

STANJE I PERSPEKTIVE ISTRAŽIVANJA U OBLASTI MEDIJA: ZAŠTO NEMA DOVOLJNO MEDIJSKIH/NOVINARSKIH ISTRAŽIVANJA?

Sažetak: U radu će se problematizovati perspektive iz kojih se istražuju mediji kod nas. Vodeće paradigme su sociologija medija, koja se oslanja na sociološku tradiciju i kritička analiza medijskog diskursa, koja se oslanja na lingvističke metode i tehnike. Istraživanja medija su skrajnula novinarska istraživanja tako što su problematizovanje novinarske prakse podvela pod medijska istraživanja, što se ne može smatrati odgovarajućim pristupom. Postojanje samo jednog akreditovanog specijalizovanog časopisa i jednog koji je tek u nastajanju dodatno ograničava istraživačku motivaciju i realizaciju. Istovremeno postoji, barem kvantitativno, naučni potencijal s obzirom na to da se na dvanaestak visokoškolskih ustanova na odgovarajuće načine izučava žurnalistika, mediji, odnosno komunikologija.

Cljučne reči: kritička analiza medijskog diskursa, naučnoistraživački kadar, časopisi.

1. Medijska istraživanja - moguća klasifikacija

Medijska istraživanja su nužno interdisciplinarna¹. Uvek se oslanjaju više na jednu od disciplina za svako pojedinačno istraživanje definisanom teorijsko-metodološkom konceptu.

Dva su osnovna motiva za interdisciplinarna istraživanja.

Prvi je da se interdisciplinarno izučavaju one pojave koje su ostale van interesovanja matičnih nauka, to jest onih koje ih prevazilazile.

Drugi motiv je mogućnost da se stari predmeti pojedinih nauka sagledavaju iz novog ugla - interdisciplinarnom saradnjom.

Ta saradnja može biti na različitim nivoima i različitog stepena:

A) od sagledavanja istog problema sa stanovišta različitih disciplina, svaka na svoj način i svojim metodama,

B) do ujedinjenja znanja svih disciplina angažovanih na proučavanju istog problema i ostvarivanja kreativne simbioze.

¹ Opširnije u Valić Nedeljković Dubravka, *Radijski intervju*.

Interdisciplinarnost podrazumeva dinamičnu saradnju, koja je proizvod konkretnih potreba i okolnosti.

Svrha interdisciplinarnog pristupa istraživanju fenomena medijskog sektora je brisanje granica među naukama i prevazilaženje zatvaranja u stroge okvire pojedinih disciplina, ohrabrivanje istraživača da složene pojave posmatraju sa stajališta više različitih pristupa i aspekata. Transfer znanja doprinosi boljem razumevanju složenih medijskih fenomena.

Budući da su mas-mediji kompleksni, proučavanjem ovog složenog i specifičnog tipa komuniciranja "celine socijalno-psiholoških zbivanja koja prate i objedinjuju osnovne momente kretanja poruke od komunikatora do recipijenta i obratno" (Srđić, 1979, 129) bave se mnoge nauke, samostalno i interdisciplinarno.

Već u navedenoj, jednoj od mogućih definicija masovnog komuniciranja, uočava se neophodnost angažovanja raznih disciplina u istraživanjima medijskih fenomena:

a) Monodisciplinarnih nauka

- lingvistike
- psihologije

B) multidisciplinarnih nauka

- sociologije
- politikologije

Istraživanja masovnih medija uključuju lingvistiku, filozofiju i logiku, pravo i ekonomiju, sociologiju i politikologiju, psihologiju.

1.1. Lingvistiku

Ukoliko se fokusira najčešći posrednik u medijskoj komunikaciji, prirodni jezik ("sistem znakova namenjen komunikaciji u nekom društvu", Sosir 1969), lingvistika se nameće, kao disciplina kojoj je jezik istraživački zadatak, za jednu od značajnijih članica interdisciplinarnog tima u komunikološkim istraživanjima.

Sama lingvistika je, s druge strane, istovremeno u interdisciplinarnom odnosu sa psihologijom, sociologijom, antropologijom i drugim naukama kojima su u središtu pažnje kulturni modeli društvenog ponašanja koji uključuju komuniciranje, bilo implicitno, bilo eksplicitno (Jakobson 1971, 663).

Pragmatička lingvistika se bavi jezičkom upotrebom i predstavlja "novu perspektivu" za tumačenje jezika u komunikaciji.

