

Универзитет у Нишу, Филозофски факултет –
Департаман за комуникологију и новинарство, Ниш

DOI 10.5937/kultura1860291V
УДК 316.774:316.7(497.11)"2018"
316.774:654.197(497.11)"2018"
316.64:654.197(497.11)"2018"

претходно саопштење

НА МАРГИНАМА МЕДИЈСКЕ АГЕНДЕ: (НЕ)ПРИВИЛЕГОВАНА МЕСТА КУЛТУРЕ

Сажетак: *Јавни сервис Радио телевизије Србије, на основу законске регулативе јесте посредник у остваривању јавног интереса грађана. Информисање грађана на целој територији земље и то равноправно и уравнотежено је један од задатака програма Радио телевизије Србије. Основно истраживачко питање је: да ли Културни дневник Радио телевизије Србије (РТС) остварује стандарде прописане Законом о јавним медијским сервисима. Посебно питање је да ли је присутна маргинализација других места културе у односу на Београд. Мониторинг је обављен од 1. маја до 31. маја 2018. године и обухватио је 23 емисије емитоване у том периоду.*

Кључне речи: *јавни медијски сервис, Радио телевизија Србије, Културни дневник, култура, маргинализација*

*Увод*¹

Истраживање Завода за проучавање културног развитка „Културне потребе и навике грађана Србије”² објављено 2016. године, показало је да тек око 6,5 одсто грађана посећује културне догађаје, а чак 31,5 одсто испитаника се изјаснило да нема довољно интересовања, док је 36,9 одсто навело да нема времена за конзумирање културних садржаја, али ни за културне садржаје у оквиру телевизијских или радио програма. Ови резултати истраживања отварају више питања на која одговоре није баш тако лако изнедрити. Уколико пођемо од поставке да је култура потреба човека и има значајног удела у грађењу његовог идентитета поставља се питање да ли човек дигиталног доба може постати културно осиромашен без јасног културног идентитета?! Ако се просечан грађанин-ка Србије изјашњава да нема времена да посети неки од културних догађаја, али и да нема времена да се упозна са културним догађајима посредством медија, чини се да нам је ново доба донело само главу зароњену у потрошачку корпу.

Извештавањем о културним активностима, поред осталог, презентују се догађаји од националне културне важности, успеси наших уметника у свету, као и оригинални појединци. Да ли смо постали незаинтересовани и за национални културни идентитет? Да ли ово можемо посматрати и из угла да губимо интересовање за себе и друге? Или можда културни догађаји нису на најбољи начин презентовани јавности у медијима, те тако нису на прави начин заинтересовали грађане, па су зато и маргинализовани. Истраживања која се баве гледаношћу ових садржаја сведоче о потреби аудиторijума за културним садржајима. Једно од истраживања гледаности националних телевизијских канала и програма Центра за истраживање јавног мњења, програма и аудиторijума Радио телевизије Србије у 2011. години, указује на малу присутност овог програма са свега 0,1 одсто, али

1 Рад је у оквиру Пројеката Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије: „Цивилно друштво и религија” број 179008 који се изводи на Универзитету у Београду и Нишу (Факултет политичких наука и Филозофски факултет) и „Одрживост идентитета Срба и националних мањина у пограничним општинама источне и југоисточне Србије” број 179013, који се изводи на Универзитету у Нишу – Машински факултет.

2 Видети: <http://zaprokul.org.rs/wp-content/uploads/2017/03/Kulturne-potrebe-i-navike-gradjana-Srbije.pdf>, приступила 3. 7. 2018. године.

у исто време пораст интересовања гледалаца за ову врсту садржаја у односу на исти период 2010. године³.

Потреба појединца за културом⁴ има своје утемељење у праву на културу које садржи: „право учешћа у културном развоју; право на међународну културну сарадњу; право приступа информацијама из области науке и културе, као и право на слободу научног истраживања и право на приступ њиховим резултатима.”⁵ У остваривању тог права медији имају највећу улогу и значај с обзиром на то да имају могућност обраћања великом броју грађана, а у исто време активан су чинилац креирања и утицања на јавно мњење. Посебан печат даје телевизија која конзументу ствара осећај да је могуће готово у реалном времену да буде присутан на различитим манифестацијама у било ком делу света. Зато не можемо пренебрегнути друштвену одговорност телевизије у стварању културних образаца и вредности публице. „Медији и новинарство саставни су део друштва задовољства и економије забаве. Они то друштво обликују, прожимају и наткриљују.”⁶ Зашто грађани Србије имају све мање интересовања за сазнањима о културним дешавањима? У овом раду ауторке на основу мониторинга емисије *Културни дневник* као полазну претпоставку постављају да је садржај заснован на догађајима и актерима у Београду, док су остала места културних догађања у Србији маргинализована.

