
ELMA ŠABANOVIĆ

Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti,
Beograd

UDK 316.774:342.724(497.11)"2009"
659.3:342.724(497.11)"2009"

ANALIZA MEDIJSKOG DISKURSA U SRBIJI, SA OSVRTOM NA MULTIKULTURALNU KOMUNIKACIJU I PROFESIONALNU ETIKU

Apstrakt: *Istraživanja multikulturalnosti predstavljaju potrebu, ali i izazov u XXI veku. Obezbediti manjinama ista prava i šanse koje važe za većinu veliki je izazov za svako društvo. Uz to, nije lako dostići i držati ove visoke standarde. S obzirom na to da danas u svetu ne postoji država koja je homogena, ni etnički, ni verski, ni nacionalno, vrlo je važno pronaći društvene i političke ustanove za miran zajednički život i saradnju. Za učvršćivanje koncepta multikulturalnosti vrlo je važna uloga mas-medija, jer upravo njima pripada monopol u stvaranju duhovnog prostora. Mediji su i dobavljači i javni psičuvari, a informacija mora da uvažava činjenice i poštuje svoje korisnike. Mediji nisu samo oni koji informišu već i oni koji formiraju i uravo tu leži značaj profesionalne etike. Vrlo je bitna i kultura dijaloga; da bi se ona učvrstila i negovala neophodna je izgradnja jakog civilnog sektora, s jedne, i razvoj koncepta individualizma nasuprot konceptu kolektivnog prihvatanja, s druge strane. Sudbina budućih odnosa u Srbiji i kvalitet samog života zavise od toga da li ćemo se samousmeravati u pravcu veće slobode čoveka, što sadržajnijeg dijaloga i tolerancije, suživota i empatije i toga da li će mediji komuniciranja biti saveznici u ovom projektu.*

Ključne reči: *mas-mediji, etika, multikulturalnost, etničke manjine*

Promišljanja i istraživanja multikulturalnosti i interetničkog dijaloga sve više su u fokusu pažnje ljudi koji pokušavaju da razumeju savremena skretanja u svetu. U oblasti multikulturalizma autori uglavnom navode da on pretpostavlja demokratiju – to je proizvod određenih odnosa koji se mogu nazvati demokratskim. S obzirom na to da danas u svetu ne postoji država koja je homogena, ni verski, ni etnički, ni nacionalno, pronaći najbolji model zajedničkog života je potreba, ali i izazov u XXI veku. Ako imamo u vidu da je Srbija zajednica bogate etničke i verske raznolikosti, pitanje političke i kulturne povezanosti etničkih grupa ima veliki značaj u procesu demokratske transformacije države. Između etničkih grupa u Srbiji postoje velike razlike: u pogledu demografskih potencijala, teritorijalne rasprostranjenosti, političke organizacije, materijalnih resursa, itd. Ove grupe su nastanjene u dve srpske regije: Vojvodini i Sandžaku; u Vojvodini žive nacionalne manjine Mađara, Slovaka, Rusina, Bugara, Hrvata i drugih, dok su u Sandžaku nastanjeni Bošnjaci (koji u ovoj regiji čine većinu u odnosu na Srbe). Može se reći da su Mađari i Bošnjaci manjine koje imaju jaku kulturnu elitu i politički su organizovane, dok jedino Mađari u strukturi stanovništva učestvuju u procentu većem od 3%.

Multikulturalizam

Danas u svetu postoje četiri pristupa kulturnoj različitosti: multikulturalizam, interkulturalizam, kulturni pluralizam, transkulturalizam.

Svaki od navedenih pristupa predstavlja poseban oblik odnošenja prema kulturnoj različitosti i svaki od njih je razvijen kao oblik kritičkog promišljanja u odnosu na iskustva koja su obeležila ovo područje.

Kanadski filozof Čarls Tejlor (Charles Taylor) je pokušavao da razjasni nastanak koncepta multikulturalizma i ključne probleme ovog koncepta je postavio pred liberalnu teoriju društva. “Multikulturalizam je izazov za dominantnu liberalnu teoriju društva. Ovaj koncept polazi od stava da kulturni pluralizam i poštovanje svih društvenih grupa ne mogu biti ostvareni ukoliko se kulture posmatraju kao tuđe”.¹ Dakle,

¹ *The Challenge of Multicultural Pluralism*, ed. Brooks S., Praeger Publishers, New York 2002.

multikulturalizam je učenje po kojem nekoliko različitih kulturnih grupa mogu da mirno i u jednakosti koegzistiraju u okviru jedne države. To je društvo što podstiče produktivne različitosti koje se razvijaju putem kontinuirane kulturne interakcije.

Samo postojanje multikulturalne zajednice, kao koegzistencije različitih kultura, ne podrazumeva i produktivan međukulturalni dijalog i komunikaciju; ova kva komunikacija postoji samo onda kada različite kulture prenose svoj međuoicaj jedne na druge, kada dolazi do difuzije kulturnih elemenata i stilova. Ukoliko ne dolazi do takve komunikacije, multikulturalna zajednica ne prevazilazi stanje proste koegzistencije. U savremenom svetu postoje multikulturalna društva različitih struktura i načina nastanka, pa tako postoje i različite verske i etničke grupe koje svoje zajednice različito afirmišu i štite. “Zakoni i konstitutivne garancije multikulturalizam, zaštita jezika, školski kulrikulum koji sadrži kulturu i istoriju nedominantnih grupa i programi afirmativne akcije, takođe su neophodni za ostvarenje poštovanja jednakih šansi za sve članove društva, bez zahteva da se pojedine grupe kulturno integrišu u dominantnu grupu.”² Integrativni koncept multikulturalizma se vezuje za Kanadu, koja se smatra državom što je veoma mnogo učinila na uspostavljanju multikulturalizma, kao i Australija, gde sve kulture imaju ista prava. S druge strane, shvatanje multikulturalizma kao *lonca za topljenje* karakteristično je za SAD i ono odgovara ravnodušnosti prema *drugom i drugačijem* – sve različitosti treba da budu stopljene u jednu masu kojoj osnovni ton daje zapadnoevropska civilizacija.³ Praksa *melting pot*-a ima puno kritičara, a jedan od njih je i Piter Meklaren (Peter McLaren); on u tekstu “Multiculturalism and the Postmodern Critique”,⁴ o multikulturalizmu u SAD-u govori kao o izmišljotini, koja je, u vidu prakse *melting pot*-a, pre izazvala averziju nego poštovanje za *druge*: “Na žalost, multikulturalizam je prečesto bio transformisan u kôd političkog žargona, koji je upotrebljavan kada se želela skrenuti pažnja sa impe-

² Ibid.

