

Jelena Petrović*

*Univerzitet u Beogradu
Fakultet političkih nauka*

Lokalni onlajn mediji u Srbiji – izazovi i perspektive

Apstrakt

Predmet ovog istraživanja su lokalni online mediji u Republici Srbiji. Cilj rada je da identifikuje glavne izazove sa kojima se suočavaju lokalni portali. Rad je baziran na metodi dubinskog intervjua. Istraživani su portali u 10 gradova širom Srbije. Kao jedinica analize uzeti su online mediji iz gradova koji imaju između 30.000 i 120.000 stanovnika. Rad istražuje ekonomski položaj lokalnih online medija, kao i njihov odnos prema tehnološkim promenama i građanskom novinarstvu. Dubinskim intervjuom obuhvaćeno je deset urednika lokalnih online medija. Urednici ocenjuju da, shodno ekonomskim resursima kojima raspolažu, vrlo dobro informišu svoju publiku. Rezultati ukazuju da su nedostatak finansija i politički pritisci, uz neregulisano tržište, najveći izazovi za lokalne redakcije. Uprkos tome, čak osam ispitanika tvrdi da lokalno online novinarstvo ima budućnost.

Ključne reči

Online novinarstvo, lokalni mediji, izazovi, nove tehnologije, finansiranje, budućnost

UVOD

Postali su svakodnevnica novinski naslovi da su lokalni mediji u Srbiji u najtežem položaju ikada, da je za njihov spas otkucalo pet do dvanaest ili da država treba da pronađe model za opstanak medija koji informišu publiku na lokalnom nivou. Istovremeno, bojazan da lokalni mediji neće lako uspeti da

* petrovic.petrovic.jelena@gmail.com

se transformišu i prilagode sve bržim promenama u medijskoj industriji čini sliku još sumornijom. „Mediji za koje nema kupaca se gase ili nude novinari-ma u vidu besplatnih akcija. Međutim, najveći deo ponude su lokalni mediji – roba koja ima slabu prođu. Jer, oni po pravilu nemaju svoje zgrade, oprema je zastarela, a imaju velike dugove”.¹ Kriza sa kojom se suočavaju lokalni mediji nije aktuelna samo u Srbiji. Autor Kris Anderson (Chris Anderson) piše da je, generalno govoreći, „lokalno novinarstvo na ivici”.² Sudbinu lokalnih medija možda najbolje opisuje Aldridž (Meryl Aldridge) u knjizi „Razumevanje lokalnih medija” – da su oni „popularni, važni, ali ignorisani”.³ I ne samo da u profesionalnim zajednicama širom sveta nema konsenzusa kako pomoći lokalnim medijima, već se i u teorijskoj literaturi o ovoj vrsti medija sve ređe raspravlja. Kada je medijski imperativ pratiti globalne trendove, sve manje pažnje posvećuje se medijima koji lokalne zajednice izveštavaju o događajima koji su za njih od vitalnog značaja. „Lokalno novinarstvo ne neguje samo demokratiju, već je i važan činilac novinarskog ekosistema. Danas se čini nikada lakše nije biti novinar, jer sve vesti stižu iz računara. Ovaj pasivni model teško da sada može da zameni model u kome lokalni reporter vreme provodi na terenu razgovarajući i slušajući ljude koji gotovo nikada ne tvituju svoje misli, niti posežu za blogom kada nešto krene naopako. Ipak, bez lokalnog novinarstva na terenu informacije će se teško filtrirati od periferije do centra”.⁴ I dok je glavni zadatak velikih medijskih organizacija da izveštavaju o temama od nacionalnog značaja, od lokalnih medija se očekuje da informišu i promovišu vrednosti zajednice i mikrosfere u kojoj delaju. Važnost lokalnih medija ogleda se u ključnom konceptu „zajednice”. Ova vrsta medija ne samo da je od krucijalnog značaja za formiranje stavova lokalnog javnog mnjenja, već je neophodna da bi motivisala i mobilisala javnost da se angažuje o političkim, ekonomskim, socijalnim ili kulturnim pitanjima... U akademskoj literaturi često se pojam lokalnih medija dovodi u vezu sa terminima alternativni mediji, mediji civilnog sektora, mediji manjina ili mediji zajednica koje imaju specifična, najčešće verska ili socijalna obeležja, a u slučaju alternativnih medija

¹ Miroljub Radojković, „Mediji i javni interes: ogled na primeru Srbije”, u: Viktorija Car, Marijana Matović i Lejla Turčilo (ur.), *Mediji i javni interes*, Fakultet političkih znanosti, Zagreb, 2015, str. 14.

² Chris Anderson, *Rebuilding the news – Metropolitan journalism in the Digital Age*, Temple University Press, Philadelphia, 2013, p. 1.

³ Meryl Aldridge, *Understanding the Local Media*, Open University Press, New York, 2007, p. 1.

⁴ Angela Phillips, *Journalism in context – Practice and Theory in digital age*, Routledge, London & NY, 2014, p. 122.

javljaju se i zahtevi da se produkcija sadržaja poveri građanima.⁵ Ipak, pojam lokalni mediji je po opsegu širi od navedenih pojmova i ne mora nužno označavati informisanje samo navedenih zajednica, niti je proizvodnja medijskih sadržaja prepuštena isključivo građanima. U radu se upotrebljava koncept lokalnih medija umesto mediji civilnog sektora, jer, kao što će analiza pokazati, nisu ispunjeni osnovni preduslovi da bi se izvršila transformacija lokalnih medija u medije civilnog sektora. Ti preduslovi se najpre odnose na potpuno povlačenje države iz finansiranja lokalnih medija. U ovom radu *differentia specifica* pojma lokalni mediji jeste područje na kome informišu svoju publiku. „Pod pojmom lokalni mediji podrazumevaju se one medijske institucije koje svojim opsegom emitovanja (elektronski) i tiraža (štampa) ne pokrivaju celu državu, već manje geografsko područje, odnosno koji su usmereni na informisanje teritorijalno omeđenih grupa građana”.⁶ Lokalni mediji imaju još specifičnosti, a Kafarella (Jane Cafarella) navodi sledećih 5 karakteristika:

- 1) Novinari u lokalnim medijima više su samouki, a manje obrazovani za novinarsku profesiju.
- 2) Lokalno novinarstvo manje se bavi politikom nego pragmatičnim sprovođenjem te politike.
- 3) Glavni izvor vesti je lokalno stanovništvo.
- 4) Reklame su ključni izvor opstanka za lokalno novinarstvo.
- 5) Radnici su uglavnom privremeno angažovani.⁷

Pojava interneta na različite načine modifikovala je novinarsku profesiju, a ni lokalno novinarstvo nije ostalo imuno na te promene. „Bežična komunikacija postala je platforma za isporučivanje ponude različitih digitalnih proizvoda u koje spadaju igrice, muzika, slike i novosti, kao i instant poruke koje obuhvataju čitav niz ljudskih aktivnosti, počev od mreža za pružanje privatne podrške, do profesionalnih zadataka i mobilizacije ljudi u političke svrhe”.⁸

⁵ Brankica Drašković i Dinko Gruhonjić, „Svojsinska transformacija medija u Srbiji – primer lokalnih medija”. U: Vladislava Gordić-Petković (ur.), *Godišnjak Filozofskog fakulteta*, Novi Sad, 2015, str. 111. Mato Brautović, „Hiperlokalni mediji i prevladavanje krize”. U: Lejla Turčilo, Belma Buljubašić (ur.), *Vjerodostojnost medija – izazovi globalizacije i specifičnosti regiona*, Fakultet političkih nauka, Institut za društvena istraživanja, Sarajevo, 2012, str. 310–331. Meryl Aldridge, *Understanding the Local Media*, op. cit., p. 12.

⁶ Brankica Drašković i Dinko Gruhonjić, „Svojsinska transformacija medija u Srbiji – primer lokalnih medija”. U: Vladislava Gordić-Petković (ur.), *Godišnjak Filozofskog fakulteta*, Novi Sad, 2015, str. 110.

⁷ Jane Cafarella, *Training in the suburban newsroom*, AsiaPacific Media Educator, University of Wollongong Australia, vol. 10, no. 2, pp. 8–10.

⁸ Manuel Kastels, *Moć komunikacije*, Klio, Beograd, 2014, str. 99.

Kada je reč o lokalnom novinarstvu, kako navodi Brajan Mekner (Brian McNair), „došlo je do globalizovanja lokalnog novinarstva”.⁹ Zato se istovremeno sa konceptom lokalnih medija u teorijskoj literaturi sve češće pominje pojam hiperlokalni mediji – „hiperlokalni implicira nešto izvan tradicionalnih ograničenja ‘medija zajednice’, definisanih kao niz aktivnosti zasnovanih na zajednici koje imaju za cilj dopunjavanje, izazivanje ili promenu principa rada, struktura, finansiranja i kulturoloških oblika i praksi povezanih sa dominantnim medijima”.¹⁰ Korisnici termina „hiperlokalni” prepoznaju mogućnosti Interneta i na njemu zasnovanog informisanja, i zato se ova vrsta novinarstva ambiciozno najavljivala kao novi, četvrti talas. I to u vremenu kada je ekonomska kriza smanjila šansu za opstanak onih medija koji ne proizvode sadržaj namenjen širokoj publici ili, kako Aldridž piše, mediji treba da se odluče u dilemi „profit nasuprot pluralizma”.¹¹ Hiperlokalni mediji predstavljaju vrstu „hibrida građanskih, opštinskih, javnih i alternativnih novinskih poslova kombinovanih s interaktivnim i elektronskim mogućnostima web2”.¹² U skladu sa ovim, Mekner navodi da su tri ključna trenda koja su uticala na tržište lokalnih medija:

- 1) Konsolidacija medijskog kapitala,
- 2) Porast besplatnih listova,
- 3) Porast online i drugih digitalnih medija.¹³

Svim ovim trendovima na lokalnom medijskom tržištu bavile su se pojedinačne studije, ali najmanje je onih o funkcionisanju lokalnog online novinarstva. Prve studije o značaju lokalnih medija uopšte pojavile su se početkom sedamdesetih godina. Pionirska i najobimnija istraživanja lokalnih medija potiču sa anglosaksonskog područja. Naročito je bilo reči o lokalnoj štampi kao polju podesnom za političko obračunavanje. U studiji iz 1971. Jan Džekson (Ian Jackson) analizirao je uredničku politiku lokalnih medija, ponašanje urednika i njihove stavove.¹⁴ Dve godine kasnije Koks i Morgan (Harvey Cox, David Morgan) istraživali su dnevnu i nedeljnu štampu u Merzisađu na severozapadu

⁹ Brian McNair, “News from a small country – The media in Scotland”. In: Bob Frenklin (ed.), *Local journalism and Local Media-Making the local news*, Routledge, New York, 2006, p. 45.

¹⁰ Emily T. Metzgar, David D. Kurpius, Karen M. Rowley, *Defining hyperlocal media Proposing framework for discussion*, New Media Society, Vol. 13, No. 5, p. 774.

¹¹ Meryl Aldridge, *Understanding the Local Media*, op. cit., p. 38.

¹² Ibidem, p. 38.

¹³ Brian McNair, *News from a small country – The media in Scotland*, op. cit., p. 42.

¹⁴ Ian Jackson, *The Provincial Press and the Community*, Manchester University Press, Manchester, 1971.

Engleske i došli do zaključka da se lokalna štampa bazira najviše na političkim vestima koje neretko čine osnovu naslovne strane.¹⁵ Do ekspanzije interneta pretežno su istraživana štampana lokalna izdanja, radio i televizijske stanice, proširujući i usavršavajući pojam lokalnog.