„Према правном оквиру у Србији, основна улога медија је задовољавање потреба грађана за информацијама и садржајима из свих области живота: привреде, културе, уметности, образовања, разоноде и сл.”⁷ Остваривање комуникационих

3 Вулић, Т., Вујовић, М. и Михајлов – Прокоповић, А. (2012) Култура као део програмског садржаја телевизије Београд – Јавног медијског сервиса Србије, *Култура* број 137, Београд: Завод за проучавање културног развитка, стр. 328-339.

4 „Под културним потребама подразумевамо, пре свега, оне потребе којима се човек остварује као биће различито од свих осталих (највећи број физиолошких потреба: храна, сан итд. Карактерише сва жива бића) и као јединствена личност у свом друштвеном и културном окружењу. То су оне потребе помоћу којих човек развија своју личност тако да активно делује, производи, ствара нове материјалне и духовне вредности, ужива у постојећим, комуницира... Ове културне потребе су међусобно равноправне и комплементарне.” Драгићевић-Шешић, М. и Стојковић, Б. (2007) *Култура, менаџмент, анимација, маркетинг*, Београд: Клио, стр. 22.

5 Прњат, Б. (2006) *Увод у културну политику*, Београд: *Stylos*, стр. 138.

6 Рус Мол, Ш. и Загорац Кешер, А. (2005) *Новинарство*, Београд: Клио, стр. 108.

7 Ђукић, В. (2012) Живети без културе: медији и културна политика у Србији, *Култура* број 137, Београд: Завод за проучавање културног развитка, стр. 15.

потреба свих грађана посредством плурализма садржаја јесте једна од темељних функција јавног медијског сервиса⁸, што заједно са аутономијом и независношћу чини сигурност остваривања јавног интереса. Витковић (2010) у раду „Концептуална разграничења: плурализам и диверзитет“ указује да се идеја медијског диверзитета уочава кроз обавезу медија да пружају друштвено прихватљив садржај који одсликава друштвену, политичку и културну разноврсност и да при том не испуњавају жеље већинске публике⁹. У којој мери и како је заступљена култура у програмима Јавног медијског сервиса Србије бавило се више аутора у истраживањима као на пример Вељановски и Валић Недељковић¹⁰, Матић¹¹, указујући на који начин се задовољавају потребе конзумента за информацијама и садржајима из ове области. Међутим, у истраживањима нисмо уочили анализу презентованих садржаја на основу места одржавања догађаја и на основу тога указивање на потребу „медијске децентрализације“ догађаја у култури, равноправно и уравнотежено извештавања из свих крајева Србије.

Културни дневник

Препознајући потребу грађана за емисијом која би била пресек догађаја у култури у Србији и свету Јавни медијски сервис Србије фебруара 2014. године почео је са емитовањем емисије *Културни дневник*. Емисија се емитује од понедељка до петка после 23 сата на првом програму телевизије Србије (после Трећег дневника) и траје око 15 минута. Већ четири године *Културни дневник* у оквиру садржаја прати догађаје од националне културне важности, догађаје из области културе у свету, успехе наших културних посленика

8 „Јавни сервис је непрофитна, независна радио–телевизијска организација, основана у име опште јавности и финансирана из јавних прихода, која разноврсним, уравнотеженим, висококвалитетним програмима задовољава потребе највећег могућег броја грађана, односно најшире јавности, непристрасно и без дискриминације.” Вељановски, Р. (2005) *Јавни РТВ сервис у служби грађана*, Београд: Клио, стр. 28.

9 Витковић, Б. (2010) Концептуална разграничења: плурализам и диверзитет” *ЦМ – Центар за усмеравање комуникација*, 15, Београд: Факултет политичких наука, стр. 143–162.

10 Вељановски, Р. и Валић – Недељковић, Д. (2016) *Култура на јавним сервисима, Анализа програма Радио-телевизије Србије и Радио-телевизије Војводине (јануар-јун 2016)*, Нови Сад: Новинарска школа: www.novinarska-skola.org.rs видети: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2016/10/FR4.pdf>, (приступила 3. 7. 2018. године).

