

*Дубравка Валић Недељковић**

Филозофски факултет, Универзитет у Новом Саду

Стефан Јањић

Филозофски факултет, Универзитет у Новом Саду

ДИСКУРСНЕ СТРАТЕГИЈЕ ИЗВЕШТАВАЊА О ИЗБОРУ ЧЛАНОВА ЗА НАЦИОНАЛНЕ САВЕТЕ МАЊИНА У СРБИЈИ: ИЗБОРНИ ЦИКЛУСИ 2014. И 2018.

Сажетак

Предмет овог истраживања је квалитет извештавања о изборима за националне савете националних мањина, како у медијима на мањинским језицима, тако и у медијима на српском језику. Новосадска новинарска школа је у оквиру опсежних мониторинга пратила медијско извештавање о овој теми у претходна два изборна циклуса (2014. и 2018), што отвара простор да се на једном месту сагледају и деконструирају уочени трендови, приступи и дискурсне стратегије. Истраживање је спроведено на основу критичке анализе текстова и прилога објављених уочи избора 2014. и 2018. године, као и на основу дубинских интервјуа са шесторо медијских професионалаца из мањинских заједница. Резултати истраживања показују да се извештавање о изборима за националне савете одликује пасивношћу, неинформативношћу, бирократизацијом и поједностављивањем, а како би се предуслови за извештавање о овој теми побољшали до наредних избора, 2022. године,

* Електронска адреса ауторке: dnvalic@gmail.com

потребно је подићи ниво проактивности, едуковати новинаре и обезбедити механизме којима би били спречени политички утицаји и утицаји националних савета на извештавање медија о предизборној кампањи.

Кључне речи: избори, национални савети, националне мањине, медијски дискурс, дискурсне стратегије

1. УВОД

Избори за националне савете националних мањина (НСНМ) поседују низ карактеристика по којима подсећају на републичке, покрајинске и локалне изборе, али и низ особина по којима се од њих разликују. Разлике пре свега проистичу из законом одређеног оквира деловања НСНМ, који према члану 1 *Закона о националним саветима националних мањина* (2009) представљају организације којима су поверена одређена јавна овлашћења о појединим питањима „из области културе, образовања, обавештавања и службене употребе језика и писма, у циљу остваривања колективних права националне мањине на самоуправу у тим областима”.¹ У поређењу са републичким или покрајинским изборима, избори за НСНМ имају знатно мањи потенцијални број гласача, који бирају чланове тела са знатно мањим овлашћењима од оних које имају републичка или покрајинска скупштина. Самим тим се може очекивати да се за кампање које претходе изборима издваја и далеко мање финансијских средстава, али и да је медијска пажња усмерена на кампање скромнија.

Предизборна кампања поставља сет мање или више релевантних тема на медијску агенду, при чему у случају избора за НСНМ веома често долази до тематског исклизивања из делокруга надлежности самих НСНМ. Таква исклизивања могу се сматрати делимично оправданим, јер је тешко расправљати о питањима из области културе, образовања, информисања и употребе језика без освртања на шири друштвено-политички контекст. Са друге стране, померање фокуса може довести

1) Закон о националним саветима националних мањина, *Службени гласник РС*, бр. 72/2009, 55/2014 и 47/2018.

гласаче у заблуду да НСНМ имају далеко већи степен овлашћења од оног који им је законом приписан.

У години када су одржани први непосредни избори за НСНМ Жолт и Ристић спровели су истраживање о перцепцији улоге НСНМ међу припадницима националних мањина из АП Војводине.² На основу тадашњих резултата могло се закључити да одговори четвртине испитаника оправдавају горенаведену зебњу о погрешно, тј. прешироко схваћеним надлежностима савета, будући да је 3,2% испитаника одговорило да би најважнији задатак њиховог националног савета требало да буде „политичко представљање”, а још 21,8% „брига о економском положају”. Остале опције биле су заступљене у распону од 4,3% до 28%: „чување традиције и обичаја” (28%), очување идентитета (24,9%), јачање веза националне заједнице са матичном државом (10,7%), обезбеђивање образовања на матерњем језику (7,1%), те информисање и службена употреба матерњег језика (4,3%). Осам година касније, у Србији је регистрован 22 национални савет – уз Савез јеврејских општина Србије, то су савети албанске, ашкалијске, бошњачке, бугарске, буњевачке, влашке, грчке, египатске, мађарске, македонске, немачке, пољске, ромске, румунске, русинске, словачке, словеначке, украјинске, хрватске, црногорске и чешке националне мањине. Овакав списак између осталог указује и на то да је „демократизација друштва условила процес афирмације националног идентитета и ревивализма код етничких заједница које су биле непризнате или чији статус није био дефинисан (Ашкалије, Цинцари, Египћани, Власи) и признавање њихових етничких и културних права“.³

Каква је данас медијска понуда садржаја на језицима мањина у Србији? Уколико се задржимо на нивоу јавних сервиса, који се посредно (кроз буџет) и непосредно (путем таксе) финансирају средствима грађана, могуће је увидети две потпуно различите праксе. С једне стране, Радио-телевизија Војводине емитује програм на 16 језика, што је у начелу

2) Лазар Жолт, Душан Ристић, „Значај националних савета и активизам припадника националних мањина у Аутономној Покрајини Војводини”, *Социолошки преглед*, Српско социолошко друштво, Београд, 2010, vol. 44, бр. 4.