Sociolingvistika analizira jezik u društvenom kontekstu.

Psiholingvistika proučava jezik i kognitivni razvoj.

1.2. Filozofiju i logiku

Logičari i filozofi takođe su se bavili značenjem iskaza (Vitgenštajn 1980; Serl 1987; Ostin 1994).

Rezultat njihovog promišljanja danas je jedna od najproduktivnijih teorija - teorija komunikativnih činova, o kojoj je i u domaćoj literaturi pisano (up. npr. Pupovac 1990, Savić 1993, Vučković 1995, Vasić 1995).

Osim toga, teorije etike i estetike, koje filozofija posebno razmatra, nerazdvojna su komponenta medijskog sektora.

Logičke greške i modeli ubeđivanja deo su svakodnevne novinarske prakse (Damjanović 2009).

1.3. Pravo i ekonomija

Normiranjem medijske prakse (javnog komuniciranja), pa i upotrebom prirodnog jezika u pravnim dokumentima, bave se pravnici (up. Luković, M. 1994, Trkulja 2006, Todorović 2006, Vodinelić 2006).

Istovremeno, zakonodavstvo uključuje i normiranje i upotrebu službenog jezika i pisma u određenom društvu (državi), u čemu im pomažu lingvisti.

S druge strane, lingvistika se bavi istraživanjem pojedinačnih stilova komuniciranja, pa tako i jezika administracije, zakona.

Interdisciplinarnost je imanentna ovakvim istraživanjima.

Medijski sektor je jedna od najprofitabilnijih industrija danas. Edgar Moren (1979) je naziva perolaka industrija.

Medijske kategorije se definišu ekonomskom terminologijom i pripisuju im se ekonomske funkcije.

Vest se definiše kao roba koja ima svog proizvođača (novinari), prodavca (mediji) i kupca (auditorijum) i od nje se traži da po svaku cenu donosi profit. Standardi i status profesije promišlja se u kontekstu ekonomskog položaja u društvu (na primer Radojković 2011, Milojević i Ugrnić 2011).

1.4. Sociologija i politikologija

Sociologija poznaje poddisciplinu "sociologija masovnog komuniciranja" (na primer Koković 2007).

Izučavajući mas-medije sociologija i politikologija posebnu pažnju posvećuju društveno-političkim fenomenima (na primer Kronja 2006, Roknić 2006, Valić Nedeljković 2008) koji utiču na funkcionisanje medijskog sektora, kao i interakciji medija, različitih centara moći (institucionalnih i vaninstitucionalnih) i auditorijuma.

1.5. Psihologija

Umetničke medijske poruke se dekodiraju, ne samo na nivou denotacije već uz pomoć procesa indentifikacije i projekcije, složenim mehanizmima kojima se bavi psihologija. One se konotiraju i tek na tom nivou u potpunosti se razumeju i ona skrivena značenja koja umetnici upućuju auditorijumu (na primer Milivojević, 2011).

Istraživanja medija bez razumevanja publike nemaju svhu. Procesi percepcije i recepcije su u domenu psihologije, a razvojna psihologija daje alatku za odgovore na pitanja kako uzrast uslovljava razumevanje medijskih poruka.

Tako se medijska istraživanja pozicioniraju tako da baštine tehnike i metode u okviru svih navedenih disciplina, ili kako je navedeno, u okviru samo jedne od njih.

Stoga je veoma zahtevno klasifikovati medijska istraživanja danas u Srbiji. Jedan od mogućih pristupa je kontekstualno klasifikovanje² i to utvrđivanje kategorija u odnosu na kontekst mesta, kontekst discipline i kontekst nosioca istraživanja.

2. Kontekst mesta

Tri su relevantna istraživačka centra u Srbiji kada su mediji u pitanju: Beograd, Novi Sad i Niš, u kojima se nalaze i istoimeni univerziteti koji su nosioci istraživanja. Osim toga, to su ujedno i centri sa najrazvijenim medijskim sektorom, kao i institutima, agencijama i nevladinim organizacijama, dakle subjektima koji, svaki na svoj način, sagledavaju javno komuniciranje kao dinamičnu društvenu oblast.

3. Konteksti discipline i nosioca istraživanja

U ovom samo okvirnom pregledu navešćemo tek deo najznačajnijih interesovanja za medijske fenomene u okviru različitih disciplina i institucija u kojima se istraživanja realizuju.

