

**Hans J. Kleinsteuber, Barbara Thomass Comparing media systems: The European Dimension**

Autori Hans J. Kleinsteuber i Barbara Thomass u navedenom tekstu pokušavaju da objasne šta su medijski sistemi, navode klasifikacije medijskih sistema različitih autora kao i njihovu primenu u evropskim zemljama.

Zašto je štampa takva kakva jeste? Zato ima tako različite uloge u SSSR i Americi ili Argentinini i UK? Ostao uticajan dugo nakon promena okolnosti.

Prvu komparativnu analizu medijskih sistema i njihovu klasifikaciju, prepoznavanjem različitih tipova, ponudili su 1956. godine Fred Sibert, Teodor Peterson i Vilbur Šram u poznatoj knjizi „Četiri teorije štampe”.

Oni su, u hronološkoj vertikali, u skladu sa vremenom njihovog pojavljivanja, polazeći prvenstveno od uloge štampe, odnosno novina u društvu, identifikovali četiri tipa medijskih sistema.

Prvi je **autoritarni tip**, nastao u XVI i XVII veku, čija se funkcija iscrpljivala u transmisiji vlasti autoritarnog suverena. U to vreme imamo veliku dominaciju štampe koja je služila kao podrška onima koji su na vlasti. Ovaj tip je, posle buržoaskih revolucija u Evropi i SAD, potisnut **liberalnim medijskim sistemom**, čiji je jedini regulator tržište, a politička funkcija – kontrola vlade, tj. kontrola se tada vršila tako što medij kontroliše vladu. Do sredine XX veka, prvenstveno u Evropi, razvijen je tip medijskog sistema zasnovan na **društvenoj odgovornosti masovnih medija** u kojem država ima pravo da interveniše u strukturu i dinamiku medijskog sistema kada oni ne ostvaruju proklamovani javni interes. U ovim medijskim sistemima afirmisan je model organizovanja medija kao javnih službi.

Četvrti tip medijskog sistema pomenuti autori nazvali su **komunistički**, budući da je funkcionisao i funkcioniše u zemljama tzv. realnog socijalizma pod vlašću komunističkih partija, a karakterišu ga isključivo državni mediji koji služe vladajućoj ideologiji.

Prednosti/ Kritike

- Relativno lako klasifikuje planetarne oblike medijskih sistema
- Simplifikovan bipolarni model u osnovi sledi hladno-ratovsku podelu sveta
- Većina sistema spada u neki od mešovitih vidova
- Medijski sistem nije celovit i jedinstven-često kontradiktorni normativno

Na tragu ove trojice autora je i klasifikacija medijskih sistema koju je **1978.** godine ponudio **Franc Roneberger**. U geografskim koordinatama sever-jug i istok-zapad on prepoznaje, pored liberalnog (zapad, tj. SAD), medijskog sistema društvene odgovornosti (sever, tj. Evropa) i komunističkih medijskih sistema (istok), medijske sisteme na jugu planete (zemlje u razvoju) i to dve njihove verzije: jedna je sa politički aktivnim medijima koji su opunomoćeni i kontrolisani od vlade u ostvarivanju vodeće uloge u društvu, a u drugoj verziji ovakvih sistema mediji ostvaruju relativnu autnomiju, ali i dalje u skladu sa politikom vlade na čiju podršku moraju da računaju.

Obe klasifikacije medijskih sistema su zasnovane na ideološkom normativizmu.<sup>1</sup>

Nekoliko godina kasnije **1983. Martin i Čaundari** su podelili svet na tri ideološka sistema : Zapad, komunistički i zemlje Trećeg sveta i opisali važne aspekte medija u skladu sa sledećim pretpostavkama: priroda i tretman vesti, uloga masmedija, njihov značaj u obrazovanju, persuazivnost, uticaj na formiranje mišljenja i zabavni faktor. Takođe, uzeli su u obzir i ekonomiju masmedija i slobodu štampe. Iako je obim elemenata koje su uzeli u obzir proširen i iako su razmatrali funkcionalistički, ali je ovakav pristup nudio razlike ovih svetskih sistema i mediji su bili analizirani u tom okviru.

