

Марко М. Ђорђевић
Универзитет у Крагујевцу
Факултет педагошких наука у Јагодини
Катедра за друштвено-хуманистичке науке

УДК 316.774:323.15]:004.738.5
DOI 10.46793/Uzdanica19.1.191DJ

Прегледни рад
Примљен: 14. јануар 2022.
Прихваћен: 6. мај 2022.

Мирко М. Милетић
Универзитет Привредна академија у Новом Саду
Факултет друштвених наука, Београд

МАЊИНСКИ МЕДИЈИ И ДИГИТАЛНО КОМУНИКАЦИЈСКО ОКРУЖЕЊЕ

Развојне перспективе медија на језицима националних мањина и медија
цивилног друштва у Србији

Айстпраќий: У овом раду „мањински медији” у Србији сагледавају се у семантичкој равни, која не обухвата искључиво информисање на језицима националних мањина. Они се промишљају у ширем теоријском кључу којим су обухваћена и она значења која превазилазе категорије националног и етничког.

„Мањински медији” као алтернатива и противтежа „већинским”, посматрају се и као „комуникациони канал” националних мањина у Србији на регионалном и локалном нивоу, али и као медији цивилног друштва, маргинализованих и друштвено подређених група и заједница са специфичним културним потребама.

У дигиталном комуникацијском окружењу и захваљујући убрзаном развоју интернета и медијских сервиса који одговарају новим навикама публике, створени су другачији услови за промишљање традиционалног модела функционисања „мањинских медија”.

Њихов будући развој зависиће и од техничко-технолошких могућности и формалних иновација, али и од нових модела финансирања и креативних решења и експерименталних који се везују за произвођаче и продуценте медијских садржаја.

Кључне речи: мањински медији, медији цивилног друштва, медијска публика, медијске слободе, нови медији.

1. МЕДИЈСКЕ СЛОБОДЕ У СТРОГО КОНТРОЛИСАНИМ УСЛОВИМА

Степен медијских слобода у Србији је у алармантном паду, наводи се у последњем извештају организације Репортери без граница¹, а поткрепљено је релевантним подацима који указују да је Србија у поређењу са државама

¹ Доступно на: <https://rsf.org/en/rsf-index-2018-hatred-journalism-threatens-democracies>, посећено 27. 4. 2018.

западног Балкана доживела највећи пад. У односу на претходни извештај, назадовала је за десет, а тренутно се налази на 76. месту.

У овом извештају наводи се да је у Србији небезбедно бавити се одговорним и истраживачким новинарством и да постоји изражен анимозитет владајућих политичких елита према новинарима и појединим медијима, као и да је приметан дослук политичара и медија, висок ниво концентрације влашних и недостатак плурализма у штампаним и електронским медијима.

Током 2017. године, новинари, представници медија, независних новинарских удружења и организација цивилног друштва, потписали су у Београду Проглас о слободи медија², а Европска федерација новинара је одлучила да због угрожених медијских слобода у Србију пошаље међународну мисију, позвавши Савет Европе и ОЕБС да наставе са притиском на председника Александра Вучића и Владу Србије.

Наведене иницијативе и активности покренуте су, поред осталог, и због учесталог ометања рада новинара и појединих медијских кућа и „софистицираних” начина вршења притисака на њих, попут надзора, судских поступака, административног узнемиравања, учесталих провера финансијских инспекција и осталих економских притисака, али и због све присутнијих феномена сензационализма, таблоидизације, аутоцензуре и угрожавања независне уређивачке политике и претварања медија у средства јавне пропаганде.

Већина наведених проблема и појава наслеђена је из претходног периода, па су у Извештају о власничкој структури и контроли медија у Србији из 2015. године³ као главни проблеми издвојени: „нетранспарентност медијског власништва; нетранспарентност финансирања, економски утицај кроз буџет, пореске олакшице и друге индиректне облике финансирања јавним новцем; проблеми приватизације медија и неизванредан статус јавног сервиса; цензура и аутоцензура и таблоидизација”.

