

Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet, Niš

UDK 316.644:[32.019.51:654.19(497.11)]"2009"  
316.776:316.42(497.11)"2009"

# MEDIJI, GLOBALIZACIJA KULTURE I OČUVANJE IDENTITETA

---

**Sažetak:** *Globalizovani mediji, danas, nisu samo transportno sredstvo kojim se kulture prenose s kraja na kraj sveta, već pre svega instrument kojim mali broj tzv. "globalnih igrača" – vlasnika medija, pokušava da ostvari kulturnu i informativnu hegemoniju. Tim velikim igračima na srpskim prostorima, iz najrazličitijih razloga, pridodaje se i armija malih ili većih domaćih medijskih vlasnika koji nekritički slede nametnute obrasce ponašanja i praksu. U ovom radu, autor, prikazujući deo svog obimnog empirijskog istraživanja na temu "Međusobni uticaji političkih elita, novih vlasnika, urednika i novinara i njihov odraz na društvene promene u Srbiji na početku 21. veka", pokazuje kakve su posledice uticaja srpskih globalizovanih medija na kulturne i etničke identitete. Posebno se naglašava potreba aktivnije uloge novinara u ovim teškim, tranzicionim vremenima.*

**Gljučne reči:** *mediji, novinari, globalizacija, kultura, identiteti*

Za savremeno društvo se kaže da je umreženo društvo<sup>1</sup> i pri tom se prevashodno misli na značaj informatičke i informacione revolucije u izgrađivanju te mreže. U tom medijskom prostoru deluju brojni globalni, regionalni i lokalni mediji koji imaju različite kapacitete, ne samo tehnološke, već i kadrovske, finansijske itd. Ujedno, različita je njihova moć i uticaj.

Zbog toga istraživači danas govore o sistemu raspodele simboličke moći,<sup>2</sup> o različitoj distribuciji uticaja pojedinih medija, elektronskih, štampanih, velikih i malih, globalnih i lokalnih, na građanstvo. Drugi istraživači govore i o fenomenu kulturnog

---

1 O tome detaljnije videti u studijama Kastelsa M., *Moć identiteta i Uspon umreženog društva*.

2 Burdije P., *Narcisovo ogledalo*, Klio, Beograd 2000, Mitrović Lj., *Put u zavisno društvo*, Centar za balkanske studije, Niš 2004.

---

imperijalizma u tim međusobnim odnosima, jer globalni mediji imaju hegemonu ulogu,<sup>3</sup> namećući kulturne obrasce manje razvijenim zemljama. One nemaju povratan uticaj u medijskoj komunikaciji što se odvija jednosmerno, od globalnih medija koji su premrežili svet, ka ostalim, regionalnim i lokalnim medijima, koji često postaju puki prenosioci poruka donesenih od strane ovih prvih.

Poslednje dve decenije u velikom delu Evrope, pre svega na njenom Istoku, došlo je do krupnih promena u svim sferama života – političkoj, ekonomskoj, kulturnoj. Globalni procesi odvijali su se ubrzano.<sup>4</sup> Transnacionalni kapital zagospodario je novim prostorima i nametnuo nove odnose. Na sceni su se istovremeno, uz takozvane globalne igrače, pojavili i predstavnici domaćih, novih, elita, od kojih su mnoge nastale na društveno i moralno neprihvatljivim osnovama, često potpomognute kriminalnim aktivnostima započetim u prošlosti.

Osećajući moć medija, neki predstavnici tih elita, kroz nedovoljno transparentan proces privatizacije, zakoračili su u svet medijskog vlasništva, osećajući bolje od ostalih stvarnu ulogu štampe i elektronskih sredstava informisanja. U isto vreme, medijska elita se sporo formirala, a kako je nastajala iz redova stare, komunistički zadojene i istrenirane sredine, nije uspevala da se značajnije odupre pritiscima koji su dolazili bilo od predstavnika vlasti, bilo od novih medijskih moćnika.