³ Ideja *melting pot*-a podrazumeva da svaki imigrant treba da bude asimiliran u američko društvo. Ovaj koncept je kritikovan kao idealizovana koncepcija asimilatorskog procesa.

⁴ “Multikulturalizam i postmoderna kritika”.

rijalnog nasleđa rasizma i socijalne nepravde u ovoj zemlji.”⁵ Novijem američkom shvatanju multietničkog društva kao *činije za salatu (salat bowl)*, u kojoj su svi delovi zajedno, ali ipak odvojeni i vidljivi, odgovara simpatija prema *drugome*, ali se taj *drugi* u mnogo čemu doživljava kao začim, a ne kao bitan sastojak. Period poslednjih 20 godina, sa ubrzanom i sve snažnijom globalizacijom svetske privrede, pokazuje da se drugost sada doživljava, manje-više, kao predmet poslovnog interesa.

Obrazovanje za interkulturalizam

Kako je u svakom demokratskom društvu jedan od ključnih ciljeva obrazovanja unapređenje demokratije u zajednici, obrazovni sistem svake države mora da uzme u obzir multikulturalni karakter društva, i da aktivno teži doprinosu i miroljubivom suživotu i pozitivnoj interakciji među različitim grupama. Obrazovanje treba da unapređuje poštovanje za *druge* i afirmiše borbu protiv isključivosti. Interkulturalno obrazovanje teži da prevaziđe pasivnu koegzistenciju i ostvari održiv i razvijen način života zajednice u multikulturalnim društvima. To se čini kroz izgradnju razumevanja i dijaloga. U dokumentima *Saveta Evrope* i *UNESCO* – a se navodi da udžbenici treba da budu revidirani tako da u tumačenju i razumevanju istorijskih fenomena uzimaju i *druge* kao polaznu osnovu, kao i da je razvijanje tolerancije i kulture dijaloga od presudne važnosti za zdravo funkcionisanje građanskog društva.⁶ U evropskim zemljama se interkulturalnom obrazovanju posvećuje značajna pažnja. U tom smislu se izdvaja primer Irske; specifične društvene prilike u ovoj zemlji i osetljivost na njih reflektuju se na obrazovnu politiku, tako da se interkulturalizam pojavljuje kao ključna obrazovna dimenzija na svim obrazovnim nivoima. U Srbiji do sada nije bilo neke široko prihvaćene strategije koja bi podsticala interkulturalne vrednosti i principe. Naš obra-

⁵ McLaren P., Multiculturalism and the Postmodern Critique, in: Giroux A. H., McLaren P., *Between borders – Pedagogy and the Politics of Cultural Studies*, Routledge, New York 1994, str. 195.

⁶ Vidi: *UNESCO Guidelines on Intercultural Education*, Education Sector, UNESCO, Paris 2006. i *Vodič za unapređenje interkulturalnog obrazovanja*, Fond za otvoreno društvo, Beograd 2007.

zovni sistem ne propragira dijalog, toleranciju i multikulturalne vrednosti, već bi se pre moglo reći da podržava paralelno egzistiranje različitih kultura, čija saradnja i komunikacija nije strateški postavljena.

Mediji komuniciranja

Jedan od najznačajnijih stubova podrške vrednostima multikulturalizma jesu mediji komuniciranja; uloga mas-medija u mešovitim verskim i etničkim sredinama je izuzetno važna – oni mogu da doprinesu toleranciji, a, nasuprot tome, mogu produbljivati jaz među kulturama i narodima. Sve prekretnice čovečanstva, koje su menjale pravac njegovog razvoja, uvek su se odnosile na temeljne promene u načinu komuniciranja. Mediji komuniciranja su postali izvanredno velika i moćna sila i nije ni malo slučajno što su dobili epite: *četvrti stalež, čuvari kapije, sedma sila*, itd. Oni su permanentno prisutni u životima ljudi, celini društva i svim njegovim delovima, svim organizacijama i institucijama. "Otkriće persuazivne moći medija komuniciranja dovelo je do napuštanja shvatanja o njima kao čisto mehaničkim sredstvima. Komunikacija nije samo tarnsmisija poruke, ona je i sistem na kojeg utiču, ne samo osobine ličnosti, pošiljaoca i primaoca poruke, već i ono što stoji izvan njih. Norme i sistemi vrijednosti, koji imaju dominantnu ulogu u jednoj kulturi, oblikuju, i neposredno i posredno, i sadržaj i formu i proces prenosa informacija".⁷ S obzirom na važnost komuniciranja za ljudski rod u celini, nas interesuje medijski diskurs u Srbiji, odnosno, da li mediji u Srbiji imaju emancipatorski predznak, imajući u vidu građansko duštvo i njegove institucije, i kakva je njihova uloga u multikulturalnoj komunikaciji?

U tu svrhu izvršili smo analizu medijskog diskursa na lokalnom/regionalnom nivou (srpski deo Sandžaka) i nacionalnom nivou.

Kada je reč o sandžačkom informaciono-komunikacionom sistemu predmet istraživanja su dve TV stanice: *Regionalna televizija Novi Pazar* i *TV Jedinstvo*, i jedna radio stanica: *Radio 100+*. Ove medije smo odabrali na osnovu njihove regionalne pokrivenosti

⁷ Dizdarević I., *Psihologija masovnih medija*, Fakultet političkih nauka, Sarajevo 1997, str. 5.

(što znači da se jedino ovi mediji mogu gledati i slušati u svih šest gradova srpskog dela Sandžaka) i, pored toga, najgledaniji su i najslušaniji u lokalnom/regionalnom informaciono-komunikacionom sistemu. Od medija sa nacionalnom frekvencijom odabrali smo tri TV stanice: Javni servis Srbije – *RTS, TV B92 i TV PINK*; ove medije smo odabrali na osnovu preovlađujuće gledanosti njihovog informativnog programa u Srbiji. Mesec dana smo pratili centralne informativno-političke emisije ovih medija – uz pomoć kvantitativno – kvalitativnog metoda analize sadržaja (u periodu od 01. 03. 2009. do 31. 03. 2009. godine). U skladu sa odabranom metodom, izvršili smo razvrstavanje emitovanih priloga po tematskoj strukturi, mestu odvijanja radnje i nosiocima radnje (događaja). Cilj nam je da dođemo do relevantnih informacija o zastupljenosti multikulturalnih tema u informativnom delu programa ovih medija i njihovom odnosu prema multikulturi, tretmanu ovih tema i mesta koje im je na raspolaganju. Analiza dobijenih podataka dala nam je i informacije o tematskoj zastupljenosti ostalih sfera društvenog života, centralizaciji u pokrivanju događaja, i sl. Na osnovu realizovanog istraživanja možemo odgovoriti na pitanje: Da li je sandžački informaciono-komunikacioni sistem u funkciji ljudskog napretka (što je osnovni etički cilj novinarske profesije)?