3) Нада Радушки, „Социодемографске и етнокултурне одлике националних мањина у Србији”, *Социолошки преглед*, Српско социолошко друштво, Београд, 2010, год. XLIV, бр. 2, стр. 261.

позитивна пракса, али се, услед ограничених временских ресурса, не може остварити у свом пуном капацитету. Тако се, примера ради, програм на немачком своди на једну полчасовну емисију недељно, а слично је и са програмом на другим језицима са малим бројем говорника. Са друге стране, Радио-телевизија Србије готово у потпуности игнорише своју законску обавезу да производи програм на језицима мањина. Заштитник грађана је у посебном извештају о извештавању на језицима мањина скренуо пажњу на то да РТС „није унапредио програм и обезбедио нове медијске садржаје на језицима мањина, посебно за мањине које претежно живе на територији централне Србије”.⁴ Осим програма на ромском језику, РТС ни данас не производи садржаје на језицима мањина, нити тај проблем надомешћује куповином садржаја независних продукција.

Веома је важно успоставити систем информисања који би истовремено омогућио мањинама да покрећу и уређују медије на свом језику, али и да буду заступљени у медијима на језику већине, јер „медијска аутономија без партиципације у мејнстрим медијима води изолацији и повећању етничке дистанце између група, а партиципација у већинским медијима, без одређеног степена медијске аутономије, има назнаке асимилације”.⁵

Извештавање о националним мањинама је у мејнстрим медијима на српском језику веома површно, спорадично, а неретко и дискриминаторно, показује тромесечни мониторинг Новосадске новинарске школе из 2018. године, којим је установљено да су се припадници националних мањина у девет посматраних медија појавили као субјекти само 61 пут.⁶ О дискриминаторном извештавању о мањинама сведочи и истраживање Кристине Малешевић.⁷ Она је на примерима

4) Заштитник грађана, *Посебан извештај о информисању на језицима мањина након приватизације медија*, Заштитник грађана, Београд, 2016, стр. 8.

5) Ервин Хоџић, Тарик Јусић, *Мањине и медији у Југоисточној Европи: Међународни стандарди и локалне праксе*, Mediacentar Sarajevo, Сарајево, 2010, стр. 24-25.

6) Дубравка Валић Недељковић, Милица Јањатовић, *Медијска слика осетљивих група*, Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018, стр. 39.

7) Кристина Малешевић, „(Не)одговорност новинара у извештавању о осетљивим друштвеним групама у штампаним медијима”, *СМ – Часопис за комуникацију и медије*, Факултет политичких наука, Београд, 2018, vol. 13, бр. 42.

текстова из црне хронике закључила да припадници мањина нису представљени негативно само у таблоидној и полутаблоидној штампи, већ и у озбиљној, а када се нађу у улози осумњиченог за кривично дело представљени су на основу етничитета, као склони криминалу и насиљу. Валери Алиа и Симон Бул, бавећи се дискурсом британских медија, уочавају бинарни систем репрезентације мањина у медијима већине: „С једне стране, они су романтизовани, а са друге стране криминализовани. Овакви портрети производ су вишевековних притисака, погрешних представа, неразумевања и филозофске дебате”.⁸ Ове ауторке закључују и да „постоји неизречена хијерархија мањина, често повезана са дужином присутности конкретне мањине на територији домаћина”, али се овај критеријум не може прихватити као сасвим релевантан у случају Србије, будући да је такозвана „неизречена хијерархија” пре условљена бројношћу мањине него дужином присутности на територији која данас припада Србији.

Напослетку, уколико се осврнемо на медије на језицима мањина, увидећемо да је њихов број након последњег круга приватизације (2015) значајно смањен. Мањински медији у приватном власништву имају крајње ограничене економске потенцијале, док они медији чији су оснивачи НСНМ имају проблем са независношћу уређивачке политике. Жужана Серенчеш сматра да је пред националним саветима одговорност „да чвршће заштите и осигурају спровођење начела независности информисања”.⁹ Овом проблему посвећен је и један сегмент радне верзије Медијске стратегије, којим се предвиђа неколико значајних измена. Уколико оне буду усвојене,¹⁰ главни и одговорни уредници медија неће моћи да буду именовани нити разрешени без сагласности запослених у редакцији, а предвиђене су и друге мере за сузбијање спољних притисака.¹¹

8) Valerie Alia, Simone Bull, *Media and Ethnic Minorities*, Edinburgh University Press, Edinburgh, 2005, стр. 3.