У овом извештају указује се и на спорост медијских реформи и недовољно развијену регулативу, те на економску зависност и спрегу медија са политичком и економском елитом као и неформалним центрима моћи, што све за последицу има то да медијски садржаји нису резултат слободног, објективног или истраживачког новинарства, а већина медија није у функцији јавног интереса и повећања опште информисаности грађана.

² Доступно на: <http://mediasfera.rs/2017/10/06/proglas-za-slobodu-mediija-izbor-vise-nepostoji/>, посећено 27. 4. 2018.

³ Доступно на: <http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/izvestaj%20mediji%2026%2002.pdf>, посећено 27. 4. 2018.

2. МАЊИНСКИ МЕДИЈИ КАО ДЕО „КОМУНИКАЦИЈСКЕ ИГРЕ” СИМУЛИРАЊА МУЛТИКУЛТУРАЛНОСТИ

Заштита медијских слобода и плурализма, независне уређивачке политике и положаја новинара у медијима, неговање и развијање вредности мултиетничког и мултикултуралног друштва, производња квалитетних и разноврсних медијских садржаја и прецизно дефинисање јавног интереса у сфери јавног информисања – не би требало, узимајући у обзир све горе речено, да буду приоритети само када је реч о тзв. „већинским медијима” (јавним медијским сервисима и комерцијалним медијима у приватном власништву), већ и када говоримо о медијима који су „комуникациони канал” националних мањина у Србији, маргинализованих и друштвено подређених група и заједница са специфичним културним потребама.

У овом тексту „мањинским медијима” приступили смо полазећи од одређења појма „мањине” које се последњих година усталило у друштвеним наукама, где се овим појмом „не подразумева превасходно група која је у бројчаној мањини, него свака маргинална, друштвено подређена група, група која има релативно мању друштвену и политичку моћ, без обзира на бројност” (Прелић 2008: 64).

Ови медији, обухваћени синтагмом „медији мањина” или „мањински медији”, углавном се, како сматра Недим Сејдиновић, понашају као „сателити” тзв. „већинских медија” и „по правилу исти проблеми који владају у већинским медијима – владају и у мањинским. Онај ко је на власти, тај одређује уређивачку политику већине медија, независно од тога ко им је оснивач [...]”.⁴

Припадницима националних мањина у Србији, поред информисања на матерњем језику и Уставом и медијским законима, као и осталим нормативним документима и обавезујућим међународним и домаћим актима, потврђују се и права на истинито, објективно, правовремено извештавање уз поштовање принципа и вредности демократског, мултикултуралног друштва, политичког и медијског плурализма. Држава се обавезује и на финансирање медијских садржаја на мањинским језицима на адекватан и сврсисходан начин, уз њихову заступљеност у програму јавних медијских сервиса, као и на стимулисање разноврсних медијских садржаја.

У пракси, међутим, стање изгледа другачије, и пре бисмо могли говорити о „комуникационој игри” симулирања мултикултуралности јер, као што истиче Жужана Серенчеш, у Акционом плану за остваривање права нацио-

⁴ Доступно на: <http://www.nedimsejdinovic.com/nedim-sejdinovic-medijske-slobode-nisu-problem-njih-nema/>, посећено 27. 4. 2018.

налних мањина⁵, кључној агенди која је део Акционог плана⁶ за Поглавље 23 у преговарачком процесу приступања Србије Европској унији, „нема ни речи о слободи изражавања и слободи и плурализму медија, као основним европским вредностима” (Серенчеш 2017: 19).

Својеврстан парадокс представља и то да још увек није завршена нова Стратегија развоја система јавног информисања, тзв. Медијска стратегија којом су обухваћени и „мањински медији”, на шта се, такође, према Акционом плану за Поглавље 23, Србија обавезала још 2015. године. Требало је да нова Медијска стратегија замени стару која је важила до краја 2016, али се то упркос бројним најавама из надлежног министарства још увек није догодило.