Očigledno da je ubrzani svetski razvoj uticao na ovaj pristup i on dolazi zajedno sa činjenicom da tzv. zemlje Trećeg sveta postaju važan nezavisni akter na globalnoj sceni, naročito u pregovorima UNESCO i sa konfrontacijom onoga što nazivamo *free flow of communication* nasuprot *new world od information and communication world order*, što podraumeva više kontrolisani i balansirani protok informacija, što je bilo karakteristično za zemlje Drugog sveta (socijalizam) i zemlje Trećeg sveta.

Nepredviđeno model komunikacije **Wiio-a (1983)** ironično je objavljen u istom volumenu koji je pozivao na napore da se napusti normativni pristup i pokuša da se pronađu kategorije prema kojima bi medijski sistemi mogli biti opisani empirijski. On je zapravo pravio razliku između otvorenih i zatvorenih karakteristika primalaca i sistema poruka, između javnih i privatnih vlasništva u kombinaciji sa centralizovanom i decentralizovanom kontrolom medija, i pravom da se primaju i šalju informacije. Na taj način on je uveo više kategorija i pokušao da izbegne dihotomiju u medijskoj klasifikaciji. Iako je na kraju identifikovao dva modela: **marksistički model**, gde je u centru pošiljalac poruke i **pluralistički model**, gde je u centru primalac poruke, njegov pristup je omogućio da se na zapadni medijski sistem gleda ne kao na monolitni entitet, već kao na različite tipove medijskih sistema, uzimajući u obzir navedene kategorije.

U okviru ova dva pomenuta tipa on je predložio 12 modela, gde zapadne države mogu da pronađu sebe na različitim mestima. To su: kontrolisane masovne komunikacije, otvorene mas. komunikacije, privatne komunikacije, usmerene mas. komunikacije, decentralizovani javni model, centralizovani javni model, decentralizovani privatni model, centralizovani privatni model, autoritaran model, komunistički model, liberalni model i model društvene odgovornosti.

Umesto da koristi tradicionalne dihotomije (slobodne i neslobodne medije) Wiio je pokazao da medijski sistemi kao nezavisni, u odnosu prema nekim elementima, postoje, međutim, on smatra da kontrola postoji u svim sistemima, samo je razlika u izvoru i stepenu kontrole.

Konvergentni elementi različitih medijskih sistema su iznedrili još jedan pristup koji je usledio odmah nakon Wiiovog. **Altčuli (1984)** se osvrnuo na svrhu žurnalizma, poglede na slobodu štampe. Za razliku od Siberta, Pitersona i Šrama on nije merio modele koje je pronašao u odnosu prema vladajućem vrednosnom sistemu, već se osvrnuo na raskorak između samog opisivanja i prakse u različitim zemljama. Zajednička karakteristika marksističkog modela i ovog unapređenog modela, u njegovom konceptu, jeste da su svi medijski sistemi agenti onih koji sprovode političku i ekonomsku moć i da su iz

---

<sup>1</sup> Osamdesetih i početkom devedesetih godina XX veka i prepoznavale: pluralističke i marksističke medijske sisteme; otvorene i zatvorene medijske sisteme; istočne realsocijalističke, zapadne liberalne i medijske sisteme u trećem svetu.

tog razloga sastojci vesti medijski reflektuju interese onih koji finansiraju štampu. Na taj način je Altčul, preuzeo ideju Ronerbergera da integriše zemlje u razvoju sa njihovim posebnim pristupom medijima on je razmotrio ideologiju medijskih sistema kao SPŠ, a kao Wiio uključio je empirijsku realnost medija.

Njegov doprinos komparativnoj analizi medijskih sistema jeste ideja da klasifikacija medijskih sistema u komunikologiji, je do tada bila samo reflektovana ideologija Hladnog rata, i da pojmovi kao što su objektivnost, sloboda štampe, prezentacija istine, mediji u službi javnosti, nisu dovoljni da bi se okarakterisao neki medijski sistem.

Zaključak je da je, s jedne strane, postojalo to iskustvo o podeljenosti Evrope, međutim, mogle su da se vide i sličnosti društava sa obe strane „gvozdene zavese“. Teorija iza ovakvog pristupa zastupa konvergenciju industrijskih društava, bez obzira na to da li je reč o kapitalistima ili realsocijalistima. Neko bi mogao da opiše Altčulov pristup kao medijsku verziju konvergentnog pristupa.