9) Жужана Серенчеш, „Национални савети националних мањина и обавештавање”, у зборнику: *Надлежности националних савета националних мањина*, ОЕБС, Београд, 2011, стр 75.

10) Имати у виду да је овај рад завршен и предат у фебруару 2019. године.

11) Група аутора, *Радна верзија Стратегије развоја система јавног информисања у Републици Србији*, Internet, <https://www.srbija.gov.rs/specijal/362240>, 18/02/2019.

2. ЦИЉ И МЕТОД ИСТРАЖИВАЊА

Циљ овог истраживања да се уоче и деконструишу трендови, приступи и дискурсне стратегије у медијском извештавању о изборима за НСНМ.

Избори за НСНМ представљају прилику да се у посебним околностима, за време кампање, сагледа не само интегритет мањинских медија, већ и заинтересованост медија на језику већине да извештавају о овом важном питању, које се – према подацима последњег пописа становништва (2011) – тиче више од 800.000 грађана Србије. Управо се овим задатком Новосадска новинарска школа бави већ годинама, још од првих непосредних избора за НСНМ, с тим да су целовити мониторинзи базирани на квантитативно-квалитативној анализи медијског дискурса спроведени у претходна два изборна циклуса. Године 2014. спроведено је истраживање које је обухватило медијске садржаје на десет језика.¹² Године 2018. анализирано је пет мањинских штампаних медија,¹³ садржаји јавних сервиса и других медија на језику већине.

За ово истраживање коришћене су две методе:

1. критичком анализом дискурса размотрени су налази два циклуса мониторинга, из 2014. и 2018. године, са намером да се сагледају дискурсне стратегије за којима медији посежу при извештавању о изборима за НСНМ. Критичку анализу дискурса овде разумемо као интердисциплинарни метод који „изучава како се злоупотребљава моћ у друштву, као и како се успостављају доминација и неједнакост кроз текст и дискурс доминантне групе”,¹⁴ док су дискурсне стратегије начини обликовања наратива чији је циљ

12) Анализирани су садржаји на албанском (РТВ Бујановац, РТВ Спектри, Titulli.com, Вијаноси.net), бошњачком (Регионална ТВ, ТВ Санџак, ТВ Тутин, Радио 100 плус, *Полимље*, *Санџак данас*, Sandzakavaz.rs, Sandzacke.rs, Sandzakhaber.net и Sandzakpress.net), буњевачком (Радио Суботица, Радио Нови Сад), хрватском (РТВ, Радио Нови Сад, *Хрватска ријеч*), мађарском (*Хит неп*, Радио Нови Сад, Радио Суботица, РТВ, *Јавни послови*), ромском (Радио Београд, РТВ, *Декада*), румунском (РТВ, ТВ Бор, *Либертатеа*), русинском (*Руске слово*, РТВ), словачком (*Хлас људу*, РТВ) и српском језику.

13) *Мађарско*, *Хрватска ријеч*, *Хлас људу*, *Либертатеа* и *Руске слово*.

14) Teun van Dijk, *Discourse and power*, Palgrave, Basingstoke, 2008, стр. 85.

имплицитно сугерисање вредности и ставова.¹⁵ Питањима језичке употребе у контексту (зло)употребе моћи протеклих деценија бавио се велики број аутора, у првом реду Теун ван Дејк,¹⁶ Роџер Фаулер¹⁷ и Џеф Фершуерен,¹⁸ а на нашим просторима Свенка Савић.¹⁹

2. спроведено је шест дубинских интервјуа²⁰ посвећених извештавању мањинских медија о изборима за НСНМ, и то са медијским професионалцима из русинске, румунске (RO), словачке (SK1, SK2), мађарске (HU) и хрватске (HR) заједнице. Реч је о структурисаним интервјуима који су спроведени током децембра 2018. године, а чији ће елементи у овом раду бити представљени под наведеним шифрама, без навођења идентитета.²¹

3. АНАЛИЗА

Анализом узоркованог корпуса уочено је десет основних карактеристика извештавања медија на језицима националних мањина и српском језику о изборима за чланове НСНМ 2014. и 2018. године, а оне су (1) искључивање, (2) неинформативност, (3) бирократизација, (4) поједностављивање, (5) навика испуњавања обавеза, (6) неразумевање контекста избора и подлегање притисцима, (7) парадни патриотизам, (8) пресликавање модела праћења кампања за избор за чланове националног парламента, покрајинске и локалних скупштина, (9) сензационализам и (10) „копи пејст” новинарство.

15) Према Ван Дејку (нав. дело), групе које имају моћ у друштву имају и прилику да своје вредности и веровања репродукују, легитимишу и представе их као вредности читавог друштва или природно стање ствари.

16) Teun van Dijk, *The interdisciplinary study of news as discourse*, Routledge, London, 1994.