„Уместо учвршћивања процеса установљавања истине на делу је процес насилног очаравања вештачком демократијом и подгревање илузија о њеној моћи, при чему се суштина демократичности вешто покрива у име наступајуће манипулативности” (Станојевић, Ђорђевић 2017: 10).

На конференцији „Информисање на језицима националних мањина – на споредном колосеку”, коју је почетком 2018. организовало Независно удружење новинара Војводине, константована је већина наведених проблема са којима се суочавају и „мањински медији”.

И јавни медијски сервиси (Радио телевизија Србије и Радио телевизија Војводине), и медији чији су оснивачи национални савети националних мањина, али и комерцијални медији у приватном власништву, изложени су сталним политичким и финансијским притисцима, што угрожава независност уређивачке политике и слободу уредника и новинара за тачно, правовремено и објективно информисање, али и производњу квалитетних и разноврсних медијских садржаја на језицима националних мањина.

„Код јавних сервиса, проблем права и финансирања везан је уопште за питање финансирања јавних медијских сервиса, а посебно је проблематично што Радио телевизија Србије годинама не испуњава своје законске обавезе и, за разлику од Радио телевизије Војводине, не емитује програм на језицима националних мањина, чиме су угрожене `невојвођанске’ мањине, као што су Албанци, Бошњаци, Бугари, Власи и Роми (постоји програм на мањинским језицима али на симболичном нивоу, далеко од потребе ових грађана који такође плаћају таксу за јавне медијске сервисе)” (Сејдиновић 2017: 25)-

⁵ Доступно на: <http://mduls.gov.rs/obavestenja/akcioni-plan-za-ostvarivanje-prava-nacionalnih-manjina/>, посећено 26. 4. 2022.

⁶ Доступно на: <https://www.mpravde.gov.rs/files/Akcioni%20plan%20PG%202023%20Treci%20насрт-%20Kонасна%20verzija1.pdf>, посећено 28. 4. 2018.

Уз неадекватне законе и саморегулативне механизме, језичке баријере и одлив публике због изражене емиграције младих, слаб новинарски кадар и лош финансијски положај новинара, оцењено је у Извештају⁷ са ове конференције, ови медији налазе се у „ниском лету” и „испод радара”, а јавност је недовољно упозната са њиховим проблемима.

3. ДИГИТАЛНО КОМУНИКАЦИЈСКО ОКРУЖЕЊЕ КАО АЛТЕРНАТИВА

Примери добре праксе ипак постоје, иако су усамљени и у повоју, и они су углавном у вези са креативним потенцијалом и ентузијазмом појединаца који учествују у продукцији квалитетних медијских садржаја и могућностима које пружају интернет и нове медијске платформе.

И за медије на језицима националних мањина и за алтернативне медије који се обрађају маргиналним друштвеним групама, као и за медије заједнице (*community media*) или „радикалне медије” (Атон 2015) који се „одликују оговорношћу према заједницама којима служе и често настају као резултат рада важних и популарних друштвених покрета, који настоје да отворе простор за суделовање грађана, без политичког или комерцијалног уплитања” (Грухоњић 2016: 7), дигитално комуникацијско окружење отворило је нове могућности и изазове.

Да је могуће одупрети се политичким притисцима и захтевима комерцијалног тржишта, изнаћи одрживе моделе финансирања и „нове канале” до публике, а истовремено сачувати интегритет, професионализам и задовољавајуће креативне и продукцијске стандарде, показују поједини интернет сајтови и портали, телевизије и дигиталне радио-станице које ћемо у овом тексту поменути као примере добре праксе.

Поједини од њих, попут „Балканске истраживачке мреже” (BIRN)⁸, „Војвођанског истраживачко-аналитичког центра” (VOICE)⁹, „Центра за истраживачко новинарство Србије” (CINS)¹⁰, који негују концепт истраживачког и аналитичког новинарства; независног портала „Слободни Мађар со” (*Szabad Magyar Szó*)¹¹, који се обрађа припадницима мађарске националне мањине и у чијем оснивању су учествовали новинари који су се супротставили политичким притисцима у редакцији листа *Mađar so*; двојезичног портала

⁷ Доступно на: <http://www.ndnv.org/wp-content/uploads/2018/02/Treci-izvestajFINAL.pdf>, посећено 29. 4. 2018.