Binarna diferencijacija otvorenih i zatvorenih medijskih sistema se ponovo pojavila blizu deset godina kasnije, 1992. godine, kod Veinčemberga, ubrzo pošto je pao Berlinski zid. takođe, neposredno nakon sloma socijalističkih zemalja **Klejnsteuber je 1994.** opisao tri tipa medijskih sistema: istočni/repalnosocijalistički tip, zapadni/liberalni tip i model zemalja Trećeg sveta. Podvlačeći da su ovo samo idealni tipovi medijskih sistema koji ne postoje sa svim opisanim karakteristikama, ali koji predstavljaju apstrakt modela koji pokazuju kolektivne osobenosti velikog broja zemalja. Iako je uzeo mešoviti sistema javnog servisa i komercijalnu radiodifuziju kao važnu karakteristiku zapadnog/liberalnog tipa, on je označio da komercijalizacija medijskog sistema jeste centralni element ovog tipa i na taj način predstavio element dinamike u statičkom opisu medijskih sistema. On opisuje istočni/realsocijalistički tip kao istorijski tip koji pretenduje da se razvije u smeru zapadnog/liberalnog tipa, oslanjajući se na taj način na dinamiku medijskih sistema.

**Halin i Mancini (2004)**<sup>2</sup> u svoju analizu uključuju samo zemlje razvijenih kapitalističkih demokratija, zemlje Zapadne Evrope i Severne Amerike. Oni uzimaju u obzir karakter političkog pluralizma u ovim zemljama, načine na koje je podelljena politička moć, ulogu interesnih grupa, ulogu države. Oni razmatraju medije, istorijski razvoj alfabetaizacije i ulogu štampe, politički paralelizam, stepen profesionalizacije u novinarstvu i stepen državne kontrole nad medijima, koji su zapravo odlučujuće dimenzije. U kombinaciji sa različitim manifestacijama ovih dimenzija njihova analiza je iznedrila tri modela:

---

<sup>2</sup> **Treći talas: kraj 90tih**

Halin i Mancini ne klasifikuju već utvrđuju strukturne odlike i veze medijskih i političkih struktura

Samo zemlje Zapadne Evrope i Severne Amerike, slede Lajphartov dizajn 'najsličnijih sistema' i regionalne studije (veća sličnost nego kod slučajno izabranih zemalja)

**Kriterijumi:** Razvoj medijskog tržišta (posebno visoko tiražne štampe), Politički paralelizam (veze medija i političkih partija/podela u društvu); Razvoj novinarskog profesionalizma; Priroda državne intervencije u medijski sistem.

**Modeli:** Liberalni model (severno-atlantski), Demokratsko- korporativni (severno-centralno evropski), Polarizovano-pluralistički (mediteranski).

## Hans J. Kleinsteuber, Barbara Thomass Comparing media systems: The European Dimension

1. Liberalni model<sup>3</sup>, koji je pronađen u Britaniji, Irskoj, Severnoj Americi, karakteriše se relativnom dominacijom tržišnih mehanizama i komercijalnim medijima.
2. Demokratski korporativni model<sup>4</sup>, koji se javlja u severnoj kontinentalnoj Evropi se karakteriše istorijskom koegzistencijom komercijalnih medija i medija koji su u vezi sa organizovanjem političkih i društvenih grupa.
3. Polarizovano-pluralistički model<sup>5</sup>, koji se nalazi u mediteranskim zemljama Južne Evrope, koji se karakteriše integracijom medija u partijske politike, slabiji je istorijski razvoj komercijalnih medija i jaka je uloga države.

Na ovaj način su Halin i Manćini ispunili ono što mnogi traživači pre njih nisu uspeali, a to je da komparativnu analizu medijskih sistema počnu od empirijskih utemeljenja i kategorija, a ne od ideologija. Sa druge strane, slabe tačke ovog pristupa su evidentne i ne poriču ih ni samo autori, a to je finansijski problem, usled kojeg nisu mogli da dobiju velike baze podataka iz različitih zemalja, kako bi se prikazala preciznija slika ovih modela. I to je ujedno i razlog zbog čega studija ne obuhvata zemlje Istočne Evrope, arapskih zemalja, Azije i Afrike.