Lokalni/regionalni informaciono-komunikacioni sistem

*Kvantitativna analiza sadržaja *Radija 100+* dobijena praćenjem centralne informativno-političke emisije *Vesti* u 16h, u periodu od 01. marta 2009. do 31. marta 2009. godine

1. *Tematska struktura u informativno-političkoj emisiji Vesti u 16h, Radija 100+, prema broju i sadržaju vesti (izraženog u procentima, Tabela 1):*

Politika	Ekonomija	Socijalne teme	Kultura	Multikultura	Sport, vreme, drugo
18,461%	10,769%	27,076%	10,769%	3,076%	29,846%

Tabela 1

2. *Nosioci radnje (dogadaja) u informativno-političkoj emisiji Vesti u 16h, Radija 100+, prema broju i sadržaju vesti (izraženog u procentima, Tabela 2):*

Državni subjekti	Politički subjekti	Ekonomski subjekti	Eksperti	Građani	Strani subjekti	Kulturni subjekti
31,470%	16,764%	7,941%	0,588%	15,882%	19,705%	7,647%

Tabela 2

3. *Mesto odvijanja radnje (dogadaja) u informativno-političkoj emisiji Vesti u 16h, Radija 100+, prema broju i sadržaju vesti (izraženog u procentima, Tabela 3):*

Novi Pazar	Ostali gradovi u Sandžaku	Srbija	Svet
30%	15,517%	33,739%	20,689%

Tabela 3

*Kvantitativna analiza sadržaja *Regionalne RTV Novi Pazar* dobijena praćenjem centralne informativno-političke emisije *Dnevnik* u 19h, u periodu od 01. marta 2009. do 31. marta 2009. godine.

1. *Tematska struktura u informativno-političkoj emisiji Dnevnik u 19h, Regionalne RTV Novi Pazar, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 4):*

Politika	Ekonomija	Socijalne teme	Kultura	Multikultura	Sport, vreme, drugo
15,772%	12,933%	34,384%	11,357%	0,946%	24,605%

Tabela 4

2. *Nosioci radnje (dogadaja) u informativno-političkoj emisiji Dnevnik u 19h, Regionalne RTV Novi Pazar, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 5):*

Državni subjekti	Politički subjekti	Ekonomski subjekti	Eksperti	Građani	Strani subjekti	Kulturni subjekti
38,924%	14,240%	10,126%	3,164%	19,303%	4,113%	10,126%

Tabela 5

3. Mesto odvijanja radnje (događaja) u informativno-političkoj emisiji *Dnevnik u 19h, Regionalne RTV Novi Pazar*, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 6):

Novi Pazar	Ostali gradovi u Sandžaku	Srbija
74,551%	12,544%	12,903%

Tabela 6

*Kvantitativna analiza sadržaja *TV Jedinstvo* dobijena praćenjem centralne informativno-političke emisije *Novi talasi* u 18:45h, u periodu od 01. marta 2009. do 31. marta 2009. godine.

1. *Tematska struktura u informativno-političkoj emisiji Novi talasi u 18:45h, TV Jedinstvo*, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 7):

Politika	Ekonomija	Socijalne teme	Kultura	Multikultura	Sport, vreme, drugo
17,063%	10,317%	46,428%	14,285%	3,968%	22,619%

Tabela 7

2. *Nosioci radnje (događaja) u informativno-političkoj emisiji Novi talasi u 18:45h, TV Jedinstvo*, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 8):

Državni subjekti	Politički subjekti	Ekonomski subjekti	Eksperti	Građani	Strani subjekti	Kulturni subjekti
31,935%	14,838%	6,451%	4,838%	27,096%	4,193%	10,645%

Tabela 8

3. Mesto odvijanja radnje (događaja) u informativno-političkoj emisiji *Dnevnik u 19h, Regionalne RTV Novi Pazar*, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 9):

Novi Pazar	Ostali gradovi u Sandžaku	Srbija
73,076%	16,538%	10,384%

Tabela 9

Na osnovu realizovanog istraživanja kod *Regionalne RTV Novi Pazar*, možemo uočiti nizak procenat priloga iz oblasti multikulturalnih tema (svega tri priloga za mesec dana, što ne iznosi ni 1% od ukupnog sadržaja priloga), te možemo zaključiti da ova televizija ne daje dovoljno medijskog prostora multikulturalnim temama i stanovništvu. Emitovani prilozima se odnose isključivo na projekte vezane za multikulturu na ovim prostorima i na romsku populaciju, uz nedovoljno tzv. sekundarnih informacija koje obogaćuju znanje recipijenta o temi o kojoj je reč. S obzirom na to da je emitovan vrlo mali broj priloga iz ove oblasti, ne možemo izvući zaključak o (ne)pristrasnosti u izveštavanju o *drugima*.

Kada je reč o *TV Jedinstvo*, situacija je nešto povoljnija; ova televizija je ukupno emitovala 10 priloga iz oblasti multikulturalizma (odnosno blizu 4% od ukupno emitovanog sadržaja). Ton izveštavanja je umeren i primeren razlikama, uz naglasak na pozitivne poruke u oblasti poštovanja kultura.

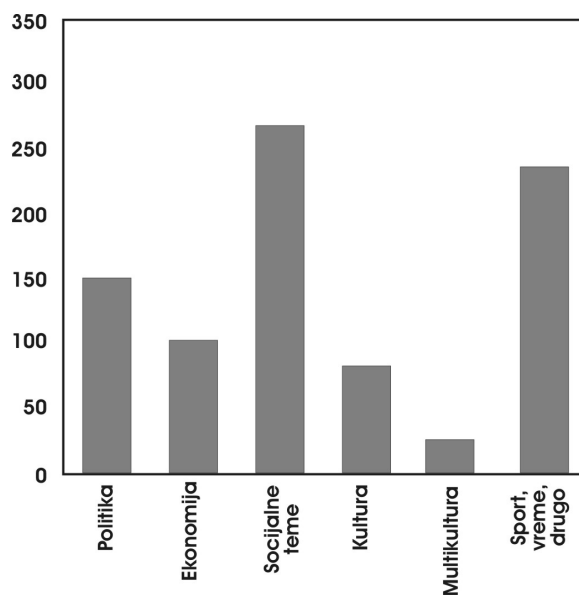
Radio 100+ je emitovao ukupno 10 vesti iz oblasti multikulturalizma (oko 3% od ukupnog sadržaja) sa obiljem dopunskih informacija (koje su dostupne i na web izdanju ovog radija) i to iz svih delova regije (sa posebnim naglaskom na Priboj i Novu Varoš). Ton izveštavanja je umeren i primeren razlikama.