3.1. Univerzitetska istraživanja

Na Fakultetu političkih nauka u Beogradu (FPN), najstarijoj visokoškolskoj instituciji koja se bavi i medijskim istraživanjima, pojedini istraživači se interesuju za regulativu i medijsku politiku, komparativno u evropskom okviru, ali i za empirijska istraživanja medijskih sadržaja (izborna izvestavanje, tabloidi, žene u medijima, deca, tretman drugog...), a drugi za medijsko zakonodavstvo i javni servis, odnosno medijske sisteme. Veoma plodni istraživači interesuju se i za komunikološka pitanja, a u poslednje vreme i za nove medije. Ne bi valjalo izostaviti ni one koji se bave medijskim žanrovima. Svi na FPN se bave istraživanjima sa komunikološkog, sociološkog i politikološkog stanovišta, jer je novinarstvo smešteno na Fakultet političkih nauka jasno profilisano bazičnom ustanovom, tako da su noseće discipline iz te oblasti.

Nasuprot rečenom, u Novom Sadu Odsek za medijske studije pozicioniran je na Filozofskom fakultetu novosadskog Univerziteta. Time su i istraživačka interesovanja utemeljena na lingvističkim i sociološkim, odnosno psihološkim, pedagoškim, filozofskim i istorijskim znanjima. Na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu medijima se bave istraživači na Odseku za sociologiju koje zanima položaj medija u društvu; na Odseku za lingvistiku istraživače interesuje analiza diskursa, pa u okviru toga i medijskog. Time se bave istraživači iz perspektive aplikativne lingvistike, na primer analizirane su propagandne poruke, ali i neverbalna komu-

² Opširnije o kontekstima u Valić Nedeljković Dubravka, O novinarstvu i novinarima

nikacija itd; Odsek za anglistiku bavi se takođe analizom diskursa; na Odseku za filozofiju, filozofijom medija bave se sa etičkog stanovišta; na Odseku za pedagogiju istraživači se interesuju za komunikaciju sa vaspitno-obrazovnog stanovišta, a takođe su na ovom departmanu zainteresovani i za pitanja koja se tiču medijske pismenosti; Odsek za psihologiju zanima percepcija i recepcija medijskih poruka; na Odseku za istoriju interesovanja su, prirodno je, okrenuta istoriji novinarstva. Osim navedenih, naravno da se i drugi bave medijskim istraživanjima sa stanovišta korpusa na kojem rade, ili sa stanovišta same medijske prakse, a najaktivniji su istraživači sa Odseka za medijske studije, koji u fokus stavljaju medijske žanrove, pojedine tipove medija, pre svega kroz kritičku analizu medijskog diskursa kao osnovni teorijski okvir svojih istraživanja.

Odseku je u okviru interdisciplinarnih istraživanja ministarstvo za nauku odobrilo četvorogodišnji projekt (2010-2014) *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovni promene* u kojem učestvuju 44 istraživača sa 8 fakulteta iz Srbije, dva javna servisa i gosti istraživači iz Hrvatske.

U Nišu na Filozofskom fakultetu istraživači se bave sopstvenim preferencijalima, pa u sklopu toga i medijima. Do sada nije bilo zajedničkog istraživačkog projekta koji je u fokusu imao istraživanje medija ili medijske politike.

3.2. Naučni instituti

U Srbiji se i različiti naučni instituti bave medijima.

Centra za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka u Beogradu izdvajamo kao najrelevantniji za medijska istraživanja. Radi redovna istraživanja javnog mnjenja o ekonomskim, političkim i etničkim problemima; zatim specijalna istraživanja vrednosti, korišćenja, efekata, sadržaja i kredibiliteta medija, političkog i izbornog ponašanja, političkog marketinga, omladine, društvene elite, korišćenja slobodnog vremena, kao i istraživanja tržišta.

Znači, u okviru javnomnjenjskih sondaža uvek se ispituje zainteresovanost za aktuelna zbivanja, učestalost korišćenja svih vrsta medija, poverenje u medije i najkredibilniji izvor informacija. Postoji elektronska baza podataka sa rezultatima sondaža za poslednje dve decenije. Poslednja sondaža je iz novembra 2010.

Komercijalna istraživanja Centra za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka jesu istraživanja medijskih preferencija ciljnih grupa publike (interesovanja, informativnih potreba, percepcije medijske ponude, zadovoljstva, odnosno nezadovoljstva ponudjenim sadržajima) metodom fokus-grupnih diskusija.