---

<sup>3</sup> **1. Liberalni model (severno-atlantski)**- U liberalnom tipu medijskog sistema, koji prema ovoj dvojici autora funkcioniše u SAD, Velikoj Britaniji, Irskoj, anadi dominiraju medijske organizacije u privatnom vlasništvu, glavni agensi su vlasnici kapitala, a ovlašćenja države, svodi se na najmanju moguću meru.

Karakteristike modela:

Srednje tiražna štampa, rani razvoj masovne komercijalne štampe

Neutralna komercijalna štampa, informativno orjentisano novinarstvo, profesionalna radiodifuzija, interni pluralizam, formalno autonoman sistem

Jak profesionalizam, neinstitucionalna samo-regulativa

Tržišna dominacija, izuzev jakog javni servis

<sup>4</sup> **2. Severno Evropski ili Demokratsko korporativni model: Austrija, Belgija, Holandija, Norveška, Švajcarska, Švedska**

Drugi tip funkcioniše u severnoj i centralnoj Evropi na premisi ograničavanja ovlašćenja države kao agensa medijskog sistema, koja se u krajnjoj liniji svode na obezbeđivanje uslova za funkcionisanje medijskih organizacija u skladu sa javnim interesom, bilo da je reč o javnim servisima ili organizacijama u privatnom vlasništvu.

Karakteristike:

Visoki tiraži, rani razvoj

Eksterni pluralizam naročito u štampi, jaka partijska štampa, politički obojen radiodifuzni sistem sa značajnom autonomijom

Jak profesionalizam, instituc. samo-regulativa

Jaka država intervencija, ali zaštita slobode štampe, državne subvencije, jak javni servis

<sup>5</sup> **3. Mediteranski ili Političko pluralizovani model: Francuska, Grčka, Italija, Portugal, Španija**

Prvi je zastupljen u mediteranskim zemljama Evropske unije i u njemu su država i vlasnici kapitala ravnopravni agensi sistema, prvenstveno činjenicom da se država javlja u ulozi vlasnika ne samo radiodifuznih, već i novinskih i izdavačkih organizacija, kao i informativnih agencija, pa čak i različitih agencija za marketing, advertajzing.

Niski tiraži, elitna politički orjentisana štampa

Visok politički paralelizam, eksterni pluralizam, komentarsko novinarstvo, parlamentarna ili vladina kontrola nad televizijom, politika-iznad-radiodifuzije

Slab profesionalizam, politička upotreba radio-televizije

Jaka intervencija države, periodi cenzure, divlja deregulacija

Raspolaganje resursima (pozicijama, poslovima i informacijama) koji bi trebalo da su javno dostupni pod jednakim uslovima a raspoređuju se u skladu sa političkom pripadnošću ili u zamenu za podršku (D.Hallin)

H&M samo naizgled održavaju transatlansku perspektivu, karakterističnu za raniju teoriju Siberta, ali su se ustvari okrenuli od njih. Razlikuju se od ranijih visoko normativnih pristupa i zasnivaju svoje analize na pažljivom proučavanju raspoloživih materijala i strogo zasnivaju svoje opise na empirijske podatke. U međuvremenu metoda komparativnog istraživanja je razvijena i dovela je do smanjene tipologije. To ne znači da ovaj novi model nema problema. Stavljanje SAD sa skoro čisto komercijalnim sistemom u istu grupu sa Britanijom koja ima dualnu strukturu medijskog sistema je problematična. Takođe, severnoevropski model sa sistemima kao što su Island i Nemačka, Švajcarska i Holandija, je takođe sporno.

Iznenadjući nalazi njihove analize jesu da teritorijalni entiteti generišu slične medijske sisteme. Svetski regioni imaju zajedničke karakteristike u medijskom sistemu. Ova ideja je, takođe, i u osnovi **Blumovog koncepta, koji je 2005.** želeo da završi model H&M i izabrao naglašeno empirijski pristup. On uzima sličnost mentaliteta i kulturu u svetskom regionu, kao objašnjenje za slične medijske sisteme u tim regionima. On zato uvodi i druge kategorije u analizu kako bi bio u stanju da opiše ne samo politički sistem već i kulturne karakteristike, koje koristi kao varijablu za različite vrste medijskih sistema. On se osvrnuo na dimenziju kao što su sloboda medija, medijsko vlasništvo, medijsko finansiranje, medijska kultura i orijentacija i kombinovao ove dimenzije sa nekim od H&M u jednu vrstu sinteze. Uzeo je u obzir kao kriterijume: sistem vladavine, političku kulturu, slobodu medija, vlasništvo nad medijima, način njihovog finansiranja, uticaj političkih partija i države na medije, medijsku kulturu i uređivačku orijentaciju medija.