Da bi smo utvrdili do kojih granica sežu uticaji političkih elita, vlasnika, urednika i novinara na tok društvenih promena i kakve su posledice tog međuodnosa tokom 2009. godine<sup>5</sup> u 10 gradova Srbije – Subotici, Novom Sadu, Beogradu, Smederevu, Kragujevcu, Novom Pazaru, Nišu, Zaječaru, Leskovcu i Vranju – dakle, u gradovima koji predstavljaju “kičmu” Srbije i nalaze se na tzv. Koridoru 10, s malim izletima u Novi Pazar i Zaječar, koje smo smatrali izuzetno zanimljivim zbog nacionalnog sastava stanovništva, obavili smo veliko istraživanje.<sup>6</sup> Deo rezultata tog istraživanja predstavljamo u ovom radu.

U metodološkom pogledu, istraživanje je oslonjeno na anketu, kao sociološki instrument kojim se ispituju percepcija i socijalni stavovi ispitanika o kompleksnim međuodnosima

---

3 Chomsky N. (2004), Što čini dominantne medije dominantnima, *Evropski glasnik*, god.X, br.10

4 Herman, E., Mekčesni, R., *Globalni mediji*, Klio, Beograd 2004.,

5 Posle ovog termina u Srbiji nije bilo tako sveobuhvatnog istraživanja koje se ticalo međusobnih uticaja političara, vlasnika, urednika i novinara štampanih i elektronskih medija.

6 Istraživanje su obavili novinari RTS i Večernjih novosti, a rezultate je obradio Media Galup iz Beograda.

---

medija, njihovih protagonista i određenih struktura moći u Srbiji, kao i o globalnim društvenim problemima i društvenim pojavama u svetu.

Istraživanje je sprovedeno na principu slučajnog stratifikovanog uzorka od 543 ispitanika. Strukturu uzorka činili su obični građani, njih 200 (36,8% ukupnog broja), po 20 iz svakog grada, novinari – 100 (18,4%), po 10 iz svakog grada, urednici – 93 (17,1%), vlasnici ili menadžeri – 50 (9,2%), po pet iz svakog grada i političari – 100 (18,4%), po 10 iz svakog grada. U strategijskom razvijanju metodologije i formiranju stratifikovanog uzorka, namerno smo išli na to da u strukturi imamo veći broj predstavnika građana, zato što smatramo da su oni ogledalo tranzicionih promena i da je njihova percepcija dosta značajna za razumevanje ukupnih odnosa u kojima deluju mediji i druge analizirane kategorije. Takođe, opredelili smo se za manji uzorak vlasnika, odnosno menadžera, zbog objektivne slike na terenu. Naime, u nekim gradovima u kojima je ispitivanje obavljeno nema više od pet vlasnika ili menadžera u medijima.

U istraživanju je učestvovalo 359 osoba muškog pola (66,1%) i 184 osobe ženskog pola (33,9%). Što se tiče nacionalne pripadnosti, u strukturi uzorka ispitanika bilo je 369 Srba (68%), dok su ostatak činili pripadnici nacionalnih manjina (32%) i to: Bugari 20 (3,7%), Mađari 29 (5,3%), Makedonci 9 (1,7%), Albanci 16 (2,9%), Turci 6 (1,1%), Hrvati 18 (3,3%), Bošnjaci 45 (8,3%) i drugi 31 (5,7%). Od ukupno 543 ispitanika, političkim strankama pripadao je 221 ispitanik (40,7%), dok su van stranaka bila 322 ispitanika (59,3%). Velika pripadnost strankama ima svoj koren u tome što su ispitivani i stavovi političara, koji su uglavnom pripadnici političkih stranaka.

U istraživanju smo se posebno bavili pitanjima: uloge medija u razumevanju procesa globalizacije i modernizacije privrednog razvoja; uloge medija u evrointegracijskim procesima i regionalnoj saradnji; uloge medija u demokratizaciji društvenog života i u odnosu političkih elita; uloge medija u konstituisanju i ostvarivanju pravne države; uloge medija u osavremenjavanju i modernizaciji sistema obrazovanja; i uloge medija u očuvanju nacionalnih i kulturnih identiteta. U daljem tekstu, posebnu pažnju posvetićemo odgovorima koje smo dobili na grupu pitanja vezanih za očuvanje nacionalnih i kulturnih identiteta.