U poslednje vreme rade se i istraživanja obrazovanja za medije - univerzitet-skog i drugih oblika.

Istraživači centra bave se još i istraživanjima medijskog sistema i medijske politike (transformacija medijskog sistema, regulativa, uloga javnog servisa, sloboda medija, mediji kao faktor demokratizacije), istraživanja sadržaja (izvestavanje u izbornim periodima, politički i socio-kulturni pluralizam u medijima, tretman

pojedinačnih tema / Kosovo, reforma sektora odbrane, imidž Evrope, politički život, ljudska prava) i kvalitativna istraživanja publike.

3.3. Udruženja građana i strane/domaće fondacije

Udruženja građana i strane/ domaće fondacije, pre svih one čija misija je sloboda medija i stvaranje boljeg okruženja za rad medija, ali i za novinare, po prirodi svog osnivačkog akta bave se i medijskim istraživanjima. Samo u najkraćem navodimo ključna istraživačka interesovanja ovih udruženja.

ANEM (Asocijacija nezavisnih medija) se fokusira na pravni monitoring medijske scene i procesa digitalizacije.

NUNS istražuje pre svega položaj novinara, a bavili su se transformacijom vlasništva medija.

Beogradske otvorene škole (BOŠ)

Na primer, Centar za proučavanje informacionih tehnologija (CePIT) BOŠa bavi se istraživanjem interneta.

Medijska dokumentacija Ebart takođe se bavi različitim istraživanjima. Jedno od poslednjih je Analiza uticaja *Zakona o informisanju* na teme, plasman i retoriku u srpskoj štampi, zatim Izvestavanje o EU.

Fondacija IREX - sustainability index

REX's Media Sustainability Index (MSI) je jedinstvena dubinska analiza uslova za rad nezavisnih medija u 80 zemalja u svetu, među kojima je i Srbija. Rezultati ove analize takođe su javno dostupni i na internetu.

4. Publikacije

4.1. Naučni i stručni časopisi

Medijska istraživanja pre svega se objavljuju u specijalizovanom naučnom časopisu CM (Beograd/Novi Sad), nacionalno kategorisanom.

Zatim, u časopisu MIOKO-mediji i okolina (Novi Sad) manje značajnom, ali mnogo modernije dizajniranom, sa uređivačkom politikom koja je osim naučnih favorizuje i stručne tekstove, kao i radove uglednih teoretičara medija.

Deset godina izlazi mesečnik Link, stručni časopis za podizanje profesionalnih standarda u elektronskim medijima, sa edicijom Link-plus, u kojoj su objavljivane monografije kako medijskih stvaralaca, tako i stručnjaka, odnosno istraživača.

NUNS izdaje publikaciju Dosije, u kojoj se objavljuju stručni tekstovi o položaju novinara u Srbiji.

Valja istaći da se i u drugim naučnim publikacijama, na primer politikološkim, sociološkim, lingvističkim, zatim povodom značajnih datuma pojedinih fakulteta (kao što su godišnjaci Filozofskog fakulteta u Novom Sadu i Nišu ili Fakulteta političkih nauka u Beogradu) objavljuju i tekstovi nastali kao rezultat medijskih istraživanja.

4.2. Medijske edicije

Odsek za medijske studije Filozofskog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu pokrenuo je ediciju *Medijska biblioteka*. Do sada je izašlo 8 monografija saradnika Odseka, koje su plod naučno-istraživačkog rada. U drugoj ediciji *Medijska istraživanja* do sada su izašla četiri zbornika radova u kojima su objavljeni rezultati naučnih istraživanja koja se na osnovu projekata realizuju na Odseku.

Novosadska novinarska škola u edicijama *Medijska sfera* i *Medijske reference* objavljuje rezultate longitudinalnog monitoringa pre svega medija u Vojvodini, ali i medija iz celog regiona jugoistočne Evrope. U okviru edicije *Medijske reference* izšlo je 6 knjiga, a u *Medijskoj sferi* 5 knjiga.

Izdavačka kuća CLIO ima posebnu ediciju *Multimedija*, u kojoj se objavljuju uglavnom prevodi monografija poznatih svetskih autora iz ove oblasti, mada ima i nekoliko naslova i domaćih medijskih istraživača.