11 Матић, Ј. Које је одговоран јавни сервис, у: *Мониторинг медијске сцене у Србији*, публикација III, (2010), Београд; Матић, Ј. Разноврсност ТВ програма у Србији. у: *Медијски скенер*, приредила Валић Недељковић, Д. (2009), Нови Сад, стр. 24–70.

али и теме које би могли означити као лајфстајл (поп култура, филм, популарна музика...) „Међу вредностима које се промовишу, високо место заузима неговање националне културе и стваралаштва, што је сагласно претпостављеним функцијама и законској обавези јавног сервиса. Нису међутим занемарене ни остале универзалне вредности светске и европске културе и културе региона.”¹² Као и друге информативне емисије, у садржају доминирају извештаји са дневних актуелних догађаја. Све емисије *Културног дневника*, после емитовања репризирају се наредног дана (после Првог дневника) и доступне су и на интернет страници Јавног сервиса¹³ и на *Youtube*-у¹⁴.

Истраживање

Циљеви:

1. Испитати однос заступљености догађаја у *Културном дневнику* према месту одржавања догађаја;
2. Испитати да ли је присутна маргинализација културних дешавања у Србији у односу на Београд;
3. Испитати жанровску разноврсност у емисији *Културни дневник*.

Узорак:

За потребе истраживања обавили смо мониторинг емисије *Културни дневник* у периоду од 1. маја до 31. маја 2018. године што је чинило укупно 23 емисије. Просечна дужина емисије у овом периоду је била 16 минута и укупно је емитовано 170 прилога¹⁵. Месец мај одабран је, јер је то месец у коме се у више градова и општина у Србији традиционално деценијама уназад организује велики број културних манифестација, које немају само локални већ и национални значај у оквиру критеријума вредновања догађаја: Стеријино позорје, Јоаким фест позоришта Србије, мајске

12 Вељановски, Р. и Валић Недељковић, Д. (2016) *Култура на јавним сервисима, Анализа програма Радио-телевизије Србије и Радио-телевизије Војводине (јануар-јун 2016)*, Нови Сад: Новинарска школа: www.novinarska-skola.org.rs видети: <http://www.novinarska-skola.org.rs/wp-content/uploads/2016/10/FR4.pdf>, (приступила 3. 7. 2018.године).

13 Видети: <http://www.rts.rs/page/tv/sr/series/20/rts-1/4200/kulturni-dnevnik.html>, приступила 3. 7. 2018. године.

14 Видети: <https://www.youtube.com/watch?v=HQGLb9lsWc>, приступила 3. 7. 2018. године.

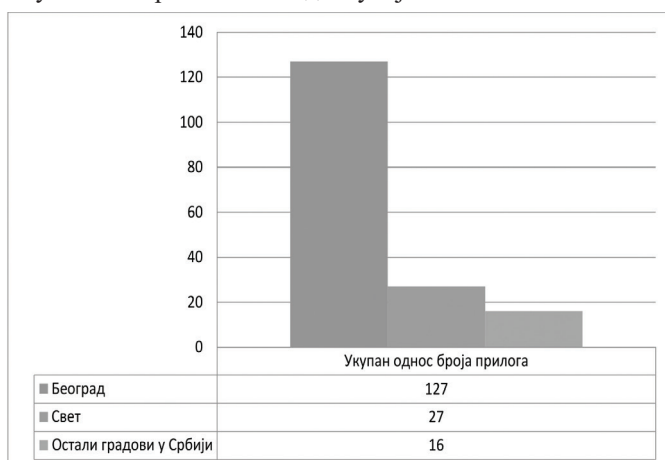
15 Под прилогом се подразумевају сви жанрови и форме (вест, извештај, ТВ пакет, репортажа, интервју...)

свечаности у оквиру обележавања дана града Крагујевца, изложбе и концерти, сајмови књига, књижевне вечери¹⁶.

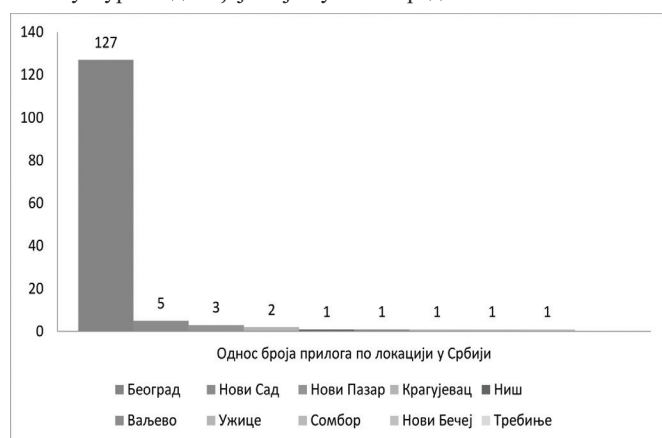
Метод:

За потребе истраживања обавили смо квантитативно-квалитативну анализу садржаја. Служили смо се кодним листом припремљеним за потребе истраживања на основу кога смо добили резултате и обрадили их стандардним методама. Квантитативно–квалитативном анализом садржаја анализирани су 23 емисије *Културног дневника*. Јединица анализе је појединачан ТВ прилог.