U uslovima globalizacije, značajna je uloga medija u očuvanju i afirmaciji vrednosti nacionalne kulturne tradicije i identiteta naroda i etničkih grupa. Tu ulogu mogu odigrati nacionalni i lokalni mediji ako su osposobljeni za to i ako u društvu postoji jasno definisan model kulturne politike, koji usmerava i objedinjuje akciju brojnih aktera (vladinih i nevladinih institucija, medija...)

u angažovanju ka istom cilju. Tako organizovana delatnost na planu kulturne politike pretpostavlja i odgovornu ulogu mas-medija. U suprotnom, zemlja može potpasti pod hegemoni uticaj snaga kulturnog kolonijalizma.

To je i bio razlog da učesnicima istraživanja postavimo pitanje o tome koliko su mediji u Srbiji realno samostalni, slobodni, autonomni, a koliko su puki prenosiooci “proizvoda” koji dolaze iz globalnih medija, koji su, po pravilu, reprezentanti najmoćnijih zemalja sveta.

Vrsta odgovora	Kategorija ispitanika												
	Opšta distribucija		Političari		Vlasnici ili menadžeri		Urednici		Novinari		Građani		
	Ukupno	%	Ukupno	%	Ukupno	%	Ukupno	%	Ukupno	%	Ukupno	%	
1	Slobodni su	208	38,3	38	38,0	27	54,0	33	35,5	27	27,0	83	41,5
2	Puki su prenosnici	253	46,6	51	51,0	22	44,0	55	59,1	59	59,0	66	33,0
3	Ne znam	82	15,1	11	11,0	1	2,0	5	5,4	14	14,0	51	25,5
	Total	543	100,0	100	100,0	50	100,0	93	100,0	100	100,0	200	100,0

Tabela 1: *Da li su u Srbiji mediji slobodni od uticaja globalnih medija ili su puki prenosiooci njihovih poruka na prostor Srbije?*

Distribucija odgovora na ovo pitanje, na nivou ukupnog uzorka, govori da su, u viđenju anketiranih, mediji u Srbiji puki prenosiooci uticaja globalnih medija. Svega 38,3 odsto ispitanika smatra da su oni slobodni od uticaja globalnih medija. Najviše urednika – 59,1 odsto i novinara – 59 odsto, smatra da su naši mediji puki prenosiooci poruka globalnih medija, dok su vlasnici ili menadžeri ocenili, sa 54 odsto, da su mediji slobodni od uticaja globalnih medija. Izuzetno visok procenat građana nema stav o ovom pitanju (25,5%), ali istovremeno, njih 33,0 odsto misli da su naši mediji puki prenosiooci poruka globalnih medija, što onda ukazuje na činjenicu da se i mišljenje građanske javnosti ne razlikuje bitno od mišljenja ostalih grupa ispitanika.

Iz ovoga proizilaze brojne implikacije na kulturnu i političku orijentaciju građana i društva. Za Srbiju se može reći da u ekonomiji sledi neoliberalni model razvoja, a da je na planu kulture u zoni zemalja zavisne modernizacije.

Za razvoj jednog društva izuzetno je značajna uloga kulture, uloga kulturne tradicije, svest o sopstvenom identitetu. U tom smislu, postavlja se pitanje: kakva je uloga medija u afirmaciji kulturnog identiteta, u razvijanju svesti o autonomnoj kulturi sopstvenog društva i afirmisanju autentičnih vrednosti nacionalne kulture?

Imajući u vidu veliki uticaj globalnih medija i širenje fenomena neravnopravnosti u raspodeli socijalne, informatičke i simboličke medijske moći, a u isto vreme značaj medija za formiranje javnog mnjenja o očuvanju nacionalnih identiteta i vrednosti u životu malih naroda, smatrali smo da bi bilo neophodno postaviti pitanje: koliko mediji u Srbiji doprinose unapređenju, razvoju i zaštiti nacionalne kulture?