Možemo zaključiti da sandžački mediji daju dovoljno prostora socijalnim temama (u proseku 32% od ukupnog sadržaja u informativnim emisijama), što je pozitivno, te se može zaključiti da je ovaj medijski sistem u funkciji ljudskog napretka, jer je dominantno orijentisan na socijalni milje i društvene probleme (kao nosioci radnje se javljaju građani, i to u velikom broju). *Regionalna TV Novi Pazar*, koju finansira lokalna samouprava, treba da ima veći broj multikulturalnih tema u odnosu na komercijalne medije, s obzirom na to da je ova televizija neka vrsta regionalnog javnog servisa.

Uočljiv je nizak stepen zastupljenosti tema iz oblasti kulture (12% u proseku od ukupnog sadržaja), dok su ekonomija i politika zastupljene u jednakom omeru.

Što se tiče centralizacije, najviše emitovanih priloga ima mesto odvijanja radnje u Novom Pazaru (televizije daju u proseku čak 74% ovom gradu od ukupno emitovanog sadržaja), dok je *Radio 100+* orijentisan na celi region (na Novi Pazar odlazi 30% sadržaja).

Kao dominantni nosioci radnje po broju emitovanih priloga javljaju se državni subjekti, a potom slede građani. U najmanjoj meri se eksperti javljaju u ulozi nosioca radnje, dok su ekonomski, politički i kulturni subjekti zastupljeni u jednakoj meri; uočljivo je mali broj stranih subjekata. Putem grafikona smo brojčano predstavili tematsku strukturu informativno-političkih emisija analiziranih medija na lokalnom/regionalnom nivou (Grafikon 1).



Tematska struktura u lokalnom/regionalnom medijskom sistemu

Grafikon 1

Nacionalni medijski sistem

*Kvanitativna analiza sadržaja *TV B92* dobijena praćenjem centralne informativno-političke emisije *Vesti* u 18:30h, u periodu od 01. marta 2009. do 31. marta 2009. godine.

1. *Tematska struktura u informativno-političkoj emisiji Vesti u 18:30h, TV B92, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 10):*

Politika	Ekonomija	Socijalne teme	Kultura	Multi-kultura	Srbija-svet	Sport, vreme, drugo
25,037%	10,879%	26,825%	1,937%	2,068%	9,239%	23,994%

Tabela 10

2. *Nosioci radnje (dogadaja) u informativno-političkoj emisiji Vesti u 18:30h, TV B92, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 11):*

Državni subjekti	Politički subjekti	Ekonomski subjekti	Eksperti	Građani	Strani subjekti	Kulturni subjekti
28,818%	20,749%	9,365%	2,017%	20,317%	17,002%	1,729%

Tabela 11

3. *Mesto odvijanja radnje (dogadaja) u informativno-političkoj emisiji Vesti u 18:30h, TV B92, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 12):*

Beograd	Ostali gradovi u Srbiji	Vojvodina	Sandžak	ex-Yu	Svet
45,109%	22,954%	6,786%	0,588%	2,549%	21,956%

Tabela 12

*Kvantitativna analiza sadržaja *RTS-a* dobijena praćenjem centralne informativno-političke emisije *Dnevnik* u 19:30h, u periodu od 01. marta 2009. do 31. marta 2009. godine.

1. *Tematska struktura u informativno-političkoj emisiji Dnevnik u 19:30h, RTS-a, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 13):*

Politika	Ekonomija	Socijalne teme	Kultura	Multi-kultura	Srbija-svet	Sport, vreme, drugo
24,848%	10,303%	26,666%	7,727%	0,909%	8,030%	21,515%

Tabela 13

2. *Nosioci radnje (dogadaja) u informativno-političkoj emisiji Dnevnik u 19:30h, RTS-a, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 14):*

Državni subjekti	Politički subjekti	Ekonomski subjekti	Eksperti	Građani	Strani subjekti	Kulturni subjekti
24,466%	18,893%	8,367%	2,968%	18,353%	20,782%	5,668%

Tabela 14

3. Mesto odvijanja radnje (dogadaja) u informativno-političkoj emisiji *Dnevnik u 19:30h, RTS-a*, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 15):

Beograd	Ostali gradovi u Srbiji	Vojvodina	Sandžak	ex-Yu	Svet
36,345%	21,084%	5,020%	0,401%	4,618%	33,75%

Tabela 15

*Kvantitativna analiza sadržaja *TV PINK* dobijena praćenjem centralne informativno-političke emisije *Nacionalni dnevnik u 19:30h*, u periodu od 01. marta 2009. do 31. marta 2009. godine.

1. Tematska struktura u informativno-političkoj emisiji *Nacionalni dnevnik u 19:30h, TV PINK*, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 16):

Politika	Ekonomija	Socijalne teme	Kultura	Multi-kultura	Srbija-svet	Sport, vreme, drugo
27,089%	10,230%	32,564%	3,314%	0,864%	8,645%	17,271%

Tabela 16

2. Nosioци radnje (dogadaja) u informativno-političkoj emisiji *Nacionalni dnevnik u 19:30h, TV PINK*, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 17):

Državni subjekti	Politički subjekti	Ekonomski subjekti	Eksperti	Građani	Strani subjekti	Kulturni subjekti
23,508%	14,556%	5,224%	0,904%	15,009%	12,387%	1,808%

Tabela 17

3. Mesto odvijanja radnje (dogadaja) u informativno-političkoj emisiji *Nacionalni dnevnik u 19:30h, TV PINK*, prema broju i sadržaju priloga (izraženog u procentima, Tabela 18):

Beograd	Ostali gradovi u Srbiji	Vojvodina	Sandžak	ex-Yu	Svet
49,042%	19,157%	3,065%	1,149%	3,257%	24,329%

Tabela 18

Na osnovu realizovanog istraživanja možemo uočiti nizak stepen zastupljenosti multikulturalnih tema u nacionalnom medijskom sistemu. Nešto više emitovanih priloga sa ovom tematikom beležimo kod *TV B92*, potom slede *RTS* i *TV PINK*. Dobijeni rezultati pokazuju neobičnu situaciju u kojoj komercijalni medij (*TV B92*) prednjači u tematici o različitim kulturama u odnosu na Javni servis Srbije (*RTS*).

