

ZNAČAJ MEDIJSKOG INTEGRITETA

RAZUMEVANJE POJMA I RIZIKA
MEDIJSKOG INTEGRITETA



South East European
MEDIAOBSERVATORY

KAKO DEFINISATI MEDIJSKI INTEGRITET?

Kako bi se obuhvatio ukupan opseg osobina medijskog sektora koje su od presudne važnosti za njegovu sposobnost da služi javnom interesu i demokratiji, istraživanje realizovano u okviru projekta Medijska opservatorija Jugoistočne Evrope uvelo je pojam »medijskog integriteta«. Ovaj pojam obuhvata one vrednosti u medijima i novinarstvu koje im omogućavaju da služe javnom interesu.

Medijski integritet obuhvata nekoliko osobina medijskog sistema – politike, strukture i prakse u oblasti medija, i njihove odnose – koje omogućavaju medijima da služe javnom interesu i demokratskim procesima, pokazujući u svom poslovanju i svojim sadržajima:

slobodu i nezavisnost od pojedinačnog/posebnog privatnog ili državnog interesa;

transparentnost sopstvenog rada i interesa, uključujući jasno otkrivanje izloženosti ka ili zavisnosti od pojedinačnih ili državnih interesa;

pridržavanje i poštovanje etičkih i profesionalnih standarda,

i dužnost i odgovornost prema građanima.

Medijski integritet u užem smislu predstavlja sposobnost medija da:

građanima pruže tačne i pouzdane informacije, a da pri tome nisu zavisni od, imaju klijentelistički odnos sa, ili služe pojedinačnim/posebnim privatnim ili državnim izvorima,

i osiguraju građanima da imaju pristup i da mogu da izraze širok spektar stavova i mišljenja, a da pri tome nisu izloženi pristrasnosti i propagandi.

Medijski integritet isto tako podrazumeva sposobnost novinara i drugih medijskih radnika da:

neguju profesionalnu samostalnost i standarde, pokazujući spremnost da služe javnom interesu a suprotstave se odnosima i postupcima koji korumpiraju i instrumentalizuju profesiju u smeru služenja pojedinačnim/posebnim privatnim ili državnim interesima.

Ova sposobnost uključuje transparentnost zavisnosti od pojedinačnih interesa i izvora i posvećenost novinara zaštiti profesionalnih standarda u takvim okolnostima.

ŠTA UGROŽAVA MEDIJSKI INTEGRITET?

Primenjujući holistički pristup i usvojivši analitički okvir zasnovan na rizicima, Medijska opservatorija Jugoistočne Evrope definisala je četiri rizične oblasti medijskog integriteta:

razvoj medijskih politika i njihova primena;

medijske strukture (uključujući vlasništvo nad medijima, finansije i javne radiodifuzne servise);

novinare i

novinarske/medijske prakse.

Za svaku od ovih oblasti identifikovani su specifični rizici po medijski integritet. U skladu sa tim, dizajniran je nacrt i sprovedeno istraživanje koje je obrazložilo obrasce odnosa i praksi, kao i aktere značajne za razumevanje načina na koji se ti specifični rizici po medijski integritet manifestuju u svakoj od zemalja u kojima je sprovedeno istraživanje.

1 RIZIČNA OBLAST MEDIJSKOG INTEGRITETA: RAZVOJ MEDIJSKIH POLITIKA I NJIHOVA PRIMENA

RIZICI

Strategija za razvoj i reformu medijskog sektora još nije usvojena ili joj nedostaje podrška za operacionalizaciju zbog sukobljenih posebnih interesa. U takvim okolnostima preovlađuju delimične intervencije u okviru medijskih politika u korist određenih interesa, dominantnih u pojedinim periodima.

Mehanizmi i mere medijskih politika su razvijeni bez odgovarajuće analize, strategije i javnih konsultacija, jer postupak usvajanja nije zasnovan na znanju i javnom interesu, već na pojedinačnim političkim i komercijalnim interesima određenih grupa.

Mehanizmi medijskih politika (uključujući regulatorne mehanizme) i mere su uvedene na osnovu modela nametnutih da zadovolje zahteve spoljnih aktera, bez valjane analize i javne rasprave, kao i bez poštovanja prema stanju i javnom interesu u konkretnoj zemlji.

Mehanizmi javnih politika, uključujući odredbe usmerene na transparentnost, antikonzraciju i nezavisnost medija nisu razvijeni ili sadrže nedoslednosti ili se nisu efikasno primenjivale, ukazujući na preovlađujuće interese dominantnih političkih i privatnih poslovnih grupa kako bi se izbegli efikasni mehanizmi politika u toj oblasti.