17) Roger Fowler, *Language in the news: Discourse and ideology in the press*, Routledge, London, 1991.

18) Jef Verschueren, *Ideology in Language Use*, Cambridge University Press, Cambridge, 2013.

19) Свенка Савић, *Дискурс анализа*, Филозофски факултет, Нови Сад, 1993.

20) Интервјуи се у целини чувају у архиви Новосадске новинарске школе и доступни су на захтев, без откривања идентитета интервјуисаних саговорника.

21) Од овог принципа начињено је једно одступање, у случају Бориса Варге, директора магазина *Руске слово*, који је захтевао да буде потписан.

3.1. Искључивање

Дискурсна стратегија искључивања теме најприсутнија је у посматраним периодима била на јавним сервисима. У Дневнику РТВ-а су у посматраном периоду 2014. године емитована само три прилога посвећена изборима НСНМ,²² а 2018. године седам (Јововић 2018). Када је реч о РТС-у, 2014. године забележена су тек два прилога, а 2018. шест.

Информативни магазин *Палета* на РТВ који се емитује на језицима националних мањина и титлује на српски језик, а експлицитни циљ му је неговање мултикултуралности, у посматраном периоду 2018. није објавио ниједан прилог о изборима за чланове националних савета. Податак да таблоид *Информер* у истом периоду није објавио, такође, ниједну вест о изборном циклусу за НСНМ нема ни изблиза тежину коју носи налаз о јавним сервисима, јер се пред комерцијалне штампане медије не поставља таква врста очекивања.

Искључивање се у медијима на језицима мањина манифестује и кроз фаворизовање једне листе у односу на остале. Од укупно анализирана 142 текста у *Мађарсоу* 2018. године, у 66 је парафразиран или директно цитиран члан Савеза војвођанских Мађара као кандидат или кандидаткиња на изборима, или се само истиче да је особа присутна на неком догађају. Истовремено, у само два текста у истом посматраном периоду се апострофира члан „Мађарског покрета”.²³

3.2. Неинформативност

Ова стратегија пре свега подразумева умањивање могућности да грађани путем медија сазнају релевантне информације о кандидатима за чланове НСНМ и да на основу тога процене њихове компетенције. Неинформативност

22) Стефан Јањић, „Анализа дискурса о изборима за савете националних мањина у медијима на српском језику”, у зборнику: *Избори за националне савете националних мањина 2014 – Кога су медији на језицима мањина изабрали?* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2014.

23) Емилија Станко, „Деконструкција уређивачке политике *Мађарсоа* у време предизборне кампање за изборе савета националних мањина 2018. године”, у зборнику: *Кога су медији на језицима мањина изабрали* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018.

је у посматраним циклусима била једна од доминирајућих стратегија јер су се медији више бавили процедурама, а знатно мање самим кандидатима.

У оба циклуса су изостали аналитички текстови о кандидатским листама и самим кандидатима, као и интервјуи, а теме у вези са предизборном кампањом најчешће су биле оне из области културе, док се о образовању и науци изузетно ретко извештавало. Последице оваквог приступа могу се одразити и на сам исход гласања:

„Сами припадници националних мањина у највећој мери не знају које су надлежности националних савета и због чега су значајни, као и то шта им могу омогућити и у чему бити од помоћи. Свеопшта апатија доводи до тога да се о овим темама говори мало и без разумевања.”

[изјава SK2]

Тема која је готово потпуно изостала је мешање државне политике у изборе за НСНМ. О томе су извештавали само поједини онлајн медији који се баве истраживачким новинарством, као на пример Војс (*Voice*).²⁴

3.3. Бирократизација

Бирократизација извештавања о изборима је најједноставнији начин на који се задовољава комуникативна потреба грађана за информацијама од јавног интереса када су избори у питању. Уредничка пракса је објављивање информација које поглавито односе на законска питања и материјалне чињенице које се тичу избора, односно изборних комисија. Такви текстови се свде на информације о бирачким списковима, листе кандидата, листе националних савета и протоколарне податке. Искази медијских професионалаца прикупљени путем дубинских интервјуа такође указују на недовољну проактивност медија, оличену у „недовољном ангажовању новинара, у мањку интереса за тему о којој се извештава, у неприпремљености новинара и фаворизовању других догађаја” **[изјава RO]**, односно у „недостатку

24) Борис Варга, уредник магазина „Руске слово”, такође сматра да су о теми избора за НСНМ „поједини независни војвођански медији и портали, попут *Аутономије* и *VOICE* извештавали далеко аналитичније и комплексније” од појединих мањинских медија.

професионалности у [мањинским] медијима, лежерности, синдрому 'државног посла'" [изјава SK1].