5. Univerzitet u novom sadu odsek za medijske studije

Odseku za medijske studije Filozofskog fakulteta u Novom Sadu je malda obrazovno-istraživačka visokoškolska ustanova, osnovana 2004, koja od samog početka insistira na medijskim istraživanjima i osnaživanju mladog naučnog kadra. Fokus se stavlja na kritičku analizu medijskog diskursa (Kritičke studije diskursa) s obzirom na to da je osnovno obrazovanje većine zaposlenih lingvističko, ali sa interdisciplinarnom perspektivom na istraživanje medija.

Magistarski i doktorski radovi saradnika na Odseku u velikoj meri su u istraživačkom delu kao jednu od metoda imali i analizu medijskog diskursa.

Mnogobrojni istraživački projekti koji se na Odseku realizuju u središtu istraživačke pažnje imaju analizu medijskog diskursa. Imajući u vidu rečeno, kapacitet Odseka za medijske studije Filozofskog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu u analizi medijskog diskursa i kritičkoj analizi medijskog diskursa ima veliki naučno-istraživački potencijal.

Kritičke studije diskursa (Critical discourse Studies CDS), kao akademski pravac³ posebno su zainteresovane za teorijski format i kritičku analizu o diskursnoj reprodukciji moći i društvene neravnopravnosti. Detaljno se interdisciplinarno preispituje koncepte moći, pre svega vidovi zloupotrebe moći, odnosno dominacije, čiji rezultat su nejednakost i nepravda (Teun van Dijk, *Media nad Power*, 2008). Ovaj teorijski pravac je veoma produktivan kada je reč o rodnom kontekstu medijske reprodukcije moći i neravnopravnosti prema ženama kao marginalizovanoj društvenoj grupi.

Društvenu moć van Dijk (2008 : 13) definiše kao kontrolu nad grupama od strane jedne druge grupe i njenih članova. Moćne elite najpre odlučuju ko može da partcipira u nekom komunikativnom događaju, kada, gde i sa kakvim ciljem,

³ Podsetimo da se češće naziva kritička analiza diskursa.

da bi kontrolisale diskurse u kojima se komunikacija odvija. Tako se, na primer, kontrolisanjem medijskog diskursa može kontrolisati protok informacija u društvu, a time se indirektno i direktno utiče na sposobnost donošenja odluka u svakodnevi, bez obzira na to da li one utiču samo na dnevnu praksu pojedinca, ili čitave grupe, odnosno društva u celini (kada su na primer izbori u pitanju).

Najznačajnije za mas-medije jeste da se istražuju načini *pristupa* diskursu koje regulišu oni koji imaju moć.

U medijskim istraživanjima mora se odgovariti na nekoliko osnovnih pitanja da bi se dekonstruisali centri moći koji kontrolišu diskurse. To je po van Dijk (2008 : 36) pre svega:

- ko ima *pristup* proizvodnji vesti ili programa, i ko kontroliše *taj pristup*?
- Ko može da organizuje pres-konferencije za mnogo novinara?
- Čija saopštenja mediji prenose u celosti, a čija delimično?
- Ko je intervjuisan i citiran?
- Čije akcije su definisane kao vest?
- Čiji stavovi, pisma uredništvu su objavljeni?
- Ko može da učestvuje u televizijskim šouima?
- Čije definisanje društvene i političke situacije je prihvaćeno i objavljeno u medijima i shvaćeno ozbiljno (na taj način im je dat značaj).

Autore koji se bave kritičkom analizom diskursa, to jest kritičkim studijama diskursa, upravo zbog toga zanima kako su predstavljene marginalizovane grupe (manjine, izbeglice, raseljena lica, rasno markirane osobe, žene), i to u informativnim medijskim sadržajima koji imaju najviše uticaja na auditorijum, dakle vestima, izveštajima, intervjuima.

Kritičke studije diskursa mogu da ukažu i na to kako javni diskurs elita može da utiče na mnjenje građana i kakvu ulogu taj uticaj igra u reprodukciji društvenih struktura.

Rezultati istraživanja u okviru metoda i tehnika *Kritičke studije diskursa* važni su za medijsku publiku, jer mogu da upute auditorijum da bude svesniji ciljeva diskursivnih elita i kako javni diskurs može da dezinformiše, manipuliše, ili na neki drugi način da ih dovede u zabunu, tačnije da doprinese šumu u komuniciranju u javnoj sferi.