Jedna od najznačajnijih studija lokalnih online medija je Krisa Andersona¹⁶. Ovaj autor je praktično istraživao na koje se sve načine lokalni mediji prilagođavaju novim tendencijama i opisao kako vesti iz tzv. offline sfere prelaze online. Prateći sudbinu filadelfijske štampe, Anderson se s pravom zapitao na šta primeri gašenja lokalnih medija u Filadelfiji mogu ukazati kada je reč o budućnosti vesti, kao i kakva je onda sudbina novinarstva, jedne od najvitalnijih američkih institucija? Istraživanja lokalnih medija u Srbiji nisu česta, a Anka Mihajlov Prokopović klasifikuje ih u dve grupe: „prva grupa se sastoji od studija koje su se bavile lokalnim medijima i javnim interesima, a druga grupa privatizacijom: privatizacijski potencijal lokalnih medija u vlasništvu države ili pravcem i posledicama pojedinačnih privatizacija lokalnih medija u tzv. prvom krugu”.¹⁷ Veoma je važna pionirska studija „Lokalni mediji u Srbiji i razvoj lokalne zajednice”, iz 2004, autora Snježane Milivojević i Srećka Mihailovića. Cilj ovog istraživanja je procena sposobnosti lokalnih medija da se prilagode novim uslovima rada, kao i da se prikupe stavovi profesionalaca o budućnosti novinarstva, političkoj nezavisnosti, kao i tehnološkoj opremljenosti.¹⁸ Još jedno od značajnih istraživanja je „Spremnost novinarske zajednice u Srbiji za tehnološke promene” autorki Ane Milojević i Aleksandre Ugrinić. Istraživanje je obavljeno na stratifikovanom uzorku od 261 novinara zaposlenih u beogradskim, ali i lokalnim medijima iz Vojvodine, centralne i južne Srbije. Rad ovih autorki ima za cilj da identifikuje tehnološke promene koje se odvijaju u novinarskoj zajednici Srbije. Nalazi do kojih su došle autorke su da su „stavovi sedme sile o budućnosti profesije u Srbiji kompleksni i slojeviti. Oni obuhvataju: animozitet ili otvorenost prema uvođenju novih tehnologija, konvencionalni ili dijaloški odnos prema građanskom novinarstvu, različite mehanizme očuvanja kognitivne baze profesije, načine prilago-

¹⁵ Harevy Cox, David Morgan, *City Politics and the Press: Journalists and the Governing of Merseyside*, Cambridge University Press, Cambridge, 1973.

¹⁶ Chris Anderson, *Rebuilding the news – Metropolitan journalism in the Digital Age*, op. cit.

¹⁷ Anka Mihajlović Prokopović, “Local media in Serbia, within new media laws”, *Facta Universitatis*, Vol. 13, No. 3, p. 97.

¹⁸ Snježana Milivojević, Srećko Mihailović, *Lokalni mediji u Srbiji i razvoj lokalne zajednice*, Friedrich Ebert Stf., Beograd, 2004.

đavanja promenama u radnom ambijentu, kao i moderan nasuprot tradicionalnom odnosu prema izvorima informacija”.¹⁹

U okviru projekta „Profesija na raskršću – novinarstvo na pragu informacionog društva”, istraživanje profesionalne zajednice radila je autorka Marijana Matović.²⁰ Autorka je istraživala komercijalne medije, od kojih su 5 lokalnih i 2 nacionalna i predstavljaju kombinaciju dnevne, nedeljne štampe i radio stanica. Dolazi do zaključka da je „za analizirane medije u prvom planu borba za opstanak. Nove medijske tehnologije se u njihovim redakcijama još uvek najčešće koriste kao novi kanali distribucije sadržaja, a profesionalizam novinara kvalifikuje se standardima i etikom novinarstva, utemeljenih u vremenu dominacije tradicionalnih medija. I pored problema sa kojima se svakodnevno suočavaju, ovi mediji važe za „nezavisne”, odnosno one koji na profesionalnom nivou uspevaju da se odupru pritiscima moćnika”²¹. Ovo istraživanje značajno je i zbog načina klasifikacije medija, shodno odgovorima sagovornika uspostavljeni su indikatori: tehnološka opremljenost medija, profesionalni resursi, položaj na medijskom tržištu, stavovi prema građanskom novinarstvu, razvijanje interaktivnog odnosa sa publikom, kao i odnos prema državi.²² Neki od ovih indikatora iskorišćeni su u predstojećem istraživanju prilikom formulisanja matrice za ispitivanje stavova urednika lokalnih online medija koji nisu obuhvaćeni prethodnim istraživanjima. Ovoj vrsti medija u domaćem naučnom okviru posvećeno je nedovoljno pažnje.

METODOLOGIJA

Glavni cilj ovog rada je da istraži i opiše modalitete funkcionisanja lokalnog online novinarstva u Srbiji. Istovremeno, namera rada je da identifikuje koji su glavni nedostaci sa kojima se suočavaju lokalni online mediji. Istraživanje stavova profesionalne zajednice o lokalnom online novinarstvu obavljeno je u dva navrata – u periodu od 1. do 31. jula i od 1. do 31. decembra 2018. godine. Istraživanje je sprovedeno u medijima gradova koji prema poslednjem popisu imaju između 30.000 i 120.000 stanovnika. Za gradove ovog raspona stanovnika autorka se odlučila jer „pokrivaju” najveći broj lokalnih online portala. Predmet analize su online mediji, portali koji u svom vlasništvu

¹⁹ Ana Milojević i Aleksandra Ugrinić, „Spremnost novinarske zajednice u Srbiji za tehnološke promene”. U: Rade Veljanovski (ur.), *Verodostojnost medija: dometi medijske tranzicije*, Fakultet političkih nauka, Beograd, str. 148.

²⁰ Marijana Matović, *Novinarstvo i medijska industrija u Srbiji: borba za očuvanje profesionalizma*, CM Communication and Media, no. 24, 133–149.

²¹ Isto, str. 146.

²² Isto, str. 134.