3.4. Поједностављивање

Свођење информација о изборима на саопштења представља веома честу праксу приликом извештавања о изборима за НСНМ. Медији са таквом уређивачком политиком не показују никакву иницијативу нити одговорност према грађанима, јер само преносе ставове доносилаца одлука. Истовремено, такав вид извештавања је најједноставнији, будући да не захтева било какав ангажман новинара. Дубински интервјуи показују како се мониторингом утврђени подаци могу и спонтано уочити:

„РТВ је у Дневнику на словачком језику имала блок вести на ову тему [избора за НСНМ, прим. аут.], али вести су углавном биле без новинарске иницијативе, значи на нивоу псеудодогађаја, а слично је био и у недељнику *Хлас људу*. У овим медијима нисам приметила нити једну новинарску иницијативу, аналитички прилог / чланак о листама, о начину избора, о томе зашто и да ли је потребно да грађани изађу на изборе, никакво укључење аналитичара или политиколога.” [изјава SK1]

Мониторинг из 2018. године показао је да је при извештавању о изборима *Мађарско* у укупном корпусу имао 31% саопштења, *Хрватска ријеч* 20%, а комерцијална штампа на језику већине 17%. Тако висока учестаност преношења саопштења није забележена у било којем досадашњем истраживачком корпусу Новосадске новинарске школе.²⁵

3.5. Навика испуњавања обавеза

Заједнички именитељ за целокупни анализирани корпус и на језику већине и на језицима националних мањина јесте да је извештавање о изборима за чланове националних савета 2014. и 2018. у суштини у највећој мери пример „навике испуњавања обавезе” јавног информисања, а не квалитетно информисање у служби припреме бирачког тела за непосредно учествовање

25) Сва истаживања доступна на сајту www.novinarska-skola.org.rs.

у демократији. Овај проблем примећују и интервјуисани медијски професионалци, који посебно наглашавају проблем у информисању младих гласача:

„Требало би посветити више простора томе да се грађани едукују о начину гласања. (...) Мислим да би то било посебно значајно за младе гласаче, који су ионако збуњени функционисањем самог система.” [изјава HR1]

„Није било удубљивања у материју, нити 'припреме' нових гласача који су тек стасали да гласају. Ови избори су били догађај године, али то медији на словачком језику нису препознали.” [изјава SK1]

„Узрок [оваквог извештавања, прим. аут.] је несигурност у приступ појединим темама и одсуство храбрости због ситуације у којој су медији и медијске слободе у нашој земљи. Осим тога сматрам да новинари раде тако да би задовољили форму.” [изјава SK2]

Описани концепт „задовољавања форме” онемогућава целовит увид у понуду идеја на изборима за представнике у најважнијем телу које спроводи уставом зајамчену самоуправу у четири области, а то је национални савет.

3.6. Неразумевање контекста избора и подлагање притисцима

Медији су у оба изборна циклуса показали неразумевање контекста избора доприносећи имплицитно и експлицитно партијализацији избора за чланове НСНМ. Овај проблем је имао посебне размере у кампањи за избор чланова Бошњачког националног вијећа 2018. године, померањем фокуса са самих избора на оптужбе Војислава Шешеља (СРС) изнете у Скупштини Србије на рачун Расима Љајића (СДПС), и та је тема – иако за изборе суштински ирелевантна – постала једна од најважнијих у кампањи. Са друге стране, у дневном листу *Мађарсо*, чији је оснивач Мађарски национални савет, блиско повезан са Савезом војвођанских Мађара (СВМ), уочен је изузетан ниво пристрасности у корист највеће мађарске партије у Србији.²⁶

26) Емилија Станко, „Деконструкција уређивачке политике *Мађарсоа* у време предизборне

Упитани да ли су упознати са политичким притисцима на мањинске медије за време кампање, интервјуисани медијски професионалци одговарају на различите начине. Борис Варга сматра да индиректни притисци, оличени кроз аутоцензуру, постоје:

„Медији у националним заједницама имају специфичну аутоцензуру, они су веома *фамилијарни*. Обично се у тим заједницама, посебно у малобројним каква је рецимо русинска, људи међусобно добро знају, пријатељи су, комшије, рођаци, и након страха од губитка посла, одмах је ту и кочница да се не поквари однос са окружењем.”
[изјава BV]

Остали саговорници су, пратећи медије на својим матерњим језицима, дошли до следећих закључака: да приметно „најтврђу” кампању за НС румунске националне мањине у медијима има „листа чији су кандидати уједно и чланови владајуће партије” [изјава RO], да постоје примери новинара који не само да су се кандидовали на изборима, већ су са њих и извештавали [изјава SK1], да су новинари редовно посећивали псеудодогађаје једне листе, а занемаривали другу [изјава HU], али и да није било отворених притисака, већ само позивања приликом прикупљања потписа [изјава HR].