Kritičke studije diskursa mogu da dekonstruišu kako se očituje, na primer, rodnost u diskursnim strategijama nekog medija, i na osnovu toga daju preporuke za bolju praksu tako što će predložiti etički kodeks za izveštavanje o drugom i drugačijem (na primer S. Savić **Žena sakrivena jezikom medija: kodeks nesek-sističke upotrebe jezika**).

Etički novinarski kodeks kao rezultat izrađenog modela bolje prakse nakon istraživanja može da definiše pravila za: ponašanje redakcije, prikupljanje informacija, izbor tema, s tim u vezi i izvora, upotreba jezika, opšte vrednosti i profesionalne standarde. Na primer, takav model sa preporukama izrađen je 2010. za izveštavanje o nasilju u porodici⁴.

⁴ Veronika Mitro, *Izveštaj o analizi medijskog izveštavanja o nasilju u porodici i drugim oblicima rodno zasnovanog nasilja u Autonomnoj pokrajini Vojvodini*, radjeno u okviru projekta: Ka sveobuhvatnom

Ono što je posebno zanimljivo u razvijenim demokratijama je to da su diskurs-analitičari uspjeli da nametnu obavezne treninge na kojima obučavaju različite aktere društvene prakse, među kojima su i novinari, da budu svesni svojih diskursnih strategija koje na implicitnom nivou šire diskriminaciju i da ih obuče za bolju praksu. Takve treninge kod nas organizuje Novosadska novinarska škola, kao i novinarska udruženja NUNS, NDNV, UNS, ANEM, posebno kada je u pitanju senzibilizacija novinara na izveštavanje o romskoj populaciji i drugim nacionalnim manjinama, o osobama sa invaliditetom i uopšte marginalizovanim grupama u našem društvu.

Interdisciplinarnost je svojstvena istraživanjima na Odseku za medijske studije Filozofskog fakulteta u Novom Sadu. Sama pozicija jednog od 17 departmana društvenih i humanističkih nauka na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu daje saradnicima Odseka mogućnost za dobro utemeljena interdisciplinarna istraživanja u saradnji sa istraživačima sa drugih odseka. Pravi primer je upravo započet četvorogodišnji projekat *Digitalne medijske tehnologije i društvo-obrazovni promene*, kao i projekat *Medijski diskurs o siromaštvu i socijalnoj isključenosti (Media, Poverty and Social Exclusion)* koji se realizuje u okviru Regionalnog programa promocije istraživanja na Zapadnom Balkanu (the Regional Research Promotion Programme in the Western Balkans RRPP), koji vodi Universitet u Fribourgu, na osnovu mandata dobijenog od the Swiss Agency for Development and Cooperation, SDC, Federal Department of Foreign Affairs, u šta su uključeni svi mladi istraživači Odseka. Projekat se realizuje već dve godine.

Jedna od osnovnih delatnosti Odseka jeste negovanje istraživačkog podmlatka i, u okviru međunarodne letnje škole, analiza medijskog diskursa - *Mostovi medijskog obrazovanja*, na kojoj studenti sa deset univerziteta iz osam evropskih zemalja tokom 10 dana analiziraju vodeće pisane medije svoje zemlje o određenoj temi koja se unapred utvrđuje. Na kraju se održava međunarodna konferencija na kojoj studenti predstavljaju rezultate analiziranih medijskih diskursa, a mladi asistenti i docenti sa svih univerziteta koji učestvuju predstavljaju svoja medijska istraživanja (Book of Summaries 2009, Book of Abstracts 2010, Book of Abstracts 2011, kao i zbornici radova koji izlaze nakon konferencije). Ovo je jedan od načina da se mladim istraživačima omogući učešće na međunarodnim konferencijama, što ih osnažuje za učešće na velikim internacionalnim skupovima.

Zaključak

Na osnovu navedenog moglo bi se zaključiti da su medijska istraživanja široko prisutna na različitim nivoima naučnog i stručnog razmatranja tema iz medijske sfere; da za objavljivanje istraživanja postoji dovoljno specijalizovanih publi-

sistemu suzbijanja nasilja nad ženama u AP Vojvodini, nosilac projekta: Sekretarijat za rad, zapošljavanje i ravnopravnost polova, pokrovitelj projekta: Fond za podršku akcijama protiv nasilja nad ženama Ujedinjenih nacija, 2010.

kacija; da se neguje istraživački podmladak na desetak visokoškolskih ustanova, te da medijska industrija i medijska politika ima dobru bazu čije rezultate može i te kako da iskoristi za unapređenje profesionalnih standarda.