Vrsta odgovora	Opšta distribucija		Kategorija ispitanika									
			Političari		Vlasnici ili menadžeri		Urednici		Novinari		Građani	
	Ukup no	%	Ukup no	%	Ukup no	%	Ukup no	%	Ukup no	%	Ukup no	%
1 Izuzetno doprinose	29	5,3	14	14,0	0	0,0	2	2,2	4	4,0	9	4,5
2 Sasvim dovoljno	106	19,5	13	13,0	13	26,0	24	25,8	14	14,0	42	21,0
3 Dovoljno	189	34,8	35	35,0	17	34,0	35	37,6	31	31,0	71	35,5
4 Nedovoljno	194	35,7	37	37,0	19	38,0	31	33,3	48	48,0	59	29,5
5 Uopšte se ne bave tom temom	8	1,5	0	0,0	1	2,0	1	1,1	3	3,0	3	1,5
6 Ne znam	17	3,1	1	1,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	16	8,0
Total	543	100,0	100	100,0	50	100,0	93	100,0	100	100,0	200	100,0

Tabela 2: *Koliko mediji u Srbiji doprinose zaštiti, unapređenju i razvoju nacionalne kulture?*

Distribucija odgovora na opštem uzorku pokazuje da ispitanici smatraju da mediji u Srbiji doprinose zaštiti, unapređenju i razvoju nacionalne kulture (dovoljno – 34,8 odsto i sasvim dovoljno – 19,5 odsto, ili ukupno – 55,2 odsto). Doprinos medija negativno je ocenilo 35,7 odsto ispitanika.

Zbir odgovora “dovoljno” i “sasvim dovoljno” kod svih kategorija ispitanika je iznad 50 odsto, osim kod novinara, koji su sa 48 odsto ocenili da je doprinos medija razvoju, zaštiti i unapređenju nacionalne kulture nedovoljan, a čak 3,0 odsto njih je smatralo da se mediji uopšte ne bave ovim pitanjima, što govori da je nezadovoljnih novinara iznad 50 odsto (51,0%).

Iako je rasprostranjeno uverenje da je u uslovima medijske globalizacije ozbiljno napadnut nacionalni kulturni identitet malih zemalja, ispitanici u Srbiji, osim novinara, smatraju da mediji dovoljno pažnje posvećuju ovim temama. Naše je mišljenje da novinari, ipak, imaju najbolji uvid u strukturu i kvalitet medijskog izveštavanja o ovim pitanjima, te nam se čini da njihovu kritičnost treba respektovati.

Uloga medija u globalnom društvenom sistemu, kao i uloga kulture, zavisi ne samo od pukog nivoa ekonomskog razvoja, karaktera političkog sistema i tehnološke razvijenosti jedne zemlje, već i od toga da li ta zemlja ima jasno definisanu, autonomnu kulturnu politiku i koji model kulturne politike sledi u socijalnom razvoju. Jer, društveni život je jedinstvo organizovanih i