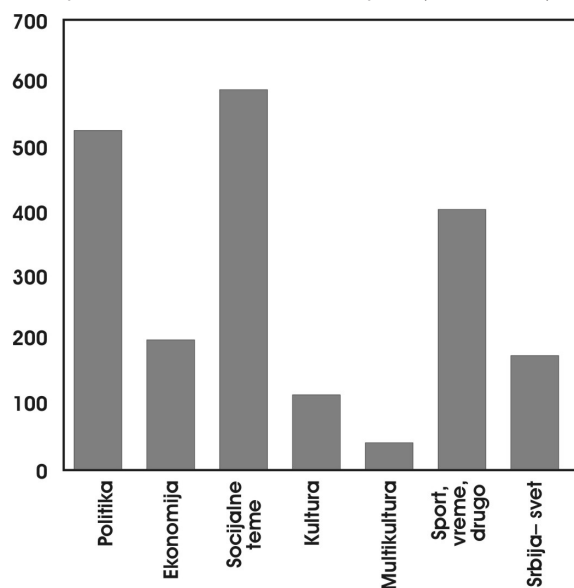
Emitovani prilogi iz oblasti multikulturalizma uglavnom obuhvataju Sandžak i Vojvodinu kao mesta odvijanja radnje, a kao nosioci radnje (događaja) javljaju se državni subjekti i građani. Za razliku od sandžačkog informaciono-komunikacionog sistema, gde se teme iz ove oblasti odnose na državne i projekte nevladinih organizacija, u nacionalnim medijima one se odnose na svakodnevni život građana u multikulturalnim sredinama, kao i na nacionalističke organizacije koje remete zajednički život različitih grupa u Srbiji. Na osnovu emitovanih priloga iz ove oblasti može se izvesti zaključak o nepristrasnosti, odnosno objektivnosti u pristupu temi (događaju) i naglasku na nužnosti poštovanja *drugog* i *drugačijeg*.

Kada je reč o tematskoj strukturi, najviše medijskog prostora sve tri istraživane televizije daju socijalnoj tematici, što znači da su one orijentisane na svakodnevni život čoveka u Srbiji i probleme sa kojima se susreće. Politika kao tema, takođe zauzima dominantno mesto u informativno-političkim emisijama televizija sa nacionalnom pokrivenošću; ekonomija je zastupljena na prosečnom nivou kod sve tri TV kuće, dok teme iz oblasti kulture zauzimaju mali deo medijskog prostora (naročito ako poređenje izvršimo sa temama iz oblasti politike).

Što se tiče priloga koji obrađuju odnose između Srbije i sveta (u svim oblastima) najviše ovakvih priloga je emitovala *TV B92*, potom *TV PINK*, a najmanje Javni servis Srbije.

Dakle, može se zaključiti da televizije koje su predmet istraživanja emituju dovoljan broj priloga o odnosu između Srbije i drugih zemalja u svetu (saradnje, posete, projekti, i sl.), što upućuje na svojevrsnu orijentaciju ka otvaranju prema *drugima* u domenima ekonomije, kulture, i drugim društvenim oblastima.

Putem grafikona smo predstavili tematsku zastupljenost u informativno-političkim emisijama analiziranih medija sa nacionalnom frekvencijom (Grafikon 2).



Tematska struktura u nacionalnom medijskom sistemu
Grafikon 2

Kao nosioci radnje u priložima preovlađuju državni subjekti (koji su nosioci radnji u jednoj trećini svih emitovanih priloga, kod svake televizijske kuće posebno), a na drugom mestu po zastupljenosti su politički subjekti (koji nose između 15% i 20% ukupnih radnji); građani se pojavljuju kao nosioci radnje (događaja) u velikom broju emitovanih priloga, što potvrđuje ranije izveden zaključak o visokom procentu zastupljenosti socijalne tematike kod sve tri medijske kuće. Kulturni subjekti se, pak, javljaju u vrlo malom procentu kao nosioci radnje, dok su najmanje zastupljeni eksperti (u proseku sa oko 1,5% zastupljenosti, što je izrazito nisko).

Strani subjekti imaju dovoljno medijskog prostora u analiziranim programima medija sa nacionalnom pokrivenošću, što ukazuje na to da medijski televizijski sistem u Srbiji u izveštavanju nije orijentisan samo na region, već daje dovoljno prostora i stranim subjektima.

U sva tri medija je vrlo upadljiva centralizacija na grad Beograd prema mestu odvijanja radnje (u proseku za sve tri televizije preko 45% emitovanih pri-

loga ima za mesto radnje Beograd). Ovo je zabrinjavajuće s obzirom na to da i javni servis spada u analizirani medij, a samim tim i u ovu orijentaciju na glavni grad. Ostali gradovi u Srbiji u proseku zauzimaju po 20% medijskog prostora, dok na regionalnom nivou ima najviše priloga o Vojvodini (ali još uvek nedovoljno, u proseku oko 4,5% od ukupnog sadržaja), dok o regiji Sandžak ima vrlo mali broj emitovanih priloga (prosečno 0,7% od ukupnog sadržaja). Na ovom mestu možemo izvući zaključak o neravnomernom pokrivanju događaja na nivou Srbije. Ex-Yu prostor takođe zauzima malo medijskog prostora, posebno u odnosu na svet (što je opet nestandardno, jer mediji sa nacionalnom pokrivenošću bi, po pravilu, trebalo da donose više vesti iz susedstva). Od ex-Yu država najzastupljenija je Crna Gora, potom sledi BiH, Hrvatska i Makedonija, a prilozi se, uglavnom, odnose na političku sferu. Što se sveta tiče, emitovani prilozi se odnose prvenstveno na Ameriku (politika), neke razvijene zemlje Evrope (ekonomija), Rusiju (politika) i mali broj zemalja Azije (i to one u kojima se dešavaju prirodne katastrofe). I naš medijski sistem potvrđuje činjenicu da je slika sveta crno-bela, odnosno da je planeta podeljena na *Zonu života* (SAD i razvijene zemlje Evrope) i *Zonu smrti* (zemlje nastale raspadom SSSR-a, deo Azije i Afrika), te tako o ovim zemljama Trećeg sveta svakodnevno ne dobijamo gotovo nikakve informacije.