Međutim realnost je mnogo složenija. Ne postoje longitudinalna sistemska istraživanja medijskog sektora Srbije, kao ni razvijanje novih teorijskih pristupa i modela, kao što se to neguje u nekim drugim naučnim disciplinama.

Nema stalnih visokovrednovanih domaćih i međunarodnih konferencija koje se održavaju u Srbiji, na kojima bi se prezentovali i diskutovali rezultati aplikativnih istraživanja i inovacije u teorojskom području. Takođe, nisu afirmisani niti podstaknuti domaći časopisi da svoj kvalitet podignu do nivoa da bi bili prepoznati na listama Arts & Humanities Citation Index® i Social Sciences Citation Index®. Bilo bi veoma važno da se na tim listama nalaze upravo domaći časopisi koji objavljuju priloge iz oblasti medija, novinarstva i komuniikologije jer je bitno da ih čita domaća javnost, kojoj su rezultati istraživanja našeg medijskog sektora i namenjeni, a ne da se zbog zahteva akademskog napredovanja istraživači trude da steknu odgovarajuće "emove" objavljujući u međunarodnim časopisima koji su kod nas ređe čitani, ili čak potpuno nedostupni. To ne znači da se treba zatvarati u sopstveni mali akademski prostor, već da bi ga trebalo otvoriti međunarodnoj naučnoj javnosti podižući kompetencije sopstvenih naučnih publikacija na nivo koji bi privukao i strane autore. Korist za domaći auditorijum i naučnoistraživački kadar bi bio višestruk. Međutim bez sistemske i strateški definisane pomoći države to je u ovom trenutku u Srbiji teško uraditi.

Tačnije, nema dugoročne strategije u komunikološkim i medijskim istraživanjima, niti utvrđenih prioriteta, odnosno utvrđenih potreba za obimom teorijskih i aplikativnih istraživanja. Rezultati istraživanja, koja su najčešće plod kerativnosti pojedinaca i, ređe, malih istraživačkih timova, ad hok definisanih, nemaju ozbiljniji uticaj na funkcionisanje medijske sfere.

Domaći istraživači medija toliko su neuticajni da domaća nauka nije angažovana ni na izradi analize stanja za potrebe medijske strategije Srbije, usvojene 2011, već su to radili međunarodni konsultanti.

Retki su mediji koji iskazuju potrebu za istraživanjima sopstvenih rezultata, kao osnovu za unapređenje sadržaja, a ako menadžment to i inicira, zaposleni su sumnjičavi prema svakoj eksternoj evaluaciji⁵, jer je razumeju kao osnov za otpuštanja, a ne kao podsticaj za bolji rad.

⁵ Novosadska novinarska škola od 2006. sprovodi godišnji monitoring Radio-televizije Vojvodine. Ovo je jedinstven projekat koji je počeo samim formiranjem RTV i prati iz godine u godinu transformaciju državno-centričnog medija u javni servis. Praksa koju je ovaj projekat zabeležio biće dragoceno svedočanstvo jednog suštinskog procesa demokratizacije elektronskih medija koji sadržaje emituju u modelu javnog servisa. Projekat na samom početku nije u RTV bio shvaćen kao pomoć u transformaciji, već kao kritika procesa, da bi nakon pet godina realizacije kao eksterna evaluacija postao i u samom RTV značajna osnova za redefinisane sadržaja i programa, kako na manjinskim, tako i na srpskom jeziku.