Tabela 1

	A: liberal	B: middle	C: regulated
1. Government system	democratic	authoritarian	totalitarian
2. Political Culture	polarized	ambivalent	concurring
3. Media freedom	no censorship	cases of censorship	permanent censorship
4. Media ownership	private	private and public	public
5. Funding of media	market	market and state	state
6. Parallelism of media and political parties	low	moderate	high
7. State control of media	low	moderate	high
8. Media culture	investigative	ambivalent	concurring
9. Media orientation	commercial	divergent	public service

Table 1. Categories for media systems (Blum, 2005)

Kombinacijom ovih dimenzija i njihovih pojavljivanja on identifikuje šest vrsta medijskih sistema:

1. atlantsko-pacifički liberalni (SAD, Australija, Novi Zeland), dominacija u A varijabli, orjentisan na privredu i autonomiju,

2. južnoevropski klijentelistički (Portugalija, Španija, Grčka, Malta, Kipar, može biti i u Istočnoj Evropi), dominacija u B varijabli, komercijalno populističke orijentacije u Tv sektoru i elitistički u štampanom sektoru,
3. severnoevropski model javne službe (Nemačka, skandinavske i zemlje Beneluksa, Francuska, kao i modernizovane zemlje u istočnoj Evropi, poput Estonije), jaka mešavina A i B varijable,
4. istočnoevropski šok model (Rusija, Ukrajina, Belorusija, Iran, Turska), dominantna B varijabla, uključuje jaku državnu kontrolu medija u okviru formalnog demokratskog prikaza, vlada često ometa i kri slobodu medija,
5. arapsko-azijski patriotski model (Sirija, Tunis, Maroko, Indonezija), između B i C varijable, u osnovi je cenzura, Egipat je tipičan za taj model i
6. azijsko-karibski komandni model (Kina, Severna Koreja, Vijetnam, Burma, Kuba) sa većinom C indikatora, vlada ima apsolutnu kontrolu nad medijima, ali se tržište koristi za dolaženje do sredstava finansiranja.

Tabela 2

Models \ Dimensions	Liberalism Atlantic-Pacific	Clientelism Southern Europe	Public Service Northern Europe	Shock Eastern Europe	Patriotism Arabian-Asian	Command Asian-Caribique
1. Government system	A	A	A	A	B	C
2. Political Culture	A	B	B	B	C	C
3. Media freedom	A	A	A	B	B	C
4. Media ownership	A	B	B	B	B	C
5. Funding of media	A	B	B	B	B	B
6. Parallelism of media and political parties	A	B	A	B	C	C
7. State control of media	A	B	A	C	C	C
8. Media culture	A	B	B	B	C	C
9. Media orientation	A	B	C	B	C	C

Table 2. Models of media systems (Blum, 2005)

. Na osnovu empirijskih datosti sadržanih u spomenutim kriterijumima za prva tri tipa medijskih sistema Blum smatra da pripadaju demokratskim, četvrti i peti tip autoratarnim, a šesti tip totalitarnim društvima.

Blum je predstavio modele u koje se mogu uključiti skoro sve zemlje, međutim, upitno je da li kombinacija ovih specifikacija može kreirati dalje tipove, takođe, Blum nije objasnio na koji je način stvorio modele i zašto je bilo neophodno da u obzir uzme baš te određene specifične kombinacije. Sve to vodi otvaranju istog pitanja kao što je to bio slučaj kod H&M, neophodnost detaljnog poznavanja analiziranih zemalja. Zbog toga su neophodni međunarodni zajednički napori da bi se aplicirali usaglašeni setovi dimenzija i da se odredi opeacionalizacija u skladu sa specifikacijama analiziranih zemalja

Dok je većina autora težila da smanji svoju tipologiju na nekoliko modela, drugi tvrde da je raznovrsnost modela neophodna, kako bi se pronašli fleksibilniji načini opisa.

Na osnovu evropskog iskustva mešavine raznolikih država, velike i male (Nemačka i Monte Karlo), nacionalne i multinacionalne ( Danska vs Švajcarska) itd, tipologija zahteva geografsku selekciju unutar kontinenta, kao što su to činili H&M.