spontanih procesa, racionalnih i iracionalnih, unutrašnjih i spoljašnjih faktora koji se međusobno prožimaju i na taj način grade (i utiču na) rezultantu društvenog razvitka. Zbog toga je vrlo važno da jedna zemlja, jedno društvo ima precizno definisanu kulturnu politiku. Dakle, bitna su pitanja: kakva je uloga i odgovornost neposrednih aktera, kao kreatora proizvođača kulturne politike; koliko je razuđen sistem kulturnih institucija, da li je kultura autonomna, demokratski decentralizovano postavljena? Kakav je odnos između metropole i perifernih institucija; koje vrednosti se preferiraju u okviru kulturne politike – da li elitna ili masovna kultura, da li zabavljачka ili narodna itd. i kakvo je, u tom kontekstu, mesto medija kao strateškog posrednika između građana i kulturnih institucija u afirmisanju i ostvarivanju vrednosti kulturne politike. Ovaj stav je posebno bitan za postsocijalistička društva, koja iz korena menjaju svoju prirodu i brojne podsisteme, približavajući se globalnom društvu, i koja se nalaze između tradicionalizma i modernosti, između prošlosti i budućnosti. U takvim društvima, stari modeli kulturne politike su otpisani, derogirani, a novi još nisu izgrađeni. Najčešće se u takvim istorijskim, prelaznim uslovima ispoljava tendencija imitativnog preuzimanja obrazaca kulturne politike iz razvijenih sistema ili se, pak, odlazi u drugu krajnost i preuzimanje neokonzervativnih oblika kulturne politike iz daleke prošlosti. Tako smo danas suočeni sa imitativnom kulturnom politikom koja preuzima koncepte vesternizacije i koja kulturnu politiku komercijalizuje i prepušta logici tržišnog fundamentalizma ili, s druge strane, imamo neokonzervativni pristup ovim problemima, koji se oslanja na obrasce vođenja kulture s početka 19. veka. Ipak, danas vidimo neki hibrid ova dva modela, između etastičkog koncepta, u kome politička sfera, još uvek u novom ruhu, ima diktat. U tom smislu, pitali smo: koliko mediji doprinose pronalazenju autonomnog modela kulturne politike? Smatramo da mediji treba da otvore ova pitanja, zajedno sa kulturnom elitom, kako bi se stiglo do odgovora na pitanje: koji to model kulturne politike treba da dominira?

Vrsta odgovora	Opšta distribucija		Kategorija ispitanika											
			Političari				Vlasnici ili menadžeri				Urednici		Novinari	
	Ukup. no.	%	Ukup. no.	%	Ukup. no.	%	Ukup. no.	%	Ukup. no.	%	Ukup. no.	%	Ukup. no.	%
1 Izuzetno doprinose	17	3,1	6	6,0	0	0,0	2	2,2	4	4,0	5	2,5		
2 Sasvim dovoljno	103	19,0	16	16,0	10	20,0	22	23,7	11	11,0	44	22,0		
3 Dovoljno	162	29,8	25	25,0	17	34,0	26	28,0	23	23,0	71	35,5		
4 Nedovoljno	202	37,2	48	48,0	23	46,0	40	43,0	51	51,0	40	20,0		
5 Uopšte se ne bave tom temom	28	5,2	2	2,0	0	0,0	3	3,2	7	7,0	16	8,0		
6 Ne znam	31	5,7	3	3,0	0	0,0	0	0,0	4	4,0	24	12,0		
Total	543	100,0	100	100,0	50	100,0	93	100,0	100	100,0	200	100,0		

Tabela 3: *Koliko mediji doprinose pronalazenju autonomnog modela kulturne politike Srbije?*

Distribucija odgovora na nivou opšteg uzorka pokazala je da mediji otvaraju ova pitanja i doprinose njihovom rešavanju. Tako je mislilo 51,9 odsto ispitanika, o čemu govori zbir odgovora “dovoljno” (29,8%), “sasvim dovoljno” (19,0%) i “izuzetno” (3,1%). Nedovoljnu ocenu dalo je 37,2 odsto ispitanika. Posmatrano po socio-profesionalnim karakteristikama ispitanika, pozitivnu zbirnu ocenu imali su građani (57 odsto), a zatim vlasnici ili menadžeri (54%) i urednici (51,7%). Nezadovoljni su bili novinari, kod kojih se 57 odsto izjasnilo za odgovore “nedovoljno” (51,0%) i “uopšte se ne bave tom temom” (7,0%), kao i političari, kod kojih je procenat ove zbirne ocene iznosio 50,0 odsto.