3.7. Парадни патриотизам

Стратегија парадног патриотизма једна је од најчешће заступљених. Реч је о томе да кандидати користе сваку прилику – посебно манифестације које нису директно везане за кампању а окупљају велики број припадника мањинске заједнице – да говоре као да су на предизборном скупу. Тако, на пример, кандидаткиња листе *Мађарска слога* на Дан детета 8. октобра прича о важности очувања националног идентитета и тиме измешта овај догађај на поље кампање, што касније преноси и *Мађарсо*.²⁷ Сличан приступ идентитетским питањима уочио је и један од медијских професионалаца интервјуисаних за потребе овог истраживања:

кампање за изборе савета националних мањина 2018. године”, нав. дело.

27) Емилиа Станко, „Деконструкција уређивачке политике *Мађарсоа* у време предизборне кампање за изборе савета националних мањина 2018. године”, нав. дело.

„Национални савети су успели да узбуркају море разним аферама, афектним понашањем, лажима, манипулацијама са свешћу припадника мањина о идентитету, играњем са њиховим идентитетом и омаловажавањем оних припадника националних мањина којима није на првом месту фолклор.” [изјава SK1]

Уколико узмемо у обзир могућност утицаја НСНМ на извештавање мањинских медија у предизборној кампањи (3.6), као и на олако преписивање саопштења (3.4) и текстова других медија (3.10), јасно је да се парадни патриотизам веома лако може прелити из политичког у медијски дискурс и тиме замаглити суштину избора.

3.8. Пресликавање модела праћења кампања за избор за чланове парламента, покрајинске и локалних скупштина

Све досадашње анализе предизборних циклуса које је урадила Новосадска новинарска школа у оквиру свог истраживачког мониторинг центра (1996, 1997, 2000, 2004, 2008, 2012, 2014, 2016. и 2017), како националних тако и регионалних и локалних медија, показала су да се извештавање о предизборној кампањи ограничава на само праћење догађаја, и то најчешће фактографским жанровима. На тај начин су и медији на језицима националних мањина као и медији на српском пратили и изборе за чланове НСНМ 2014. и 2018. године.

Једном постављена пракса у медијском систему Србије тешко се мења. Креативни искораци у праћењу предизборних кампања нису уочени. Сиромаштво жанровске структуре указује на неинвентивност и недостатак жеље за променама једном утврђене праксе, односно пресликавања модела праћења националних избора у све остале изборне циклусе. На примеру извештавања о кампањи 2018. године, индикативни су следећи налази:

- У листу *Мађарсо* жанровски доминирају извештаји (37%), док остали жанрови изостају.²⁸

28) Емилија Станко, „Деконструкција уређивачке политике *Мађарсоа* у време предизборне

- У словачком листу *Хлас људу* доминирају фактографски жанрови, а ретки су примери интервјуа и коментара.²⁹
- Најдоминантнији жанрови у *Руске слово* (њузмагазин на русинском језику) су извештаји (51%). Недостају права представљања кандидата, на пример кроз интервјуе, којих је свега 5% у посматраном корпусу.³⁰
- *Хрватска ријеч* електорске изборе за чланове националног савета није препознала као догађај од изузетног значаја – пропратила их је вестима (30%) и извештајима (20%).³¹
- Штампани медији на српском језику *Данас* и *Вечерње новости* испратили су ову тему по истом моделу (84% вест, извештај и саопштење, а 14% чланак), а слични су и резултати за електронске медије.³²

Прикривено оглашавање уочено је у готово свим анализираним медијима на језицима националних заједница за изборе чланова НСНМ 2014. и 2018, што је иначе радо коришћен модел уочен у свим досадашњим предизборним кампањама у Србији које је анализирао Новосадска новинарска школа.

3.9. Сензационализам

Медији на језицима већине – како комерцијални, тако и јавни сервис – и у кампањи 2014. и у кампањи 2018. – извештавали су радије о неким конфликтима унутар мањинских

кампање за изборе савета националних мањина 2018. године”, нав. дело.

29) Мирослав Гашпар, „Извештавање недељника „Хлас људу” током предизборне кампање за изборе за националне савете националних мањина 2018. године”, у зборнику: *Кога су медији на језицима мањина изабрали* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018.

30) Мирослав Кежежди, „Резултати мониторинга русинског недељника *Руске слово* током предизборне кампање за изборе за национални савет русинске националне мањине 2018. године”, у зборнику: *Кога су медији на језицима мањина изабрали* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018.

31) Валентина Сигети, „Извештавање „Хрватске ријечи“ о изборима за Хрватско национално вијеће“, у зборнику: *Кога су медији на језицима мањина изабрали* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018.

32) Милица Јањатовић Јовановић, Милован Николић, „Извештавање медија на српском језику о изборима за националне савете националних мањина” у зборнику: *Кога су медији на језицима мањина изабрали* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018.