Drugi pristup možda bi se mogao osvrnuti i na veličinu država. Male zemlje drže jak javni servis jer su zabrinute zbog stranih uticaja, takođe su manje atraktivne za komercijalne aktere. Druge manje zemlje (Grčka) više tolerišu komercijalizaciju i internacionalni sistem. Svi pomenuti modeli moraju da održe ravnotežu između stepena apstrakcije, koji daje legitimitet modelu, i stepena prefinjenosti, koji je adekvatan za različite slučajeve.

Jedan od razloga zašto se neke zemlje ne mogu uklopiti u postojeće modele jeste dinamika medijskih sistema i njihov međuticaj. Transformacije u Istočnoj Evropi su notorni primer takve dinamike. Iako su te zemlje pre pada socijalizma pripadale istim vrstama, one su sada usvojile veoma različite putanje. Državni mediji nisu imali nikakve šanse za opstanak, nakon raspada sistema, ili su bili prodati često stranim investitorima, ili su ponovo uspostavljeni kao javni emiteri ili su jednostavno nestali. Neki javni servisi i dalje trpe velike pritiske (Poljska), dok neki uživaju veću autonomiju (Češka).

Takođe, novinari su zanimljiv objekat istraživanja. Proces transformacije pokazao se zanimljivim u npr. rodnom aspektu, ogroman priliv žena u novinarskoj profesiji (najistaknutiji je u Bugarskoj). Takođe, razvoj sistema često je samo klon onoga što je razvijeno u zapadnim zemljama.

Kleinsteuber je predstavio pristup koji uključuje dinamiku i međusobni uticaj medijskih sistema. Pored usklađenosti i razlika, on predlaže još četiri dimenzije kojima bi opisao rezultate tog poređenja:

1. **difuzija**, kojom se opisuje dobrovoljni transfer modela ili ideja koje su se pokazale uspešnim (npr, model BBC preuzele zemlje u Evropi)
2. **zavisnost**, ako je model nastao kao zavisan od drugih država, npr. medijski sistemi u bivšim socijalističkim zemljama
3. **temporans**, je pojam koji je autor kreirao za fenomen, kada se razvoj čini sličnim ali u vremenskom razmaku, sa vremenskim zaostatkom. Tako bi budućnost multikanalne TV u Evropi može ispitivati u SAD
4. **performans** (učinak), opisuje fenomen kada slični sistemi preuzimaju pozitivne elemente, jedni od drugih, nakon temeljnog ocenjivanja. Primer regulacije koncentracije unutar EU, koja je analizirana kako bi se došlo do usaglašavanja u vezi sa odgovarajućim zakonima, koje moraju poštovati članice.

Dakle, samo se uzimanjem u obzir ovih dimenzija može razumeti dinamika medijskih sistema istočnoevropskih zemalja. Neke su pratile model učinka i ugledale se na zapadne zemlje, druge su imale povećanje medija, uglavnom štampanih i povećanje tržišta, zavisnost se, recimo, može prepoznati u vezi Rusije i Belorusije.

Procesi globalizacije mogu se posmatrati sa različitih aspekata. Ekonomski posmatrano nastaju medijski konglomerati koji utiču na nacionalna medijska tržišta.

Komunikacijska politika je stekla okvir međunarodnih dimenzija.

U svetlu globalizacije postavlja se pitanje da li ima smisla identifikovati nacionalne medijske sisteme, upoređivati ih i raditi na njihovoj klasifikaciji. Dosadašnje analize polaze od toga da su mediji ugrađeni u nacionalne okvire, koji imaju nadnacionalne dimenzije i samo u začecima globalne.

Jezički i kulturni prostori, mada ne tako jasno kao medijsko pravo i politika, jesu dominantno vezani za nacionalne granice, ipak bi trebalo imati u vidu da je raspuštanje granica medijskih sistema u globalnoj perspektivi u punom jeku<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Tranzicija medija kao „mediteranizacija“

\*Niski tiraži štampanih medija

\*Politički polarizovana i pristrasna štampa- tradicija advokatskog novinarstva

\*Instrumentalizacija privatnih medija- koncentracija i monopoli

\*Politizacija elektronskih medija i regulative, klijentelizam

\*Skromna tradicija novinarstva kao nezavisne profesije