Na osnovu realizovanog istraživanja, odnosno kvantitativne analize sadržaja centralnih informativno-političkih emisija tri televizije sa nacionalnom frekvencijom, možemo zaključiti da nacionalne televizije u Srbiji ne daju dovoljno medijskog prostora multikulturalnim temama i stanovništvu.

Kada je reč o kvalitativnoj analizi emitovanih priloga sa multikulturalnim karakterom tema i učesnika, generalni zaključak jeste da lokalni/regionalni medijski sistem izveštava o *drugima* sa poštovanjem i bez diskriminatornog pristupa, stereotipizacije ili predrasuda. Uočljivo je da se emitovani prilozi odnose isključivo na aktuelnosti, odnosno projekte koji se pokreću u Sandžaku, a vezani su za prava manjina, jezička pitanja, i sve što spada u domen multikulture; dakle, nedostaju tzv. samoinicijativni prilozi afirmativnog karaktera, koji će imati obrazovni karakter; ovakvi prilozi bi pozitivne primere multikulturalne prakse

trebalo da promovišu u cilju podizanja svesti građana o vrednostima koje postoje u sandžačkom društvu, i koje bi trebalo negovati. Uočljivo je i da nisu emitovani prilozi koji bi tretirali odnose između građana bošnjačke i građana srpske nacionalnosti (ukoliko postoje primeri dobre saradnje i prakse, medijski posredovani postaju saznajna vrednost). Vrlo mali broj emitovanih priloga sa multikulturalnom tematikom nalazimo kod *Regionalne TV Novi Pazar*, koja bi kao regionalni javni servis trebalo da bude pomicatelj ideja tolerancije i dijaloga.

Kada je reč o nacionalnom medijskom sistemu, javni servis Srbije je emitovao svega jedan prilog sa multikulturalnim karakterom koji ima istraživački pristup, a pri tom se pripadnici nacionalnih manjina javljaju u ulozi nosilaca radnje. Ono što je zabrinjavajuće jeste da je za mesec dana javni servis emitovao samo jedan afirmativni prilog. Ostali prilozi tretiraju odnose između Srba i Albanaca, Rome, itd. S obzirom na to da bi javni servis trebalo da ima emancipatorsku i edukativnu ulogu kod svojih gledatelja, afirmativni prilozi bi trebalo da budu sastavni deo svake informativne emisije (naročito onih u udarnim terminima); dakle, nije dovoljno samo informisati ili opisivati događaje i aktivnosti u oblasti koja je predmet našeg istraživanja, potreban je dodatan napor kako bi se proširili horizonti građana i kako bi sve grupe u društvu imale isti tretman i prava. Prilozi sa multikulturalnom tematikom su, uglavnom, emitovani iza 15. minute u informativno-političkim emisijama; s obzirom na to da pozicioniranje priloga znači stav, to jest ukazuje na značaj koji se temi pridaje, ovakva tematika ne bi trebalo da se pozicionira isključivo u poslednji deo emisije, posebno kada je reč o nacionalnim medijima.

Kod svih analiziranih medija (i lokalnih i nacionalnih) uočljiv je nedostatak priloga edukativnog karaktera. Naš medijski sistem je ispunjen sadržajima koji se "brzo registruju i još brže zaboravljaju". Ono što se dogodilo juče, već je istorija, nešto i *ne toliko bitno*, potisnuto naletom novih, svežih impulsa i senzacija. U takvoj situaciji i sami novinari postaju glasnogovornici *spektakularnog, prolaznog i nebitnog*. Na taj način formiraju se recipijenti koji poseduju obilje informacija, ali ne i znanje, jer novinari propuštaju da se ozbiljnije pozabave određenim temama.

Rezultati naše analize govore da mediji na nacionalnom nivou ne pokazuju interesovanje za *drugo* i *drugačije*, a mediji na većinskom jeziku, osim povremenih priloga o manjinama (uglavnom o Romima), ne zanimaju se za ozbiljno promišljanje tema koje se direktno odnose i koje pogađaju neku od manjinskih zajednica u Srbiji. Mediji, dakle, ne prepoznaju značaj manjinskog pitanja, a uočljiv je i nizak stepen priloga iz oblasti multikulturalizma koji se odnose na vrednosti kao što su: dijalog, tolerancija i dogovor. Miroljub Radojković i Branimir Stojković smatraju da većinski mediji uglavnom pribegavaju pojednostavljenim mentalnim konstrukcijama prilikom predstavljanja manjina. Oni smatraju da se egzistencijalna situacija manjina prelama najpre kroz stereotipe aktera u polju medijske produkcije, a zatim i kroz stereotipe auditorijuma. "Situaciju čini još složenijom to što deo opšteg auditorijuma čine pripadnici manjine. Za njih je takvo medijsko predstavljanje jednako ogledanju u krivom ogledalu – onom u kojem manjina sebe vidi u očima drugih."⁸ Imajući ovo u vidu, posebna pažnja treba da se posveti medijskom predstavljanju sandžačke regije sa naglaskom na prevazilaženje stereotipizacije

S obzirom na to da *RTS* kao javni servis Srbije ne prepoznaje značaj manjinskog pitanja (što pokazuje sprovedeno istraživanje po kojem multikulturalne teme zauzimaju manje od 1% od ukupno emitovanih sadržaja, a pri tom se pripadnici *drugih* u malom procentu javljaju kao nosioci radnje), komercijalni mediji na nacionalnom nivou mogu pomoći u projektu podizanja nivoa objektivnog poznavanja nacionalnih, jezičkih, kulturnih, tradicijskih, istorijskih, i drugih vrednosti balkanskih naroda i problema sa kojima se oni suočavaju. Time će se svim narodima i etničkim zajednicama pružiti šansa da se slobodno razvijaju i punopravno sa ostalim evropskim narodima uđu u savremene civilizacijske tokove globalnog svetskog poretka i progresu.

U našoj javnosti postoji i nezadovoljstvo medijskim pokrivanjem religijskog područja. Da li će događaji na religijskom području preći informativni prag i kako će se pozicionirati kroz medijsku rubriku određeno je karakterom medija, religija, javnosti i konteksta

⁸ Radojković M., Stojković B., *Informaciono-komunikacioni sistemi*, Clio, Beograd 2004, str. 57.

u okviru kojeg se odvija njihova interakcija. Mediji značajno utiču na javno mnjenje o različitim verskim zajednicama, a neadekvatno izveštavanje može da dovede do diskriminacije prema pripadnicima određenih verskih grupa. Zato je od velike važnosti da medijski radnici budu dobro pripremljeni za ovu bitnu ulogu.