nemaju štampanu verziju. Analizirani portali, koji su nosioci ovog istraživanja, teritorijalno pokrivaju celu državu: centralnu Srbiju, južnu Srbiju, zapadnu Srbiju, istočnu Srbiju i Vojvodinu, a u odabiru je napravljen i jedan presedan. Naime, samo jedan portal je iz grada koji teritorijalno pripada grupi prigradskih beogradskih opština, ali geografski informiše publiku okolnih mesta i drugih gradova bližih centralnoj Srbiji nego glavnom gradu. Analizirano je sledećih 10 online medija: **Sdcafe.rs** iz Smedereva (približno 63.000 stanovnika), u čije ime je govorio urednik Željko Milojević, **Mitrovica.info** iz Sremske Mitrovice (približno 80.000 stanovnika), a intervjuisan je urednik Milan Milojević, **Ugradu.info** – internet portal iz Valjeva (oko 118.000 stanovnika), koji je predstavljao urednik Dušan Perić, **Bor030.net** iz Bora (približno 35.000 stanovnika), iz ovog medija na pitanja je odgovarao Igor Mitrović, **Pirotske vesti.rs** iz Pirota (približno 58.000), a intervjuisan je urednik Aleksandar Ćirić, **Infom.rs** iz Mladenovca (približno 53.000 stanovnika), koji je predstavljao urednik Predrag Aleksić, **Vrsaconline.com** iz Vršca (približno 52.000 stanovnika), urednik Dragan Mladenovski, **Gradski.online** – online portal iz Kikinde (približno 38.000 stanovnika), Branislav Ugrinov, **Krusevacpress.com** iz Kruševca (približno 57.500 stanovnika), predstavljao je urednik Slaviša Milenković, **Kraljevo.biz** iz Kraljeva (približno 67.000 stanovnika), urednik Ljubiša Lešević. Korišćena je metoda dubinskog intervjua koji je obavljen sa glavnim i odgovornim urednicima lokalnih medija koji su dali važne podatke o načinu funkcionisanja njihovih redakcija. Rad obuhvata deset ispitanika. Dubinski intervjui kreirani su tako da su dati odgovori u vezi sa temama koje se tiču lokalnih medija, a to su:

- 1) Profesionalni i ekonomski resursi;
- 2) Odnos prema građanskom novinarstvu i tehnološka opremljenost;
- 3) Prepreke u radu i budućnost lokalnog novinarstva.

ANALIZA

Profesionalni i ekonomski resursi

Prvi online mediji iz grupe analiziranih osnovani su 2004. godine, a gradovi koji su prvi dobili svoja glasila te godine su Bor i Smederevo. Poslednji od analiziranih medija nastao je u Kikindi, a počeo je sa radom 2017. godine. Najveći broj gradova svoje online medije dobio je u periodu od 2010. do 2015. godine. Determinante ekonomskih i profesionalnih resursa su u isprepletanoj i neraskidivoj vezi, a pod njima se podrazumeva brojnost novinarskog kadra, stepen njihovog obrazovanja, visina mesečne zarade, kao i način finansiranja medija. Skromnost kapaciteta lokalnih online medija ogleđa se, najpre, u profesionalnim resursima, koji su determinisani ekonomskim činiocima. Mediji

iz Mladenovca, Pirota, Valjeva, Smedereva, Kikinde i Kraljeva imaju manje od troje angažovanih ili zaposlenih novinara, a za to urednici jednoglasno kao glavni razlog navode nedostatak novca. „Imam novinara onoliko koliko mogu da zarade sebi za platu, a da se zaradi ne može mnogo”, navodi jedan od ispitanika. Dok samo tri ispitanika medija imaju od troje do šestoro ljudi u redakciji, među koje spadaju portal iz Vršca, Sremske Mitrovice i Kruševca. U samom začetku analize uočava se da dva lokalna medija iz severne Srbije prednjače po kadrovskoj osnovi u odnosu na druge analizirane medije. U najboljem slučaju, urednik na raspolaganju ima još dva novinara koji prate lokalne događaje i rade kao web masteri usklađujući sadržaje na stranici i ažurirajući vesti. Ali je najčešće slučaj da je urednik i novinar, sekretarica, fotograf, po potrebi i snimatelj, vozač, web master, kao i da se u toku radnog dana, osim novinarskim, bavi i organizacionim, tehničkim, administrativnim, ekonomskim i drugim pitanjima važnim za opstanak njegovog medija. Iz odgovora ispitanika proizlazi da lokalno online novinarstvo počiva na entuzijazmu jednog ili tek nekoliko pojedinaca, koji uviđaju značaj postojanja lokalnog portala, uprkos mnogobrojnim poteškoćama u radu. Polovina angažovanih novinara su srednje stručne spreme, dok druga polovina ima diplomu državnih fakulteta pretežno društveno-humanističkih nauka. Urednici lokalnih medija često navode kako im stepen stručne spreme, kao i formalno obrazovanje nisu važni jer, kako ističe jedan od urednika, „važno je da je dobar radnik i čovek, sve ostalo se dá naučiti”. Tek dva portala imaju zaposlene diplomirane novinare, među kojima su Sremska Mitrovica i Vršac. Stalno zaposleni su retka kategorija u lokalnim online medijima. U većini slučajeva novinari su angažovani honorarno, što će reći bez prijave i zdravstvenog osiguranja, ili se navodi da u mediju novinari jednostavno volontiraju. Iznenađujuć je bio odgovor urednika iz Bora da njegov mediji ima više od deset angažovanih novinara, da bi potom pojasnio da zapravo pomenuti lokalni portal „u životu” održavaju volonteri, srednjoškolci ili studenti novinarstva kojima online služi za obavljanje prakse. Sudbinu svojih novinara uglavnom dele i urednici, pa tako jedan urednik medija iz centralne Srbije navodi: „Voleo bih i ja da imam zdravstvenu knjižicu, ali šta da se radi kad je situacija takva kakva je”. Ekonomski položaj lokalnih online novinara je loš, što proizlazi od neregulisanog načina finansiranja ove vrste medija. Na pitanje izvora finansiranja lokalnih online medija odgovori su šarenoliki. Možda najslikovitiji odgovor u dve reči i najbolji opis situacije dao je jedan od urednika – „snalazimo se”. Projektno finansiranje osnovni je izvor prihoda za medije iz Kruševca, Pirota, Sremske Mitrovice, dok je kombinacija projektnog finansiranja i zarada od oglašavanja u slučaju Kraljeva, Bora i Valjeva. Primetno je da dva najmlađa medija iz grupe analiziranih – Mladenovac i Kikinda, opstaju isključivo zahvaljujući reklamama. Smederevski portal kao glavni model navodi novac iz privatnih izvora, tj. kapital vlasnika-osnivača, dok jedini preostali ispitanik urednik iz Vršca navodi da nijedan od ponuđenih modela ne odgovara načinu