заједница него што су представљали кандидате у свеукупности њиховог досадашњег ангажовања на заштити културне аутономије, или у постигнућима у оквиру сопствене професије. Стратегија сензационализма подразумева да се од укупности садржаја једног догађаја или појаве односно делатности субјеката друштвене праксе за презентовање у медијима одабере само један мали, али обавезно контроверзан, често и конфликтан сегмент и да се он представи као најзначајнији. Овај приступ нарочито је интензиван за време кампање 2018. године, посебно у светлу сукоба В. Шешелја и Р. Љајића, оптужби Мађарског националног савета на рачун Мађарског покрета због наводног богохуљења и националне мржње на плакатима са натписом „Са Вама, Боже, али без тебе, пастору”, као и након сукоба симпатизера ДС-а и СНС-а унутар словачке националне заједнице.

3.10. Преписивачко (copy-paste) новинарство

Једном објављена информација у једном медију у наредном краћем периоду врло предвидљиво ће бити пренесена и у другим медијима без правог повода, а затим поново али на различите начине реинтерпретирана у истом медију, посебно ако је реч о некој контроверзи или конфликту. У последњем изборном циклусу најочитији пример је била изјава Сулејмана Угљанина³³ која је објављена у многим медијима, чак и онима који се уопште пре тога нису бавили изборима за НСНМ.

4. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Уколико узмемо у обзир да је спектар медијских садржаја на језицима мањина изузетно скроман, да РТС као републички јавни сервис не испуњава своје законом предвиђене обавезе, а да се у мејнстрим медијима, у целини посматрано, о мањинама извештава ретко и неквалитетно, да приватним мањинским медијима недостаје новац, а онима чији су оснивачи НСНМ – слобода, увидећемо да су предуслови за извештавање о

33) Сличне, неистините интерпретације Угљанинове изјаве пренели су Информер, Пинк и Српска информативна агенција СИА. Извор: Darija Stjepić, *Informer ponovo čuje neizrečeno: slučaj Sulejman Ugljanin*, Internet, <http://fakenews.rs/2018/11/13/informer-ponovo-cuje-neizrečeno-slucaj-sulejman-ugljanin/>, 21/02/2019.

изборима за НСНМ веома лоши, па у том контексту треба тумачити и налазе овог истраживања. Ти налази указују на читав низ проблема при извештавању, који се по својој природи могу разврстати на три категорије:

- интерни узроци непрофесионализма оличени су кроз низак степен новинарског ангажмана, као и кроз склоност новинара ка бирократизацији, поједностављивању и преписивачком новинарству;
- екстерни узроци непрофесионализма могу бити оличени у притисцима, како чланова актуелних сазива НСНМ, тако и политичких партија, које – упркос ограниченом степену овлашћења савета – теже да у њима остваре што јачи утицај;
- флукутирајући узроци непрофесионализма, попут парадног патриотизма и искључивања, немају конкретан извор, већ су део друштвено-политичког контекста и преливају се из једне дискурсне форме у другу.

Како би се предуслови за извештавање о овој теми побољшали до наредних избора, 2022. године, потребно је подићи ниво проактивности, едуковати новинаре, позивати на поштовање Кодекса новинара Србије, обезбедити већи диверзитет жанрова и приступа, анализирати финансијски аспект избора, приближити изборе на адекватне начине различитим старосним групама, а пре свега обезбедити механизме којима би били спречени политички утицаји и утицаји националних савета на извештавање медија о предизборној кампањи.

Напоследку, ваља подсетити на важност поштовања мањинских права један вид теста демократичности сваке заједнице и да је то увек, а посебно у време изборних циклуса за чланове НСНМ, догађај од прворазредног јавног интереса. Тек када медији кроз демократичан, етичан, непристрасан, правремен и креативан приступ буду омогућили бирачима увид у понуђене идеје и програме, њихово извештавање ће у пуном смислу бити усклађено са начелима јавног интереса.

ЛИТЕРАТУРА

- Валић Недељковић Дубравка, Јањатовић Милица, *Медијска слика осетљивих група*, Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018.
- Гашпар Мирослав, „Извештавање недељника „Хлас људу” током предизборне кампање за изборе за националне савете националних мањина 2018. године”, у зборнику: *Кога су медији на језицима мањина изабрали* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018, стр. 35–52.
- Група аутора, *Радна верзија Стратегије развоја система јавног информисања у Републици Србији*, Internet, <https://www.srbija.gov.rs/specijal/362240>, 18/02/2019.
- Жолт Лазар, Ристић Душан, „Значај националних савета и активизам припадника националних мањина у Аутономној Покрајини Војводини”, *Социолошки преглед*, Српско социолошко друштво, Београд, 2010, vol. 44, бр. 4, стр. 567–593.
- Закон о националним саветима националних мањина, *Службени гласник РС*, бр. 72/2009, 55/2014 и 47/2018.
- Заштитник грађана, *Посебан извештај о информисању на језицима мањина након приватизације медија*, Заштитник грађана, Београд, 2016.
- Јањатовић Јовановић Милица, Николић Милован, „Извештавање медија на српском језику о изборима за националне савете националних мањина”, у зборнику: *Кога су медији на језицима мањина изабрали* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018, стр. 111–122.
- Јањић Стефан, „Анализа дискурса о изборима за савете националних мањина у медијима на српском језику”, у зборнику: *Избори за националне савете националних мањина 2014 – Кога су медији на језицима мањина изабрали?* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Нови Сад, Новосадска новинарска школа, стр. 182–194.