U Sandžaku je izveštavanje o *drugima* učestalije nego na nacionalnom nivou, s tim što se ponavlja situacija da komercijalni mediji više deluju u pravcu interreligijskog i interkulturalnog dijaloga i saradnje od medija koji ima funkciju javnog servisa regije. Dakle, s obzirom na to da se komercijalni mediji javljaju kao prostor otvoren za različite glasove, mišljenja i svetonazore preporuka je da ovi regionalni mediji uspostave saradnju sa drugim medijima u Srbiji, i to u domenu koprodukcija, zajedničkih istraživanja, razmene programa, zajedničkog stvaranja ekonomsko-propagandnog programa, dopisničke saradnje, itd, što bi bio samo deo mogućnosti kojima se razvija i unapređuje medijski dijalog. Takođe su bitna i članstva u profesionalnim udruženjima; prema istraživanju koje je sproveo *Fond za otvoreno društvo* 2007. godine, većina lokalnih medija u Srbiji nema članstvo u ovim udruženjima – koja su i jedan od najznačajnijih nosilaca stručnih seminara, tribina i usavršavanja. Ovo je naročito značajno za sandžačku regiju gde je preko potrebno organizovanje skupova sa multietničkim karakterom učesnika na kojima bi se razgovaralo o rešavanju problema i dolazilo do dogovora u vezi sa pitanjima zajedničkog života. Pored toga, sandžački radijski sistem je potpuno neiskorišćen (krajnje komercijalizovan), te bi se ovaj medij mogao iskoristiti kao prostor za razvijanje interkulturalnog i interreligijskog dijaloga, što treba da postane redovan vid komunikacije za razmenu mišljenja, ideja i primera dobre prakse u regiji.

Preporuke

U našoj zemlji deluju i *mediji manjina* (ukupno 34 medija, uglavnom iz Vojvodine) koji, pored funkcije komuniciranja između samih manjina, imaju i funkciju komuniciranja između manjine i većine. Kvalitet međuetničkih odnosa, stepen integrisanosti manjina u društvo i stabilizacija procesa demokratskog društva uveliko zavise od toga kako su manjinska prava, a

time i pravo na informisanje na jezicima manjina, uređena i, ono što je možda još značajnije, kako se normativni aspekt ostvaruje u praksi; u srpskom slučaju je interesantno da se Nacionalni saveti nacionalnih manjina javljaju kao osnivači medija manjina ili učestvuju u njihovom finansiranju, što ilustruje i činjenicu da nacionalni medijski sistem nije u stanju da zadovolji potrebe nacionalnih manjina kroz medijski prostor (lakše integrisanje u društvenu zajednicu, afirmacija identiteta i sl.). U tom smislu se može zaključiti da srpski medijski diskurs nije usmeren na afirmaciju, promociju i zaštitu različitih identiteta i kultura, a samim tim ne ispunjava svoju demokratsku, a pre svega etičku funkciju (to jest imeprativ). Mora se imati u vidu da je za etnički mešovito društvo od velikog značaja da stvara uslove u kojima pripadnici nacionalnih manjina mogu da uživaju građanska i opšta manjinska prava, gde medijski prostor uzima u obzir ovu šarolikost društva u kojem postoji i kojem se obraća i na taj način razvija društveni senzibilitet za manjinska pitanja. Pored informisanja na maternjem jeziku, koje se može ostvarivati i putem specijalnih emisija programa javnog servisa, vrlo je značajan i kvalitet emitovanih priloga, gde bi ovakve priloge trebalo uređivati u skladu sa evropskim standardima koji predviđaju da pripadnici manjina uređuju deo priloga što tretiraju manjinska pitanja (tzv. pozitivna diskriminacija). Javni servis Srbije bi trebalo da bude glavni promicatelj interkulturalnog dijaloga, ogledalo društva kojem se obraća i forum za susretanje različitih ideja jer samo takvo novinarstvo biva određeno, ne samo kao promicatelj opšteg društvenog interesa, već daleko od puke posredničke uloge koja mu se pripisuje, ono je jedan od bitnih proizvođača demokratske javnosti i time za celokupni društveni život odigrava presudnu ulogu. Da bi javni servis dosego ovu poziciju bitna je i uloga samih građana koji bi trebalo da budu medijski pismeni, aktivni i osposobljeni da koriste medije na nezavisan i kritički način. Građani bi trebalo da budu osposobljeni za svrsihodno korišćenje mas-medija, a i oni koji rade u medijima trebalo bi da poseduju znanja i veštine za promovisanje onih društvenih fenomena, stavova i informacija koji su u funkciji društvenog napretka i razvoja. "Samo jedan istinski demokratski poredak sačinjava načelno onaj opći humus, na kojem može procvetati istinsko i slobodno novinarstvo. Za to se ovo naše društvo tek treba izboriti, jer još uvijek nije provelo

svoju građansku revoluciju. A sami novinari moraju biti, i to u prvim redovima, među glavnim kreatorima i propagatorima u toj realizaciji demokratskih odnosa (parlamentarne demokracije) u ovoj zemlji, jer ih sam karakter profesije, dakle, *zanimanje kao poziv*, na to poziva”.⁹ Mediji su jedan od najznačajnijih stubova podrške multikulturalizmu, dijalogu i toleranciji, kao njegovim vrednostima, jer “ako nema odgovarajuću medijsku podršku, nijedan koncept, nijedan program nema praktički nikakve šanse da ga javnost registruje, da za njega sazna, prema njemu zauzme ovakav ili onakav stav”.¹⁰

Bitna je ne samo uloga novinara, već i svih uposlenika u medijima, a to su urednici (koji treba da daju na značaju multikulturalnim temama), montažeri (koji će voditi računa o predstavljanju *drugih*), producenti, reditelji, i drugi. Svi oni mogu dati ogroman doprinos u promovisanju multikulturalnih vrednosti i temeljnih demokratskih načela koji čine kvalitetniji život. Oni su faktor koji će pomoći razvoju društvene svesti o potrebi usklađivanja humanih odnosa među ljudima i poželjnog sistema vrednosti. U ovom kontekstu je bitno da novinari budu široko obrazovane ličnosti koje će podizati svest građana o ljudskim pravima i temeljnim slobodama, što je neodvojiv segment demokratizacije političkih odnosa i izgradnje civilnog društva. Na taj način, novinari vrše funkciju orijentisanja i edukovanja građana o temeljnim pravima društva u kojem žive, što je vrlo značajno za države koje prolaze kroz proces tranzicije.