poslovanja njegovog medija, pritom ne želeći da otkriva izvore prihoda. Najzad, dva urednika, koja su naročito u ovom odeljku insistirala na anonimnosti, priznaju da im za „pružanje medijskih usluga” donacije stižu i od lokalnih vlasti, kao i od poslovnih partnera. „To nije često, ali ponekad finansijska injekcija zna dobro da dođe, naročito pred kraj godine”, uverava jedan od urednika iz centralne Srbije. Tako se potvrđuje teza Kovača i Rozenstila (Bill Kovach, Tom Rosenstiel) da se najpogubniji uticaj vlasnika korporacija, oglašivača i političkih moćnika ogleda u lokalnim medijima. Ekonomski uticaj lokalnih centara moći na online medije i ne čudi uzevši u obzir da mesečna plata u polovini online medija – iznosi između 20.000 i 30.000 dinara, a samo urednik iz Kraljeva tvrdi da su mesečne zarade u njegovom mediju između 40.000 i 50.000 dinara. Dakle, tek jedan medij se približio prema zaradama prosečnoj plati u Republici Srbiji, koja je prema poslednjim podacima Republičkog zavoda za statistiku u januaru 2019. iznosila 54.521 dinar. Ipak, urednici iz Kruševca, Bora i Smedereva nisu želeli da govore o prosečnim zaradama navodeći da je to poslovna tajna. Naročito su interesantni polarizovani stavovi profesionalne online zajednice o tome ko bi trebalo da uvidi značaj lokalnih online medija i pomogne njihovom opstanku. Polovina ispitanika označila je da njihovi sugrađani treba da prepoznaju važnost lokalnih medija za zajednicu i da učestvuju u finansiranju rada lokalnih portala, jer bi jedino finansiranjem putem pretplate građana bilo obezbeđeno objektivno i nepristrasno izveštavanje. „Kada mogu javni servisi da se finansiraju od pretplate, a zašto ne bi mogao i naš sajt?”, pita se jedan od urednika iz centralne Srbije. Urednici iz Kraljeva i Kruševca navode da je na samim lokalnim online medijima da pronađu modus za opstanak na tržištu, ali uz povremenu podršku države. Ispitanici koji rukovode portalima u Smederevu i Pirotu isključivo tvrde da država treba da nastavi sa praksom finansiranja lokalnih medija, a urednik iz Vršca smatra da je dužnost jedinice lokalne samouprave da pomogne lokalnim portalima, što je sasvim izvesno i odgovor na pitanje o načinu finansiranja ovog medija čiji urednik nije želeo da odgovori odakle obezbeđuju novac za rad. Uočeno je i to da su pojedini stavovi o modalitetu finansiranja lokalnih medija u korelaciji sa dosadašnjim načinom obezbeđivanja sredstava. Tako su ispitanici koji svoj opstanak na tržištu obezbeđuju zahvaljujući donacijama lokalnih vlasti ili poslovnih partnera naveli da bi lokalna samouprava ili država trebalo da nastave da finansiraju njihov rad. Sa druge strane, za modalitet samoregulacije tržišta zalažu se oni mediji koji nisu deo projektnog finansiranja i koji su do sada opstajali oslanjajući se na sopstvene resurse i zarađujući od oglašavanja.

Odnos prema građanskom novinarstvu i tehnološka opremljenost

U vremenu kada je finansiranje lokalnih medija problematično, a profesionalni resursi skromni, istraživanje ukazuje da se lokalni online urednici dovijaju na sve moguće načine da proizvedu sadržaj koji će biti što kvalitetniji i uz to što jeftiniji. Tom prilikom koriste mnogobrojne prednosti novih medija i društvenih mreža, ne samo kao kanal besplatne komunikacije sa publikom, već i kao izvore za priču. Ispitanici pretežno imaju pozitivan stav prema građanskom novinarstvu. Tako sedam od deset urednika navodi da im građani povremeno šalju fotografije, snimke ili predloge za priču, dok urednici iz Pirota, Mladenovca i Kraljeva tvrde da su zahvaljujući društvenim mrežama svakodnevno u kontaktu sa svojom publikom. Prednost društvenih mreža najviše koriste onlajn mediji iz Bora, Kraljeva i Smedereva jer su pozitivno odgovorili da imaju više od četiri društvene mreže. Svi analizirani lokalni online mediji imaju svoj Facebook nalog. Ovu društvenu mrežu stavljaju na prvo mesto po učestalosti upotrebe i razmene informacija sa svojim korisnicima. Popularnost Fejsbuka, prema podacima datog istraživanja, ne ugrožavaju druge društvene mreže i, kako navodi jedan od ispitanika, „Fejs je desna ruka svakog novinara i bez njega se ne može raditi“, dok drugi urednik tvrdi „prvo Fejsbuk, pa onda sve ostalo“. Zatim sledi Twitter koji poseduje osam od deset lokalnih portala. Najmlađi portal iz Kikinde nema Twiter nalog, kao ni medij iz Sremske Mitrovice, koji ima profesionalno obučeni kadar ali ne i tehnološki naprednu redakciju. Analiza pokazuje da u lokalnim medijima „osnovni paket“ društvenih mreža podrazumeva Fejsbuk i Tviter, dok ispitanici uglavnom odgovaraju kako tek nameravaju da se obuče i za korišćenje novih kanala. Youtube i Instagram ne koriste portali: Sremska Mitrovica, Valjevo, Vršac, Kikinda, Kruševac, dok samo Instagram nema Mladenovac. Jedino urednik iz Bora navodi da je njegov portal, nekoliko dana pre prve faze ovog istraživanja, aktivirao i Viber Public Chat. „Viber je sjajna stvar, jer čim se nešto dogodi meštani mogu da nam jave. Sada mnogo brže ide nego preko Facebooka“, kaže ovaj ispitanik. Da savremeni online mediji ne mogu bez društvenih mreža ukazuje i to da su svi ispitanici odgovorili da svakodnevno koriste društvene mreže i da odmah po postavljanju vesti na sajt u roku od sat vremena ista vest se nađe na najmanje jednoj društvenoj mreži. Ispitanici navode i da su, zahvaljujući tehnološkoj opremljenosti, istraživali strukturu svoje publike, posećenost, kao i da svakodnevno prate čitanost vesti. Prosečna poseta lokalnih portala iznosi od 1.500 do 5.000 jedinstvenih poseta dnevno, a tek urednik iz Smedereva navodi: „Ponekad umemo da prebacimo i cifru od 10.000 dnevnih ulazaka na sajt“, što i ne čudi s obzirom na to da je ovo medij sa najdužom tradicijom u istraživanju i da koristi više kanala komunikacije. Na pitanje koje njihova publika, sedam od deset njih odgovara da su čitani u gradu ali i u okolnim gradovima u regionu, dok urednici iz Valjeva i Mladenovca navode da njihov portal posećuju isključivo meštani. Samo urednik iz Kraljeva navodi da čitanost nadilazi lokalne okvire i da njihov medij posećuju iz gotovo svih