Literatura

- Jakobson, Roman. 1971. *Lingvistika i poetika*. Beograd:Nolit.
- Damjanović, Srđan. 2009. *Medialogike*. Novi Sad:Link plus.
- Koković, Dragan. 2007. *Društvo i medijski izazovi : uvod u sociologiju masovnih komunikacija*. Novi Sad : Filozofski fakultet, Odsek za medijske studije. Novinarska biblioteka ; knj. 5.
- Kronja, Ivana. 2006. Politika kao pornografija: Pornografska reprezentacija žena u tabloidima u Srbiji i njena politička uloga. Pravo na slobodno izražavanje mišljenja i kultura javne reči. *Hereticus*. Vol. IV, No. 1-2. 57-88.
- Media Discourse of Poverty and Social Exclusion*. 2011. Editor Dubravka Valić Nedeljković. Novi Sad : Faculty of Philosophy (311 pages).
- Milivojević, Tatjana. 2011. *Psihologija stvaralaštva*. Beograd : Megatrend univerzitet.
- Milojević Ana i Aleksandra Ugrinić 2011. Sloboda novinarstva u Srbiji pod pritiskom politike i novca. *CM*, broj 20, godina VI, jesen 2011. 41-60.
- Moren, Edagar. 1979. *Duh vremena* (I i II). Beograd:BIGZ.
- Ostin, Dž. L. 1994. *Kako delovati rečima*. Novi Sad : Matica Srpska.
- Pupovac, M. 1990. *Jezik i djelovanje*. Zagreb : Pitanja.
- Radojković, Miroljub 2011. Socijalno–ekonomski položaj novinara. *CM*, broj 20, godina VI, jesen 2011. 21-40.
- Roknić, Aleksandar.2006. Uticaj žute štampe na radikalizaciju političke scene Srbije. Pravo na slobodno izražavanje mišljenja i kultura javne reči. *Hereticus*. Vol. IV, No. 1-2. 88-95.
- Savić, Svenka. 1993. *Diskurs analiza*. Novi Sad : Univerzitet u Novom Sadu/ Filozofski fakultet.
- Savić, Svenka. 1985. **Žena sakrivena jezikom medija: kodeks neseksističke upotrebe jezika**. http://www.e-jednakost.org.rs/download/Kodeks_Svenka.pdf, posećeno 26.12.2011.
- Serl, Dž. 1987. Šta je govorni čin. *Delo*, XXXIII/4, Beograd, 71-88.
- Serl, Dž. 1991/1970/. *Govorni činovi* Beograd : Nolit.
- Sosir, Frederik. 1969. *Opšta lingvistika*. Beograd : Nolit.
- Srdić, M. ur. 1979. *Leksikon novinarstva*. Beograd : Savremena administracija.
- Todorović, Mirjana. 2006.Pravo na slobodno izražavanje mišljenja i kultura javne reči. *Hereticus*. Vol. IV, No. 1-2. 28-48.
- Trkulj, Jovica. 2006. Odnos medija i vlasti u Srbiji. Pravo na slobodno izražavanje mišljenja i kultura javne reči. *Hereticus*. Vol. IV, No. 1-2. 11-28.
- Valić Nedeljković Dubravka. 1999. *Radijski intervju*. Beograd : Edicija Dissertatio, Zadužbina Andrejević.
- Valić Nedeljković Dubravka. 2007. *O novinarstvu i novinarima*. Novi Sad : Odsek za medijske studije, Medijska biblioteka, Filozofski fakultet.
- Valić Nedeljković, Dubravka. 2008. (Ne)vidljivost žena u političkom TV spotu? Analiza diskursa političkog TV spota 2008. u Srbiji. U *Kandidatkinje*, Monitoring prisustva žena kandidatkinja u medijima tokom predizborne kampanje za lokalne i pokra-

- jinske izbore 2008; (ur.) Dubravka Valić Nedeljković. Novi Sad : Novosadska Novinarska Škola
- Vasić, Vera. 1995. *Novinski reklamni oglas, studija iz kontekstualne lingvistike*. Novi Sad :LDI.
- Vitgenštajn, L. 1980. *Filozofska istraživanja*. Beograd:Nolit.
- Vodinečić, Vladimir.2006. Pravno (z)bunilo: o pravnom stilu RRA u poslu s nacionalnim tv frekvencijama. Pravo na slobodno izražavanje mišljenja i kultura javne reči. *Hereticus*. Vol. IV, No. 1-2. 48-57.
- Vučković, P. 1995. *Ogledi iz semantike i pragmatike*. Beograd:Savremena administracija.

Dubravka Valić Nedeljković

CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR MEDIA RESEARCH: WHY THERE IS NOT ENOUGH MEDIA / JOURNALISTIC RESEARCH?

Summary: The paper is broadening the perspectives utilized for the media research in the country. Sociology of media is the guiding paradigm, which relies on the sociological tradition, and critical analysis of media discourse, which is based on linguistic methods and techniques. Media studies marginalize journalistic research by subsuming the problem of journalistic practice under the media research, which cannot be considered an appropriate approach. Presence of a single accredited specialized journal and one emerging journal, further limits the research motivation and implementation. At the same time there is, at least quantitatively, the scientific potential on the level of twelve higher education institutions which use appropriate methods for journalism, media and communications research.

Key words: critical analysis of media discourse, research team, magazines.