Novinarstvo u Srbiji, pre svega ono koje se bavi političkim temama, kao da je i dalje sputano, manipulirano, kontrolirano i zavisno, što je potvrda sporih tranzicionih postupaka u informaciono-komunikacionom prostoru, jer su i sami mediji u procesu tranzicije (ka otvorenosti). Milena Dragičević-Šešić u tekstu “Media war and hate”¹¹ istražuje medijski rat u bivšoj Jugoslaviji, ukazujući na to da su mediji u Srbiji često bili mobilizovani za manipulacije i propagandu.¹²

⁹ Kangrga M., *Nacionalizam ili demokratija*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Novi Sad 2002, str. 56.

¹⁰ Kecmanović D., *Psihopatologija mržnje*, Prosveta, Beograd 1999, str. 188.

¹¹ “Medijski rat i mržnja”.

¹² Dragičević-Šešić M., *Media war and hate*, *Kultura*, br. 93/94, Beograd 1994, str. 191.

Imamo i našu svakodnevnu novinarsku praksu u kojoj dominira izuzetno niska profesionalnost, uz obilje kiča i šunda. Na sceni je “policijsko novinarstvo”, šikaniranje i produkcija najjeftinijih sadržaja za masovnu publiku. Zakoni profita su već uveliko potisnuli tzv. profesionalne i estetske kriterijume u proizvodnji i ponudi medijskih sadržaja – javnost je sada medij za postizanje komercijalnih, političkih, propagandnih i drugih ciljeva. Sve navedene anomalije još izrazitije su uočljive na lokalnom/regionalnom nivou jer manji broj gledalaca znači i manju mogućnost kritičke analize. Kod javnosti, a i kod uposlenika u medijima, postoji određena predrasuda da lokalni mediji funkcionišu kao kvazižurnalizam (po principu: dajte narodu hleba i igara). Osim povremenih osuda, umesto kritičke analize, lokalni mediji se u Srbiji ne uzimaju za ozbiljno, što u etnički mešovitim sredinama može dovesti i do nepoverenja i distance. Ono što zabrinjava je moć medija, koji postaju “sedma sila” i na lokalnom i na globalnom nivou, tj. medijska moć uticaja na ljudsko ponašanje je ogromna (na lokalnom, nacionalnom i globalnom planu). Komunikolog Jelenka Vočkić-Avdagić, naglašava sa će danas, kada je daleko više ne samo korisnika medija već i proizvođača u ovoj oblasti, biti potrebna kontekstualna i komunikativna etika.¹³

Novinarstvo je značajno zato što, zajedno sa drugim regijama kulture, svakodnevno sudeluje u samotkanju smisla našeg zajedničkog života. Na novinarima je (aktivnim sudionicima tog procesa) da odluče da li će se staviti na stranu ideja suživota i demokratije. “Novinari bi trebali biti dizajneri pozitivne atmosfere i kvalitetnije demokratske budućnosti. Masovni mediji su danas možda i najveći oblikovatelj mentalne strukture pojedinaca i naroda (*Mental Structure Design*), te je od preovlađavajućih sadržaja u njima bitno ovistan kvalitet buduće ljudskosti i ljudske mentalnost”.¹⁴

Ukoliko želimo istinsku ljudsku zajednicu umesto alieniranog individuuma, poštovanje i unapređivanje različitosti umesto standardizacije i uniformnosti, kulturu dijaloga umesto kulture konflikta, kulturu javnog reagovanja povodom problema koji društvo poni-

¹³ Vidi: Avdagić – Vočkić J., *Suvremene komunikacije ne/sigurna igra svijeta*, Fakultet političkih nauka, Sarajevo 2002.

¹⁴ Šaćić N., *Novinarstvo u funkciji ljudskog napretka*, BEMUST, Sarajevo 2003, str. 371.

žavaju umesto kulture ćutanja i konformizma... javni radnici, a pre svega novinari, moraju se boriti za jednaka prava za sve grupe, i dati im prostor za ispoljavanje, bile one većinske ili manjinske, *mainstream* ili alternativne, računajući na saradnju medijski pismenih građana.

LITERATURA:

- Avdagić – Voćkić J., *Suvremene komunikacije ne/sigurna igra svijeta*, Fakultet političkih nauka, Sarajevo 2002.
- Dizdarević I., *Psihologija mas medija*, Fakultet političkih nauka, Sarajevo 1997.
- Dragičević-Šešić M., *Media war and hate*, *Kultura* br. 93/94, Beograd 1994.
- Giroux A. H., McLaren P., *Between borders – Pedagogy and the Politics of Cultural Studies*, Routledge, New York 1994.
- Kecmanović D., *Psihopatologija mržnje*, Prosveta, Beograd 1999.
- Kangrga M., *Nacionalizam ili demokratija*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Novi Sad 2002.
- Stojković B., Radojković M., *Informaciono – komunikacioni sistemi*, Clio, Beograd 2004.
- Šaćić N., *Novinarstvo u funkciji ljudskog napretka*, BEMUST, Sarajevo, 2003.
- The Challenge of Multicultural Pluralism*, ed. Brooks S., Praeger Publishers, New York 2002.
- UNESCO Guidelines on Intercultural Education*, Education Sector, UNESCO, Paris 2006.
- Vodič za unapređenje interkulturalnog obrazovanja*, Fond za otvoreno društvo, Beograd 2007.

Elma Šabanović

Beograd University of Arts, Faculty of Drama Arts

MEDIA DISCOURSE ANALYSIS
IN SERBIA WITH REGARD TO
MULTICULTURAL COMMUNICATION
AND PROFESSIONAL ETHICS

Summary

Research of multiculturalism is a need, but also a challenge of the 21st century. To secure the same rights and chances for minorities that the majority has, is a big challenge for every society and it is not easy to hold up to these high standards. Concerning the fact that today there is not a single state with population completely homogeneous ethnically, religiously, or nationally, it is important to find social and

political institutions for the establishment of peaceful, cohabit life and cooperation. For the establishment of the concept of multiculturalism the role of mass media is very important, because they have the monopoly in creating intellectual conscience. Media are the gatherers and public watch dogs, and the information must respect the facts and it's users. Media not only inform, they also form, and that's why professional ethics is so important. The culture of dialogue is also very important; for to establish and nourish it, it is necessary to build a strong civil sector, on one side, and to develop concept of individualism rather than the concept of collective acceptance, on the other.

The destiny of future relationships in Serbia and the quality of life itself, depends on the creation of more freedom for people, more tolerance and open dialogue, cohabit life and empathy, and that is why the role of mass media so important in this respect.

Key words: *mass media, ethics, multicultural, ethnic minorities*