krajeva Srbije. Na pitanje kako biraju vesti koje objavljuju mišljenja su podeljena: šest portala navodi da objavljuje lokalne, ali i vesti koje se tiču okolnih gradova, tri urednika iz Mladenovca, Kikinde i Valjeva odgovaraju da objavljuju isključivo vesti lokalnog karaktera jer, kako kažu, nemaju kapaciteta da pokriju i druge delove zemlje, niti da za tu vrstu vesti postoji zainteresovanost. Na pitanje zašto publikuju samo sadržaj lokalnog karaktera jedan od sagovornika iz severne Srbije navodi „što se u mom selu tiče šta se radi u Beogradu, time neka se bave ovi 'veliki', mi pišemo o problemima i mukama našeg naroda”. Dok samo portal iz Kruševca objavljuje sve vrste vesti – od lokalne do onih koji se tiču regiona i sveta. Ipak, ispitanici koji rukovode lokalnim medijima od severa do juga Srbije nemaju dilemu koja vrsta vesti je najčitanija na njihovom sajtu. Na prvo mesto online urednici stavljaju vesti iz crne hronike ili kako jedan od njih navodi: „pre svih ti dođu izveštaji o saobraćajnim nesrećama, hapšenjima, teškim ubistvima i samoubistvima, remećenju javnog reda i mira”, dok drugi ispitanik dodaje: „nažalost, crna hronika, to kad imaš, sigurno je velika čitanost taj dan”. Iako je možda očekivano da, zbog pritiska lokalnih funkcionera, vesti iz politike budu najčešće objavljujivane i najčitanije, one se nalaze na drugom mestu. Slede izveštaji o gradskim dešavanjima, intervjui sa poznatim sugrađanima, „tope ljudske priče” i autorski tekstovi... Ispitanici uviđaju višestruki značaj građanskog novinarstva za njihovu vrstu posla, pa tako osmoro njih navodi kako bi voleli da su edukovaniji i tehnološki opremljeniji za korišćenje najnovijih kanala komunikacije sa publikom i osavremenjivanje sajta, dok urednici iz Bora i Kraljeva smatraju da imaju dovoljno znanja, što proističe i iz njihove raznolike upotrebe društvenih mreža. Zanimljivo je da nijedan ispitanik nije najvišu ocenu dao za opremljenost svog portala. Brzinu, starost i kvalitet opreme na kojoj rade polovina je ocenila ocenom vrlo dobar – 4, preostala četiri portala ocenjuje kao dobar 3, dok je urednik iz Valjeva bio najpesimističniji i dvojkom ocenio tehniku u svojoj redakciji.

Prepreke u radu i budućnost lokalnog novinarstva

Mnogobrojne su prepreke sa kojima se svakodnevno suočavaju oni koji informišu svoje sugrađane. Važan deo ovog istraživanja odnosi se na stavove profesionalnih delatnika u online sferi o tome kako percipiraju budućnost svog posla. Na pitanje šta je ključno da bi portal opstao i poslovao na lokalnom nivou odgovori se mogu grupisati u nekoliko segmenata. Prvi i ključni segmenat odnosi se na finansije. „Ključno za opstanak portala na lokalnom nivou (ako nisu bliski vlasti i ako teže objektivnom informisanju) jeste nedostatak finansija. Taj nedostatak je najčešće uzrokovan političkim pritiscima na potencijalne lokalne oglašivače da ne 'pomažu' rad portala koji je objektivan, pa samim tim i kritički nastrojen prema lokalnoj samoupravi. Nedostatak finansija je takođe i posledica loše ekonomske situacije i nepostojanje ozbiljne privredne delatnosti”, navodi jedan od ispitanika iz centralne Srbije. Sličnog

mišljenja su i ostali ispitanici, pa se tako finansije uočavaju kao glavna briga – „način finansiranja, odnosno poslovni model je ključan za opstanak medija na lokalnu”, navodi još jedan od ispitanika i dodaje kako bez jasnog definisanja tog modela nema „tačnog, blagovremenog i nepristrasnog informisanja”. Drugi urednik kaže da je poverenje uz lokalpatriotizam ključni recept za kvalitetan rad. „U malim gradovima se ljudi poznaju i uvek se sazna ko kog finansira i ko koga podržava, jer se sve pre ili kasnije svede na to. To što neko opstaje na tržištu ne znači da je dobar, može biti obična marioneta lokalne vlasti ili opozicije od kojih se finansira. Nezavisnost je jedina opcija. A to znači da dobar deo posla radite volonterski, ali, sa druge strane, to znači da jedino vi objavljujete prave informacije i ljudi vam veruju. Kada volite svoj grad onda vas ne mogu kupiti lokalni tajkunčići i politikanti. A kada vas ne mogu kupiti onda ste slobodni a vaša reč ima ozbiljnu težinu”, navodi jedan od ispitanika iz centralne Srbije. U drugu grupu faktora koji utiču na rad i opstanak lokalnih online medija su oni političke prirode koji su nužno isprepleteni sa ekonomskim činionicima. „Nažalost, u negativnom kontekstu to je politička obojenost vlasnika portala (medija). Nema dovoljno finansijskih sredstava i oglašivača iz realne privrede te se online mediji najčešće finansiraju iz gradskih budžeta kroz projektno finansiranje i kroz oglašavanje od strane javnih preduzeća. Ako bi lokalni online mediji zavisili od oglašivača iz privatnog sektora odavno bi svi bili zatvoreni. Da bi se obezbedila naklonost javnih preduzeća i veća projektna sredstva kroz projektno finansiranje lokalni online mediji zavise od političke volje pojedinaca, što utiče i na načine izveštavanja o važnim temama za građane i građanke”, navodi jedan od urednika. U treću grupu ključnih faktora mogu se klasifikovati oni tehničko-tehnološke prirode. „Tehničko-grafička podrška je najvažnija. Zakup kod velikih servera je skupa stvar, pa se dešava da portal padne kada ima veliku posetu, jer lokalni (jeftiniji) provajder nema kapacitet da isprati veliku posećenost”, odgovara jedan od lokalnih urednika iz istočne Srbije. Najzad, četvrtu grupu faktora čine profesionalni resursi o kojima je već bilo reči u radu. Dva ispitanika navode da su kvalitetni novinari, odnosno, kako ih jedan od njih naziva, „radna snaga” osnova svakog dobrog online medija, pa i lokalnog. Ipak, kada je zatraženo da od svega navedenog označe najveću prepreku za profesionalno obavljanje svog posla, šest urednika navelo je da je nedostatak finansija najveća prepreka, ostatak uzorka podeljen je: te su tako dva sagovornika navela da je veći problem od novca konstantan pritisak lokalnih vlasti, dok je neregulisano tržište za preostalo dvoje urednika najveća opasnost, uz, kako kažu, „nejasna pravila igre u medijskom svetu”. Kada podvuku crtu – nezadovoljni uslovima rada, zastarelom opremom ili neizvesnom sudbinom njihovog medija, kao ključne prednosti bavljenja ovim poslom navode svoju publiku sa kojom su u svakodnevnom kontaktu, ljubav prema gradu u kome rade i, kako navodi jedan od ispitanika – „to što na kraju radnog dana znam da moja vest po čitanosti tuče ove velike”. Kod dobre većine ispitanika uočen je taj rivalitet i konstantna borba sa većim, a samim tim i finansijski stabilnijim medijima, kao i želja za dokazivanjem