- Кекежди Мирослав, „Резултати мониторинга русинског недељника *Руске слово* током предизборне кампање за изборе за национални савет русинске националне мањине 2018. године”, у зборнику: *Кога су медији на језицима мањина изабрали* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018, стр. 67–85.
- Малешевић Кристина, „(Не)одговорност новинара у извештавању о осетљивим друштвеним групама у штампаним медијима”, *СМ – Часопис за комуникацију и медије*, Факултет политичких наука, Београд, 2018, vol. 13, бр. 42, стр. 27–56.
- Радуски Нада, „Социодемографске и етнокултурне одлике националних мањина у Србији”, *Социолошки преглед*, Српско социолошко друштво, Београд, 2010, год. XLIV, бр. 2, стр. 247–263.
- Савић Свенка, *Дискурс анализа*, Филозофски факултет, Нови Сад, 1993.
- Серенчеш Жужана, „Национални савети националних мањина и обавештавање”, у зборнику: *Надлежности националних савета националних мањина*, ОЕБС, Београд, 2011.
- Сигети Валентина, „Извештавање „Хрватске ријечи” о изборима за Хрватско национално вијеће”, у зборнику: *Кога су медији на језицима мањина изабрали* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018, стр. 21–34.
- Станко Емилиа, „Деконструкција уређивачке политике *Мађарсоа* у време предизборне кампање за изборе савета националних мањина 2018. године”, у зборнику: *Кога су медији на језицима мањина изабрали* (приредила: Дубравка Валић Недељковић), Новосадска новинарска школа, Нови Сад, 2018, стр. 7–20.
- Хоџић Един, Јусић Тарик, *Мањине и медији у Југоисточној Европи: Међународни стандарди и локалне праксе*, Medi-acentar Sarajevo, Сарајево, 2010.

- Alia Valerie, Bull Simone, *Media and Ethnic Minorities*, Edinburgh University Press, Edinburgh, 2005.
- Fowler Roger, *Language in the news: Discourse and ideology in the press*, Routledge, London, 1991.
- Stjepić Darija, *Informer ponovo čuje neizrečeno: slučaj Sulejman Ugljanin*, Internet, <http://fakenews.rs/2018/11/13/informer-ponovo-cuje-neizreceno-slucaj-sulejman-ugljanin/>, 21/02/2019.
- Van Dijk Teun, *The interdisciplinary study of news as discourse*, Routledge, London, 1994.
- Van Dijk Teun, *Discourse and power*, Palgrave, Basingstoke, 2008.
- Verschueren Jef, *Ideology in Language Use*, Cambridge University Press, Cambridge, 2013.

Dubravka Valic Nedeljkovic, Stefan Janjic

DISCOURSE STRATEGIES IN REPORTING ON THE ELECTION OF MEMBERS OF NATIONAL COUNCILS OF NATIONAL MINORITIES IN SERBIA – ELECTION CYCLES 2014 AND 2018

Resume

The subject of this research is the quality of reporting on elections for national councils of national minorities, both in the media in minority languages and Serbian language. National Councils are bodies to which certain powers in the field of culture, education and information of national minorities have been granted by law, and their members have been directly elected on three occasions since 2010 (2010, 2014, 2018). The Novi Sad School of Journalism monitored the media coverage of this topic in the previous two election cycles (2014 and 2018), which opened up the space to review and deconstruct the observed trends, approaches and discourse strategies in one place. This research is conducted on the basis of a critical analysis of media contents published during the election campaigns in 2014 and 2018, but also on the basis of in-depth interviews with six media professionals from minority communities. The results of the research show that reporting on elections for national councils is characterized by passive approach, bureaucratization and simplification. In order to improve reporting on this topic until the next elections, which are scheduled to take place in 2022, it is necessary to raise the level of pro-activity, educate journalists and provide mechanisms which would prevent political influence and the influence of national councils on media coverage of the pre-election campaign. The research detected a number of problems in reporting, which by their nature can be classified into three categories: (1) the internal causes of non-professionalism are characterized by a low level of journalistic engagement, but also by the leaning of journalists to bureaucratization, simplification and copy-paste journalism; (2) external causes of non-professionalism are characterized by pressures from the current national councils,

as well as political parties, which – despite a limited powers of the councils – tend to have a stronger impact in them; (3) the fluctuating causes of non-professionalism, such as exclusion and banal patriotism, have no concrete source, but are part of a social atmosphere and are spilled from one discourse to another.

Keywords: elections, national councils, national minorities, media discourse, discourse strategies

* Овај рад је примљен 28. фебруара 2019. године, а прихваћен на састанку Редакције 27. јуна 2019. године.