, Раде (ур.), *Индикатори професионалног/непрофесионалног понашања новинара и медија. Могућности за побољшање стања*, Службени гласник, Београд, 2015, стр. 39-55.
- Graber, Doris, „Political Communication Faces the 21st Century“, *Journal of Communication*, International Communication Association, 2005.
- Kent, Asp, *The Study of Long-Term Effects: The Updating Function of Mass Media*, Seattle, 1985.

Sinisa Atlagic, Aleksandra Ugrinic

*THE RADIO BELGRADE INFORMATION CONTENT –
ON MEDIA POLICY IN MEDIATED POLITICS*

Resume

The paper, which was created as a result of a larger study on the functioning of the national and provincial public media service in Serbia during the first six months of 2016, the authors explore how Radio Belgrade realizes this role. The analytical approach applied in the research

relies on the theoretical tradition of cultural studies according to which the media are the institutions of representation and construction of reality rather than its simple reflection. Combined quantitative-qualitative content analysis is applied. The focus of the research is on the central information programme and the most important debates in which current social and political issues in the country and abroad have been treated. Research findings indicate that Radio Belgrade meets most of the normative roles of the public service, but not the criterion of content diversity in terms of a channel representing different social and political actors.

Key words: public media service, mediatization of politics, media policy, Radio Belgrade.

* Овај рад је примљен 14. 11. 2016. године, а прихваћен за штампу на састанку Редакције 25. 11. 2016. године.