Резултати истраживања са дискусијом



Графикон 1. Однос укупног броја прилога у односу на локацију културних догађаја који су били предмет извештавања



Графикон 2. Однос броја прилога у односу на локацију културних догађаја који су били предмет извештавања у Србији

¹⁶ Видети: <http://www.serbia.travel/dogadjaji/kalendar-dogadjaja.36.html?m=05>; приступљено 7. 8. 2018. године.

На основу задатка који смо поставили у првом истраживачком циљу, а који је био да се испита однос заступљености догађаја у *Културном дневнику* према месту (локацији) одржавања догађаја утврдили смо неравноправност и неравноутеженост извештавања (Графикон 1 и 2). Наиме, у периоду од 1. маја до 31. маја 2018. године у коме смо обавили мониторинг емисије *Културни дневник* јасно се уочава доминантно присуство догађаја из културе који су одржани у Београду. Од 170 прилога 127 или 74,71 одсто организовани су у главном граду Србије. Културна догађања у свету била су заступљена са 27 прилога што је чинило 15,87 одсто. О догађајима у култури у Великој Британији емитовано је 7 прилога (Лондон 6 и Ливерпул 1), Белгија – Антверпен 1, Кина 2 (Макао 1 и Шангај 1), из Италије 6 (Рим 2, Пиза 1, Трст 1, Венеција 1, Милано 1), Француска – Кан 5, Аустрија – Беч 2, Иран – Техеран 1, САД – Њујорк 2, Мароко 1. За неверицу је податак да су Србија, односно остали градови и општине заступљени тек са 9,42 одсто или 16 прилога, од тога је најприсутнији Нови Сад са 5, Нови Пазар 3 и Крагујевац 2, остала места као на пример Ваљево, Ужице, Ниш, Сомбор, Нови Бечеј и Требиње са 1 прилогом.

На основу ових резултата утврђујемо да је присутна маргинализација културних дешавања у Србији у односу на Београд, а што смо поставили као наш други истраживачки циљ. Добијене резултате не можемо сматрати као коначне и непроменљиве, с обзиром на то да смо за истраживање имали само један месец – мај, али нам зато јасно указују на централизацију догађаја заступљених у *Културном дневнику* на престоницу и готово потпуну маргинализацију осталих региона и места у Србији. Уколико је на основу законских одредби обавеза Јавног сервиса Србије у оквиру кога се на РТС-у на првом програму телевизије производи и емитује *Културни дневник*, „остваривање права свих грађана на равноправно информисање”¹⁷ чини се оправданим истаћи да налази указују на неравноправност грађана Србије у односу на Београд приликом информисања о култури. Како су велики регионални центри као на пример Крагујевац и Ниш маргинализовани, смислено је поставити питање који је

17 Закон о јавним медијским сервисима („Сл.гласник РС”, бр. 83/2014, 103/2015 и 108/2016) у оквиру II одељка Јавни интерес који остварује Јавни медијски сервис, у члану 8 став 2 јасно се прописује да јавни интерес из члана 7 овог закона Јавни медијски сервис је дужан да „на републичком, покрајинском и локалном нивоу користи све своје расположиве капацитете укључујући и дописничку мрежу у циљу остваривања права свих грађана на равноправно информисање”; доступно на: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnim_medijskim_servisima.html, приступљено 7. 8. 2018. године.

догађај адекватан на основу критеријума важности вести да је одржан у, на пример, пограничним општинама југа Србије (Димитровград, Пирот, Бела Паланка, Врање, Гаџин Хан или Бујановац) и да се нађе у агенди *Културног дневника*?

РТС има дописничку мрежу у свим већим центрима и градовима Србије тако да дописници, можемо са сигурношћу тврдити на дневној „понуди” редакцији сигурно предлажу културне догађаје из своје средине, али је евидентно да су били у малој мери заступљени. С обзиром на културну традицију Шапца, Ваљева, Врања, Ниша, Чачка, Крагујевца или Зрењанина на пример чини се као оправдано да укажемо и упозоримо на налаз мониторинга.