⁸ Доступно на: <http://birnsrbija.rs/>, посећено 29. 4. 2018.

⁹ Доступно на: <http://voice.org.rs/>, посећено 29. 4. 2018.

¹⁰ Доступно на: <https://www.cins.rs/srpski>, посећено 29. 4. 2018.

¹¹ Доступно на: <https://szabadmagyarszo.com/>, посећено 29. 4. 2018.

„Фар”¹² који је добар пример професионалног вишејезичног извештавања на српском и бугарском језику у Димитровграду; телевизије „Форум”¹³ која је пример успешног функционисања регионалне телевизије у Пријеполу; те интернет радио-станица и пројеката, „Радио Апарат”¹⁴, „Мјехур на мрежи”¹⁵, „Дашко и Млађа”¹⁶, „Б-Тон” радио¹⁷, „Радио D59B”¹⁸, „Balance радио”¹⁹, оставају донекле простора за оптимистичнију слику када је реч о сагледавању мањинских медија.

Наведени медији су светао и усамљен пример неговања креативности, иновативности, објективности, експерименталног приступа и осталих професионалних вредности које су у функцији стварања квалитетних и жанровски разноврсних медијских садржаја.

Овакви медијски садржаји подстичу критичко мишљење и друштвени активизам, окренути су ка неговању мултикултуралности и доприносе подизању општег нивоа моралне, политичке и културне свести. Истовремено, они су у сагласности са информативном, образовном и забавном функцијом мас-медија, али су, супротно јавном интересу, у већинским медијима у великој мери маргинализовани и стављени у споредни план.

Не треба заобићи ни чињеницу да је и публика којој се они обраћају, условно речено, „активнија” и самосталнија у трагању за жељеним медијским садржајима, а у задовољавању својих комуникационих потреба руководи се другачијим мотивима и навикама у поређењу са публиком која је окренута ка традиционалним „већинским” медијима.

Такву публику одликују и виши степен информатичке и медијске писмености, окренутост ка интернету и новим медијима и активно учешће у креирању садржаја, управљању и финансирању ових медија.

„Дигитална публика је не само моћнија од некадашње, традиционалне, већ је и много комплекснија, њене потребе су софистицираније, као и навике и очекивања. Уз различита очекивања иду и различити начини коришћења различитих медијских канала, уређаја и платформи. Медијски продуценти у непрекидној су потрази за новим облицима продукције, али и новим бизнис моделима који ће помирити потребу за профитом, креирањем одрживог садржаја, са све комплекснијим захтевима потрошача” (Мартиноли 2016: 1280).

¹² Доступно на: <http://far.rs/index.php/sr/pocetna/>, посећено 29. 4. 2018.

¹³ Доступно на: <https://foruminfo.rs/>, посећено 29. 4. 2018.

¹⁴ Доступно на: <http://www.radioaparat.com/>, посећено 29. 4. 2018.

¹⁵ Доступно на: <https://www.mixcloud.com/MjehurNaMre%C5%BEi/>, посећено 29. 4. 2018.

¹⁶ Доступно на: <http://www.daskoimladja.com/>, посећено 29. 4. 2018.

¹⁷ Доступно на: <http://beton.radio.net/>, посећено 29. 4. 2018.

¹⁸ Доступно на: <http://radio.d59b.com/>, посећено 29. 4. 2018.

¹⁹ Доступно на: <https://www.mixcloud.com/balanceradio/>, посећено 29. 4. 2018.

Занимљиви су, с тим у вези, примери успешног реализовања крауд-фандинг (*crowdfunding*) кампања као алтернативног начина финансирања, јер управо публика у овом моделу пружања подршке мањинским медијским пројектима преузима на себе активну донаторску улогу и омогућује ауторима да производе квалитетан програм и да остваре високе професионалне и креативне стандарде.