Moderno društvo počiva na principu da je sloboda svakog pojedinca uslov slobode svih, a iz toga se izvodi zaključak o univerzalizaciji sloboda i prava svih njegovih pripadnika. Princip građanstva štiti sve ljude, bez obzira na rasu, veru, nacionalnu pripadnost. Da bi se izbegla hegemonija većine nad manjinom, afirmisan je princip zaštite nacionalnih manjina, princip nacionalne i etničke ravnopravnosti. Moderna društva su multikulturalna, multietnička, multireligijska. To je realnost savremenog sveta, u kome postoji međuzavisnost, transparentnost granica, velika socijalna mobilnost i ona je uslovljena savremenim procesima. Za razliku od tradicionalnih društava, savremena društva su transparentna. Velika je pokretljivost ljudi i zbog toga sve države moraju da vode računa o položaju i pravima nacionalnih manjina. To je regulisano brojnim odredbama međunarodnog, ali i srpskog zakonodavstva. Kakva je uloga medija u Srbiji u razvoju kultura nacionalnih manjina, pitali smo naše ispitanike.

Vrsta odgovora	Opšta distribucija		Kategorija ispitanika									
			Političari		Vlasnici ili menadžeri		Urednici		Novinari		Građani	
	Ukupno	%	Ukupno	%	Ukupno	%	Ukupno	%	Ukupno	%	Ukupno	%
1 Izuzetno doprinose	66	12,2	8	8,0	3	6,0	15	16,1	6	6,0	34	17,0
2 Sasvim dovoljno	73	13,4	12	12,0	11	22,0	10	10,8	13	13,0	27	13,5
3 Dovoljno	140	25,8	29	29,0	11	22,0	30	32,3	31	31,0	39	19,5
4 Nedovoljno	223	41,1	48	48,0	22	44,0	34	36,6	45	45,0	74	37,0
5 Uopšte se ne bave tom temom	23	4,2	0	0,0	2	4,0	4	4,3	4	4,0	13	6,5
6 Ne znam	18	3,3	3	3,0	1	2,0	0	0,0	1	1,0	13	6,5
Total	543	100,0	100	100,0	50	100,0	93	100,0	100	100,0	200	100,0

Tabela 4: *Koliko mediji doprinose razvoju kultura nacionalnih manjina?*

Istraživanje je, na opštem uzorku, pokazalo da ispitanici smatraju da je doprinos medija ovom pitanju pozitivan. O tome govori zbir odgovora “dovoljno” (25,8%), “sasvim dovoljno” (13,4%)

i “izuzetno” (12,2%), koji iznosi 51,4 odsto. Posmatrano po kategorijama, najzadovoljniji ponašanjem medija su urednici, čiji zbir pozitivnih odgovora iznosi 59,2 odsto, dok su u kategoriji novinara, građana i vlasnika pozitivni odgovori bili na polovini i iznosili 50 odsto. Nezađovoljni doprinosom medija afirmaciji kultura nacionalnih manjina bili su političari, čiji je zbir negativnih ocena iznosio 51,0 odsto.

Da bi se ostvario bliži uvid u situaciju na terenu i utvrdio kvalitet informisanja koje mediji pružaju o realnom političkom, životnom i kulturnom položaju nacionalnih manjina, ispitanicima smo postavili dodatno pitanje o realnosti slike o etničkim manjinama u medijima.

Vrsta odgovora	Opšta distribucija		Kategorija ispitanika											
			Političari		Vlasnici ili menadžeri		Urednici		Novinari		Građani			
	Ukupn	%	Ukupn	%	Ukupn	%	Ukupn	%	Ukupn	%	Ukupn	%		
1	Da, pružaju realnu sliku	243	44,8	40	40,0	20	40,0	47	50,5	34	34,0	10	51,0	
2	Ne, ne pružaju realnu sliku	231	42,5	47	47,0	24	48,0	40	43,0	48	48,0	72	36,0	
3	Nisam o tome razmišljao/la	69	12,7	13	13,0	6	12,0	6	6,5	18	18,0	26	13,0	
Total		543	100,0	100	100,0	50	100,0	93	100,0	100	100,0	20	100,0	

Tabela 5: *Da li informacije u medijima pružaju realnu sliku o etničkim manjinama?*

Na nivou opšteg uzorka, distribucija odgovora pokazala je gotovo potpunu podeljenost ispitanika. Utisak o realnoj slici o položaju etničkih manjina imalo je 44,8 odsto ispitanika, dok se za opciju da je slika nerealna odlučilo 42,5 odsto ispitanika, uz dodatak od 12,7 odsto onih koji su rekli da o tome nisu razmišljali. Ako se posmatraju socio-profesionalne kategorije ispitanika, uočava se da građani (51%) i urednici (50,5%) misle da je slika realna, dok svi ostali smatraju da ta slika nije realna (novinari – 48%, vlasnici ili menadžeri – 48%, političari – 47%).