da lokalni mediji imaju svoju funkciju. Na pitanje kako bi ocenili svoj portal kada je reč o kvalitetu informisanja lokalnog stanovništva ispitanici su dali prosečnu ocenu 3.5.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Lokalno online novinarstvo u Srbiji zaista se nalazi, kako piše Anderson, „na ivici”. Ipak, zadivljujuć je entuzijazam onih koji rukovode ovim medijima – uprkos svim iznetim podacima u istraživanju o minimalnoj mesečnoj zaradi, volonterskom radu, pritiscima lokalnih vlasti i nedovoljnoj tehnološkoj opremljenosti. Izuzev saglasnosti o korisnosti građanskog novinarstva, homogenost u stavovima lokalnih online novinara ogleda se i u percipiranju budućnosti profesije. Paradoksalno trenutnoj situaciji, čak osam urednika smatra da lokalno online novinarstvo ima budućnost, dok urednici iz Mladenovca i Smedereva ukazuju kako nisu sigurni da će sfera lokalnog online novinarstva preživeti. Kao glavni argument skeptičnosti jedan od njih navodi da su „mnogo veći mediji u krizi, a kamoli mi mali lokalci”. Zanimljivo je da na pitanje o perspektivi lokalnog online novinarstva nijedan ispitanik nije imao izričito negativan stav. Po svim ostalim pitanjima, stavovi profesionalne online zajednice polarizovani su i višeslojni, a u tom pogledu trend se nastavlja.²³ Ekonomska varijabla za većinu ispitanika označena je kao ključna, i s tim u vezi nije uočena razlika u odnosu na geografski položaj i grad u kome medij posluje. U krizi su lokalni mediji i na severu Srbije, podjednako i u centralnoj i zapadnoj Srbiji, baš kao i na jugu. I to bez obzira na visinu prosečne zarade i životni standard stanovništva. Visina zarada i broj zaposlenih su obrnuto proporcionalni. Što je manji broj zaposlenih oni mogu zaraditi i između 30 i 40.000. Kada je reč o zaradama, u datom istraživanju jedino odskače primer Kraljeva koji opstaje zahvaljujući kombinovanom modelu projektnog finansiranja i oglašavanja. Intervjuisani urednik navodi da su dobro plasirane reklame ključ opstanka, uz, naravno, neizbežnu pomoć države. Podeljenost profesionalne zajednice najizraženija je u stavovima o načinu finansiranja lokalnih medija. Ovaj problem u Srbiji, nakon više od decenije burne rasprave, nije rešen. Istraživanje ukazuje da oni mediji koji se finansiraju od oglašavanja nedostatak novca vide kao glavni izazov, dok ispitanici kojima egzistenciju obezbeđuje projektno finansiranje političke pritiske percipiraju kao glavnu prepreku online novinarstvu. Uprkos tome, ne odbacuje se paternalistički obrazac – da država ili lokalna samouprava budu zaštitnici i izvori finansiranja lokalnih medija. Ipak, najmlađi mediji, oni koji su poslednji osnovani u grupi analiziranih, poput Kikinde i Mladenovca, donose i nova rešenja – finan-

²³ Videti istraživanje autorki Milojević, Ugrinić.

siranje putem oglašavanja, što kod nešto ranije pokrenutih portala još nije zaživelo. Ipak, upitan je i obrazac finansiranja isključivo putem reklama jer, kao što je navedeno, urednik iz Mladenovca skeptičan je po pitanju budućnosti ove vrste novinarstva, a zaradu koju navode mediji koji se finansiraju samo reklamama je između 20–30.000 dinara. Prepušteni na milost samo lokalnom reklamnom tržištu bez pomoći države, ovi mali mediji nemaju mnogo izgleda da prežive. Zato se u ovom istraživanju kristališu i ideje online novinara o građanima kao partnerima i sufinansijerima i istovremeno adekvatnoj zameni za državu. Kako bi ostvarili što bliži kontakt sa potencijalnim finansijerima, potrebno je da lokalni novinari i urednici usavrše svoja znanja o društvenim mrežama, za šta, prema nalazima ovog rada, ima i te kako prostora. Ugledajući se na primer Kraljeva, Bora i Smedereva, njihove kolege tek treba da otkriju prednosti novih kanala komunikacije. „Trendovi” u novinarstvu se menjaju, ali u korak sa njima ne idu mnogi lokalni mediji. Primer portala iz Smedereva ukazuje na povezanost povećane čitanosti i upotrebe društvenih mreža, dok Kraljeva pokazuje da su okviri čitanosti portala prošireni sa većom upotrebom mreža. To posledično dovodi i do većeg tržišta za oglašavanje. Oblast online novinarstva u Srbiji zakonski nije dovoljno regulisana, a finansiranje i oglašavanje uz to lokalnih online medija još manje. Ovaj rad identifikovao je dva moguća pravca budućih istraživanja lokalnog online novinarstva. Prvi pravac tiče se odnosa ekonomije i politike u lokalnom online novinarstvu. Metodom novih dubinskih intervjua moguće je istražiti relacije modela projektnog finansiranja pojedinih online medija i pritisaka nosilaca političkih funkcija u jedinicama lokalne samouprave. Drugi pravac istraživanja tiče se veze građanskog i lokalnog online novinarstva. Neophodno je istražiti šta sve građansko novinarstvo može da ponudi medijima koji posluju u mikrosferi i na koji način može pomoći njihovom opstanku na tržištu – što je u vremenu krize novinarske profesije zadatak broj jedan.