Интернет пројекат „Дашко и Млађа” који су покренула двојица радијских аутора после гашења њихове емисије „Аларм” на Радију Б92 и О-радију, успешно се реализује управо захваљујући донацијама слушалаца који учествују у финансирању ове емисије.

Уплата донација врши се преко *SMS* сервиса мобилних оператера, али и специјализованог глобално познатог сајта *Пајтреон*²⁰ за пружање алтернативне финансијске помоћи ауторским и иновативним пројектима, идејама и кампањама. Аутори ове емисије упутили су позив за донације посредством свог сајта:

„Одлучили смо се да окусимо узбуђење тоталне независности. Медијска сцена у Србији је у мрклом мраку и, уместо да сложено и у хармонији кукамо и немоћно псујемо режим, покушаћемо да урадимо нешто по том питању и преокренемо ствар на боље. Сви традиционални медији су потпуно поробљени па медијске слободе морамо освајати на другим местима. Интернет нису покорили и ту је велика шанса за слободну мисао и критички глас. А и квалитетну забаву! Вашу омиљену радио-емисију и подкаст одсада ћете финансирати ви лично и добровољно.”²¹

Слушаоцима је омогућено да емисију прате посредством интернета у реалном времену у термину њеног емитовања, или посредством стриминга (*streaming*) и подкаста (*podcast*) асинхроно, у било ком тренутку. Аутори су захваљујући алтернативном начину финансирања и новим медијским платформама и сервисима, пронашли начин да остану „у етру” и наставе са реализацијом емисије, без политичких и комерцијалних притисака и ограничења.

Интернет аудио-пројекат „Мјехур на мрежи” који реализује Срђан Анђелић, дугогодишњи аутор сада већ затвореног Радија Б92, до публике долази посредством интернет платформе *Миксклауд* (*Mixcloud*). Овај и слични радио-пројекти који се обрађају мањинским и маргинализованим друштвеним групама и алтернативним културним круговима и појединцима, у највећој мери опстају захваљујући ентузијазму аутора и њиховој склоности ка експериментима:

²⁰ Доступно на: <https://www.patreon.com/>, посећено 29. 4. 2018.

²¹ Доступно на: <http://www.daskoimladja.com/>, посећено 29. 4. 2018.

„Нисам налазио, као што не налазим ни данас, никакав садржај у официјелним медијима. И онда схватиш да данас можеш да направиш радио сам, да ти не треба нико. То је много добро. За радио ти треба један-два кабла, један лаптоп, на интернету иначе постоје сервиси где можеш да поставиш то што си направио. Тако да је ужасно једноставно, као клинци кад направе бенд. Направиш бенд, снимиш песму и лансираш је.”²²

Ауторске садржаје пројекта „Мјехур на мрежи” са интернета преузимају и реемитују поједине локалне и регионалне радио-станице, а аутор још увек није предузео кораке ка покретању краудфандинг кампање и позивању слушалаца да помогну његов рад донацијама, иако ту могућност не искључује.

Аутори који до публике долазе посредством својих сајтова и страница на друштвеним мрежама могу, поред директних донација од публике, да користе и неки од постојећих начина обезбеђивања прихода од онлајн-реклама, банера и спонзорисаних огласа за које се плаћа по клику, попут услуга *Google AdSense* и осталих које нуде велике интернационалне ИТ компаније, *Гуџл (Google)*, *Јаху (Yahoo)*, *Бинг (Bing)* и сл.

Иако је тај облик маркетиншког деловања у последњих неколико година забележио узлазни тренд због нових комуникацијских трендова и медијских потреба, не може се занемарити ни чињеница да такав вид финансирања сајтова може бити и прилично несигуран и нестабилан.