Iz odgovora na ovo pitanje vidi se da je u medijima izuzetno značajno otvaranje pitanja položaja etničkih manjina u Srbiji. Jer, ukoliko se želi da se o Srbima na teritorijama okolnih država, gde oni predstavljaju manjinu, govori na pravi način, onda se to isto mora omogućiti i u domaćim medijima.

\* \* \*

Na osnovu istraživanja izvučen je niz zaključaka od kojih ovom prilikom posebno izdvajamo one koji se tiču obaveze novinara koji ne smeju biti puki posmatrači svega što se



oko njih, pod plaštom tranzicije i globalizacije, odvija. Današnji ishod borbe između logike profita i moralnih načela profesije žurnalista sasvim je jasan i ne ide u prilog profesiji koja je nekada nazivana sedmom silom, a u novije vreme četvrtim stubom demokratije.

Iako u medijima o svemu odlučuju vlasnici i glavni urednici, a u redakcije ulaze novinari koji su već prethodno poraženi činjenicom da danas novinar može biti bilo ko, bez obzira na stepen njegovog obrazovanja, da su plate niske, kao i da je prisutna neprekidna zabrinutost za očuvanje radnih mesta,<sup>7</sup> upravo od novinara se očekuje da, profesionalno i sindikalno udruženi, dignu svoj glas kako bi se izborili ne samo za očuvanje nekadašnjih visokih standarda profesije kojoj pripadaju, već i za očuvanje nacionalnih i kulturnih vrednosti.

Takvi mediji, u kojima bi glas novinara imao veću težinu nego do sada, predstavljali bi odgovorne aktere u društvu i bili u funkciji objektivne informisanosti i formiranja kritičke građanske javnosti, bez koje nema otvorenog i demokratskog društva.

#### LITERATURA:

- Burdije P., *Narcisovo ogledalo*, Klio Beograd 2000.
- Herman E., Mekčesni R., *Globalni mediji*, Klio, Beograd 2004.
- Kastells M., *Moć identiteta*, Golden marketing, Zagreb 2002.
- Kastells M., *Uspon umreženog društva*, Golden marketing, Zagreb 2000.
- Mitrović Lj., *Put u zavisno društvo*, Centar za balkanske studije, Niš 2004.
- Vidojević Z., Udes demokratije, u *Zbornik radova Filozofeme*, Srpski filozofski forum, Novi Sad 2008.

Zoran Aracki  
Niš University, Faculty of Philosophy

#### MEDIA, CULTURE GLOBALIZATION AND IDENTITY PRESERVATION

#### Abstract

Today, globalized media are not only means of transportation which transfer culture from one part of the world to the other, but first of all they are instruments by which few so called „ global players“ – owners

---

7 Opširnije videti u tekstu Vidojevića, Z. (2008): Udes demokratije, u Zborniku radova Filozofeme, Srpski filozofski forum, Novi Sad

try to achieve cultural and information hegemony. To these big players in Serbia, from different reasons, are added numerous small or bigger media owners who uncritically follow the imposed behavioral patterns and practice. In this paper the author presents the part of his extensive empirical research entitled „The international influence of political elite, new owners, editors and journalists and their reflection on the social changes in Serbia at the beginning of the 21<sup>st</sup> century“ describing the consequences of Serbian globalized media influence on culture and ethnic identity. The need of more active role of journalists in these hard, transitional, times is specially pointed out.

**Key words:** *media, journalists, globalization, culture, identity*