У оквиру трећег истраживачког циља у коме смо поставили задатак да испитамо жанровску разноврсност *Културног дневника*, уочавамо да налази у великој мери одговарају претходним истраживањима¹⁸. Од укупног броја прилога 170, извештај је доминатна новинарска форма и заступљен је са 48,82 одсто, ТВ пакет са 17,66 одсто, интервју 15,29 одсто, вести 14,12 одсто, критика 1,76 и остали жанрови 2,35 одсто. Презентација прилога је у готово 80 одсто случајева актуелни аудио-видео снимак, док је повод за извештавање доминатно актуелни догађај из културе са 65 одсто.

Теме о којима се гледаоци информишу о активностима уметника и догађајима из културе су из разних области, као и о појединачним делима културе. Ауторе емитованих прилога, о већини догађаја о којима се извештава, одликује авангарда и експеримент у телевизијском изразу. Карактерише их критичко извештавање које можемо тумачити као медијатор између уметности и конзумента телевизијских садржаја. Миодраг Илић у књизи „Рађање телевизијске професије” указао је да: „Посебна опасност која прети новинарима програма за културу јесте монотонија шаблонизираних, стотинама пута поновљеног поступка.”¹⁹ Неопходно је истаћи да томе није подлегао уреднички тим и новинари емисије *Културни дневник*. Прилоге карактерише критички дискурс, а опет на популаран начин просечном гледаоцу презентовани догађаји различитих врста уметности код нас и у свету, популаризујући на тај начин културне вредности и културне посленике и дела.

18 Вељановски, Р. и Валић Недељковић, Д. (2016) *Култура на јавним сервисима. Анализа програма Радио-телевизије Србије и Радио-телевизије Војводине (јануар-јун 2016)*, Нови Сад: Новинарска школа: www.novinarska-skola.org.rs видети: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2016/10/FR4.pdf>, (приступила 3. 7. 2018. године).

19 Илић, М. (2006) *Рађање телевизијске професије*, Београд: Клио, стр. 183.

Закључак

Од 2014. године када је почео да се производи и емитује *Културни дневник* РТС-а постао је поуздана карика укупне продукције информативног програма. Програмска понуда садржаја је како тематски тако и жанровски разноврсна, али у великом проценту изостаје равноправност извештавања посматрано на основу места (локације) догађаја. На овај начин нарушен је један од основних принципа Јавног медијског сервиса прописан и у Закону о Јавним медијским сервисима²⁰, а на основу кога је јасно предвиђено равноправно и уравнотежено информисање из свих крајева Србије како би се остваривало право на културу свих грађана и промоција стваралаштва културних посленика у било ком делу земље. Оправдање за овакав налаз не можемо да нађемо с обзиром на то да РТС има разгранату дописничку мрежу, а да опет културна дешавања не изостају ни у Лозници, ни Димитровграду, ни Суботици, Прибоју или Сјеници, као ни у Нишу, Крагујевцу или Новом Саду. Јасно се препознаје „медијска централизација” садржаја *Културног дневника* из главног града у односу на остала места и градове.

Информативна емисија овог типа, у којој се презентирају актуелне теме, догађаји, појаве, указује на појединачне активности уметника и проблематизују питања културних институција и културне политике не може да пренебрегне да Србија није Београд и да културних догађаја и запажених уметника има и у другим деловима земље. „У највећем броју западних земаља под децентрализацијом културе подразумева се активност којом се остварења из области културе преносе из престонице (или града – метрополе који је културно средиште земље) у што већи број регионалних културних центара, у којима се истовремено стварају могућности и обезбеђују услови за пријем тих културних садржаја. Стога се често употребљава и термин деметрополизација културе. На тај начин, могућности за развој културног живота у унутрашњости и обогаћивање тог живота, зависе од одлуке и организационих активности „центра”²¹. У Србији не можемо говорити о централизацији културе. Као и у већина западних земаља можемо рећи да је присутна деметрополизација културе, али чини се да редакција *Културног дневника* то није уочила и при том је „заборавила” основне принципе Јавног сервиса. Претплату, на крају да подсетимо,

20 Видети: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnim_medijskim_servisima.html

21 Драгићевић Шеших, М. и Стојковић, Б. (2007) *Култура, менаџмент, анимација, маркетинг*, Београд: Клио, стр. 83.

плаћају и глумци из Крушевца, и песници из Пирота, и сликари из Књажевца, и аутори стрипа из Ниша, као и културни посленици Београда!