То потврђују и поједини програми попут *Егблoкa (AddBlock)* и сличних, који су омогућили корисницима да у потпуности онемогуће приказивање рекламних огласа на својим рачунарима, што је у великој мери довело у питање ефикасност таквог модела финансирања и одрживости сајтова.

Зато не чуди што велики број ауторских пројеката на интернету, попут наведених радијских пројеката у Србији, опстаје управо захваљујући ентузијазму и креативној енергији аутора који теже променама и новинама, а којима финансијски и материјални интереси нису примарни.

4. ЗАКЉУЧАК

Све досад речено упућује на закључак да су „мањински медији” у Србији у незавидном положају и да је, осим у случају медија цивилног сектора и појединих ауторских пројеката на интернету који још увек нису бројни, неопходно темељно приступити њиховој реорганизацији и редеофинисању постојећег модела функционисања.

²² Интервју са Срђаном Анђелићем – „Мјехур на мрежи – Радио који је са слушаоцима на ’ти””, доступно на: <https://www.slobodnaevropa.org/a/srbija-mjehur-na-mrezi-srdjan-andjelic/28210107.html>, посећено 29. 4. 2018.

Када је реч о медијима на језицима националних мањина, требало би наћи начина да се умањи и онемогући утицај владајућих политичких кругова и националних савета на њихов рад кроз адекватна законска и институционална решења, али и регулативне механизме.

Такође, неопходно је решити проблем дисфункционалности јавних сервиса, посебно РТС-а, који годинама крши законску обавезу не производећи довољан број емисија на језицима националних мањина и тиме се оглушује о основна начела мултикултуралног друштва.

Немар и невођење рачуна о специфичним потребама изражава се на јавним медијским сервисима и према маргинализованим групама и алтернативним културним круговима, деци и омладини, хендикепиранима, социјално и здравствено угроженима, итд.

Један од могућих начина превазилажења бројних проблема који закупају мањинске медије многи виде у оснивању и раду медија цивилног друштва који су досад били недовољно заступљени.

„Не треба, такође, губити из вида и да се мањинска информативна сцена још увек претежно ослања на традиционалне медијске платформе и да на пољу онлајн-медија, рецимо, заостаје за већинском медијском сценом. У превазилажењу тога управо би медији цивилног друштва могли да пруже значајан допринос и мањинску медијску понуду учине разноврснијом.” (Серенчеш, 2016: 43)

Оснивање оваквих медија и покретање нових медијских пројеката на интернету допринело би унапређивању интеркултуралне комуникације и дијалога између различитих националних заједница и јачању духа толеранције. У случају осталих маргинализованих и друштвено подређених група, били би створени бољи услови за задовољавање њихових медијских и културних потреба.

У дигиталном комуникацијском окружењу и захваљујући убрзаном развоју интернета и медијских сервиса који одговарају новим навикама и очекивањима публике, створени су другачији услови за промишљање и преиспитивање традиционалног модела функционисања „мањинских медија”.

Њихов будући развој зависиће и од техничко-технолошких могућности и формалних иновација, али и од нових модела финансирања и креативних решења и експеримената који се везују за произвођаче и продуценте медијских садржаја.

Одлучујућу улогу у трагању за разноврсним и квалитетним садржајима, који су „ослобођени” политичких и економских стега, могла би да преузме и публика која би се одрекла старих навика и склоности ка традиционалним медијима и активније окренула ка интернету и новим медијима.

ЛИТЕРАТУРА

Атон (2015): Chris Atton, *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*, Oxford, New York: Routledge.

Грухоњић (2016): Динко Грухоњић, Медији цивилног друштва (медији заједнице) – искуства развијених земаља, у: *Медији цивилног друштва – уједињено за уједињење*, Нови Сад: Независно друштво новинара Војводине.

Мартиноли (2016): Ана Мартиноли, Дигитална медијска публика – нова очекивања, нове навике, *In Medias Res – часопис филозофије медија*, 5/8, Загреб: Центар за филозофију медија и медијска истраживања.