BIBLIOGRAFIJA

- [1] Allan, Stuart, *Online news: Journalism and the Internet*, Open University Press, New York, 2009.
- [2] Aldridge, Meryl, *Understanding the Local Media*, Open University Press, New York, 2007.
- [3] Anderson, Chris, *Rebuilding the news – Metropolitan journalism in the Digital Age*, Temple University Press, Philadelphia, 2013.
- [4] Baines, David, “Hyper-local News: A Glue to Hold Rural Communities Together?”, *Local Economy*, vol. 2, no. 27, 2012, pp. 152–166.
- [5] Brautović, Mato, *Online novinarstvo*, Školska knjiga, Zagreb, 2011.

- [6] Brautović, Mato, „Hiperlokalni mediji i prevladavanje krize”. U: Turčilo, L. Buljubašić, B. (ur.), *Vjerodostojnost medija – izazovi globalizacije i specifičnosti regiona*, Fakultet političkih nauka, Institut za društvena istraživanja, Sarajevo, 2012, str. 310–331.
- [7] Cafarella, Jane, “Training in the suburban newsroom”, *AsiaPacific Media Educator*, University of Wollongong Australia, vol. 10, no. 2, pp. 6–15.
- [8] Cox Harevy, Morgan David, *City Politics and the Press: Journalists and the Governing of Merseyside*, Cambridge University Press, Cambridge, 1973.
- [9] Drašković Brankica i Gruhonjić Dinko, „Svojinska transformacija medija u Srbiji – primer lokalnih medija”. U: Vladislava Gordić-Petković (ur.), *Godišnjak Filozofskog fakulteta*, Novi Sad, 2015, str. 107–119.
- [10] Fjorović, Anuška, „Lokalno online novinarstvo: portali na području Dubrovnika”, *Medianali*, vol. 7, no. 13, str. 37–51.
- [11] Jackson, Ian, *The Provincial Press and the Community*, Manchester University Press, Manchester, 1971.
- [12] Kastels, Manuel, *Moć komunikacije*, Klio, Beograd, 2014.
- [13] Kovach, Bill, Rosenstiel, Tom, *The Elements of Journalism*, Atlantic Books, London, 2003.
- [14] Krejg, Ričard, *Onlajn novinarstvo*, Klio, Beograd, 2005.
- [15] Marijana Matović, „Novinarstvo i medijska industrija u Srbiji: borba za očuvanje profesionalizma”, *CM Communication and Media*, no. 24, 2012, str. 133–149.
- [16] McNair Brian, “News from a small country – The media in Scotland”. In: Bob Frenklin (ed.), *Local journalism and Local Media-Making the local news*, Routledge, New York, 2006, pp. 37–48.
- [17] Metzgar E., Kurpius D., Rowley K., “Defining hyperlocal media – Proposing framework for discussion”, *New Media Society*, vol. 13, no. 5, pp. 772–787.
- [18] Mihajlović Prokopović, Anka, “Local media in Serbia, within new media laws”, *Facta Universitatis*, vol. 13, no. 3, pp. 95–109.
- [19] Milivojević Snježana, Mihailović Srećko, *Lokalni mediji u Srbiji i razvoj lokalne zajednice*, Friedrich Ebert Stf., Beograd, 2004.
- [20] Milojević Ana, Ugrinić Aleksandra, „Spremnost novinarske zajednice u Srbiji za tehnološke pomene”. U: Rade Veljanovski (ur.), *Verodostojnost medija: dometi medijske tranzicije*, Fakultet političkih nauka, Beograd, 2011, str. 133–151.
- [21] Pavlik, John, *Journalism and New Media*, Columbia University Press, New York, 2001.
- [22] Phillips, Angela, *Journalism in context – Practice and Theory in digital age*, Routledge, London & NY, 2014.
- [23] Pinker, Robert, “Regulating the local press”. In: Bob Franklin (ed.), *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*, Routledge, New York, 2006, pp. 115–126.

- [24] Radojković, Miroljub, „Mediji civilnog društva u Srbiji”, *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, vol. 3, no. 9, 2008, str. 5–23.
- [25] Radojković, Miroljub, „Mediji i javni interes: ogled na primeru Srbije”. U: Viktorija Car, Marijana Matović i Lejla Turčilo (urs.), *Mediji i javni interes*, Fakultet političkih znanosti, Zagreb, 2015, str. 7–19.
- [26] Zelizer, Barbie, *Changing Faces of Journalism: Tabloidization, Technology and Truthiness*, Routledge, New York, 2009.

Jelena Petrović

LOCAL ONLINE MEDIA IN SERBIA – CHALLENGES AND PERSPECTIVES

Abstract

The subject of this research is local online media in the Republic of Serbia. The goal of the paper is to identify the main challenges for local portals. Methodologically, the paper is based on the deep interview method. Portals were explored in 10 cities across Serbia. Online media from cities with between 30.000 and 120.000 inhabitants were taken as an analysis unit. This paper explored the economic situation of local online media and their relationship to technological changes and civic journalism. The interview included ten editors of local online media. These editors estimate that, having in mind the available economic resources, they inform their public very well. The results indicate that the lack of finance and political pressures along the unregulated market are the biggest challenges for local newsrooms. Nevertheless, eight respondents claim that local online journalism has the future.

Key words:

Online journalism, local media, challenges, new technologies, financing, the future.