ЛИТЕРАТУРА:

Вељановски, Р. и Валић Недељковић, Д. (2016) *Култура на јавним сервисима, Анализа програма Радио-телевизије Србије и Радио-телевизије Војводине (јануар-јун 2016)*, Нови Сад: Новинарска школа: www.novinarska-skola.org.rs видети: <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2016/10/FR4.pdf> , (приступила 3. 7. 2018. године).

Вељановски, Р. (2005) *Јавни РТВ сервис у служби грађана*, Београд: Клио.

Витковић, Б. (2010) Концептуална разграничења: плурализам и диверзитет, *ЦМ – Центар за усмеравање комуникација*, 15, Београд: Факултет политичких наука, стр. 143-162.

Вулић, Т., Вујовић, М. и Михајлов Прокоповић, А. (2012) *Култура као део програмског садржаја телевизије Београд – Јавног медијског сервиса Србије, Култура број 137*, Београд: Завод за проучавање културног развитка, стр. 328-339.

Драгићевић Шеших, М. и Стојковић, Б. (2007) *Култура, менаџмент, анимација, маркетинг*, Београд: Клио.

Ђукић, В. (2012) Живети без културе: медији и културна политика у Србији, *Култура број 137*, Београд: Завод за проучавање културног развитка, стр. 12-25.

Матић, Ј. Ко ме је одговоран јавни сервис, у: *Мониторинг медијске сцене у Србији*, публикација III, (2010), Београд.

Матић, Ј. Разноврсност ТВ програма у Србији, у: *Медијски скенер*, приредила Валић- Недељковић, Д. (2009), Нови Сад, стр. 24-70.

Опачић, Б. и Субашић, Б. (2016) *Културне потребе и навике грађана Србије*, Београд: Завод за проучавање културног развитка, Доступно на: <http://zaprokul.org.rs/wp-content/uploads/2017/03/Kulturne-potrebe-i-navike-gradjana-Srbije.pdf>

Прњат, Б. (2006) *Увод у културну политику*, Београд: *Stylos*.

Рус Мол, Ш. и Загорац Кешер, А. (2005) *Новинарство*, Београд: Клио.

Интернет извори:

Закон о јавним медијским сервисима, доступно на: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnim_medijskim_servisima.html

Календар културних догађаја, доступно на: <http://www.srbia.travel/dogadjaji/kalendar-dogadjaja.36.html?m=05>

Tatjana Vulić and Marta Mitrović
University of Niš, Faculty of Philosophy, Niš

ON THE MARGINS OF THE MEDIA:
(NON) PRIVILEGED CULTURAL PLACES

Abstract

Based on professional standards as well as legal regulations, public service broadcasting of the Radio Television of Serbia should be an intermediary in realization of the public interest of all Serbian citizens. One of the main tasks of the Belgrade Television Program is to keep the whole nation informed – all citizens informed equally and in a balanced way. After recognizing the need of the viewers for a television show which would present cultural news from both Serbia and the world, the public broadcasting company started airing the “Culture News” in February 2014. In order to investigate the relationship that the “Culture News” had towards cultural events in Serbia, primarily in relation to cultural events organized outside Belgrade, our main research question was: Does the broadcast of the “Culture News” on Belgrade Television meet the standards prescribed by the Law on Public Service Broadcasting? Namely, a balanced representation of topics from all parts of Serbia should be not only a legal, but also the professional obligation of the Public Service Broadcasting channel. Therefore, another research question also was: Are other places in Serbia on the side-lines and neglected compared to Belgrade? For the purposes of this research, we have conducted an analysis of the “Culture News” television show broadcast between May 1 and May 31, 2018, which included a total of 23 television broadcasts, that is, 170 features. May was chosen for the analysis because this is a month when, in many Serbian cities and towns, a large number of cultural events are traditionally organized, which are not only of local but also of national significance, by events evaluation criteria. Based on the month-long analysis of this television show, the authors have identified a prominent marginalization of reporting on cultural events that are organized outside the country’s capital. Namely, 127 out of 170 features (74.71%) talked about the events that were organized in Belgrade; other Serbian cities and towns were represented with only 16 features (9.42%), while the remaining features were reserved for global events. Although genre-varied and of a high level of quality, the “Culture News” television show cannot satisfy neither the legal requirements nor the needs of all viewers in Serbia, since their reporting favours one city, leaving everyone else on the side-lines of culture and society.

Key words: *public service broadcasting, Belgrade Television Program, Culture News, culture, marginalization*