Прелић (2008): Младена Прелић, *(Н)и овде (н)и имамо – етнички идентитет Срба у Мађарској на крају XX века*, Београд: Етнографски институт САНУ.

Сејдиновић (2017): Недим Сејдиновић, Информисање на мањинским језицима у контексту израде нове Стратегије развоја система јавног информисања у Србији (до 2023. године), у: *Информисање на језицима националних мањина – на сјоредном колосеку*, Нови Сад: Независно друштво новинара Војводине.

Серенчеш (2016): Жужана Серенчеш, Националне мањине и медији цивилног друштва, у: *Медији цивилног друштва – уједињено за уједињење*, Нови Сад: Независно друштво новинара Војводине.

Серенчеш (2017): Жужана Серенчеш, Информисање на језицима националних мањина и преговарачки процес, у: *Информисање на језицима националних мањина – на сјоредном колосеку*, Нови Сад: Независно друштво новинара Војводине.

Станојевић, Ђорђевић (2017): Добривоје Станојевић, Марко М. Ђорђевић, Монологизација дијалога у постмодерним медијима, *Медијски дијалози, часопис за истраживање медија и друштва*, Вол. 10, Подгорица: Истраживачки медијски центар, 27–28.

ВЕБОГРАФИЈА

<https://rsf.org/en/rsf-index-2018-hatred-journalism-threatens-democracies>
<http://mediasfera.rs/2017/10/06/proglas-za-slobodu-medija-izbor-vise-ne-postoji/>
<http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/izvestaj%20mediji%2026%2002.pdf>

<http://www.nedimsejdinovic.com/nedim-sejdinovic-medijske-slobode-nisu-problem-njih-nema/>

<http://mduls.gov.rs/obavestjenja/akcioni-plan-za-ostvarivanje-prava-nacionalnih-manjina/>

<https://www.mpravde.gov.rs/files/Akcioni%20plan%20PG%2023%20Treci%20nacrt-%20Konacna%20verzija1.pdf>

<http://www.ndnv.org/wp-content/uploads/2018/02/Treci-izvestajFINAL.pdf>

<http://birnsrbija.rs/>

<http://voice.org.rs/>

<https://www.cins.rs/srpski>

<https://szabadmagyarszo.com/>

<http://far.rs/index.php/sr/pocetna/>

<https://foruminfo.rs/>
<http://www.radioaparatz.com/>
<https://www.mixcloud.com/MjehurNaMre%C5%BEi/>
<http://www.daskoimladja.com/>
<http://beton.radio.net/>
<http://radio.d59b.com/>
<https://www.mixcloud.com/balanceradio/>
<https://www.patreon.com>
<https://www.slobodnaevropa.org/a/srbija-mjehur-na-mrezi-srdjan-andjelic/28210107.html>

Marko M. Ђорђевић

University of Kragujevac
Faculty of Education in Jagodina

Mirko M. Милетић

University Business Academy in Novi Sad
Faculty of Social Sciences, Belgrade

MINORITY MEDIA AND DIGITAL COMMUNICATION ENVIRONMENT

Development Perspectives Of Minority Language Media And Civil Society Media In Serbia

Summary: In this paper “the minority media” in Serbia are viewed from a semantical perspective which does not exclusively include information in the languages of national minorities; they are deliberated in broader theoretical key encompassing the meanings surpassing the categories of national and ethnic.

“Minority media” as an alternative to the “majority” ones, are observed as a “communicational channel” of national minorities in Serbia both on the regional and local level, but also as the media of the civil society, marginalized and socially deprived groups and entities with specific cultural needs.

In digital communication environment and owing to the rapid development of the Internet and media services suiting the new needs and expectations of the audience, different conditions for deliberation and re-examining of the traditional model of functioning of the “minority media” have been created.

Their future development shall depend on technical and technological possibilities for formal innovations, and also on the new financing models and creative solutions and experiments linked with media content makers and producers.

Key words: minority media, Internet, civil society media, media audience, alternative, digital communication environment, new financing models, media liberties, new media.