Medijska regulativa se često menjala, nedostaju joj doslednost i operativna rešenja. Njen nivo implementacije je nizak. Promene medijske regulative u skladu su sa promenama vlade. Usvajanje medijske regulative nije predmet javne rasprave i političkog konsenzusa, već pre predmet visokog nivoa političke podeljenosti i sukoba. Takve okolnosti nastale su zbog toga što je procesa razvoja i usvajanja medijske regulative otet, a sami mediji instrumentalizovani od strane određenih (suprotstavljenih) političkih i privatnih interesa.

Institucijama koje kreiraju medijske politike (i telima, zvaničnicima i zvaničnim predstavnicima javnosti u takvim telima) nedostaju kapaciteti za razvoj medijskih politika (kapaciteti da prikupe podatke, sačine ili naruče analizu, da razviju strategije, propise i mere „zasnovane na znanju i viziji”; u nedostatak kapaciteta ubraja se i nedovoljan broj kadrova, nedostatak kompetencija itd.) ili su njihovi kapaciteti zanemareni od strane vladajućih političkih grupa. Obrazovani ljudi sa integritetom među funkcionerima zaposlenim u državnim telima odgovornim za medije ili u medijskim regulatornim institucijama kao i među članovima regulatornih tela, izloženi su pritisku i kampanjama od strane određenih političkih i privatnih interesa.

Institucije, organi i zvaničnici koji kreiraju medijske politike kao i procedure, izloženi su kontroli i uticaju određenih političkih ili privatnih interesa pojedinačnih grupa (uključujući određene političke partije) protiv zajedničkog javnog interesa. Dominantni akteri u razvoju medijske politike su od ključnog značaja za određene političke i privatne interese, često u smislu „quid pro quo” („ovo za ono” „usluga za uslugu”).

Nezavisni, nevladini i nekomercijalni akteri, kao i građani, isključeni su iz procesa razvoja i usvajanja medijskih politika. Takvi akteri nisu samoorganizovani i nedostaju im institucionalni kapaciteti i inicijativa za učešće u postupku i javnoj raspravi.

Političarima – u vladi i parlamentu – koji su odgovorni za razvoj i primenu medijskih politika nedostaju kompetencije u oblasti medija ili su u direktnom ili indirektnom konfliktu interesa u toj oblasti.

Uvođenje novih zakonskih mehanizama i odredbi nije praćeno razvojem novih institucija sposobnih da podrže njihovu primenu, niti izgradnjom kapaciteta postojećih institucija za takve zadatke.

Regulatorna tela u oblasti medija nemaju moć (de iure i/ili de facto) ili im nije data mogućnost da razviju sopstvene kapacitete i kompetencije kako bi bili u stanju da deluju u javnom interesu.

Regulatorna tela na nivou odlučivanja i donošenja odluka su pod kontrolom i uticajem određenih državnih ili privatnih interesa. Postupak imenovanja i sam proces sastavljanja upravnih tela medijskih regulatora dozvoljavaju uticaj određenih političkih ili privatnih komercijalnih interesa, a ne interesa javnosti.

Rad i odluke regulatora nisu transparentni, pristup informacijama o njihovim odlukama i dokumentima, uključujući finansije, nije omogućen na način da javnosti omogućava da prati njihov rad i ulogu.

Odluke regulatornih tela, koje se tiču dodele dozvola ili frekvencija (spektra) ili uvođenja mera u skladu sa sopstvenim ovlašćenjima da nadziru i sankcionišu, donete su tako da služe određenim političkim ili privatnim interesima ili su pod njihovim uticajem.

Razvoj medijskih politika vezanih za privatizaciju bio je uglavnom pod uticajem određenih privatnih i političkih interesa, doprinoseći tako kontroli važnih medijskih resursa (u smislu finansijske ili simboličke vrednosti) korišćenih u službi tih interesa i/devastiran takvim interesima.

Nezavisnim državnim telima, kao što su ombudsman, poverenik za informacije, antikoruptivno telo i/ili nezavisno telo za nadzor državnog budžeta i javnu potrošnju, nedostaje pravni osnov, nadležnosti, kapaciteti i priznanje kako bi mogla da se angažuju i intervišu u oblasti medijskih politika i medijskog sektora kao takvog.

Samoregulatorna tela i mehanizmi nisu razvijeni ili im nedostaje priznanje i uticaj usled polarizacije u novinarskoj i medijskoj zajednici.

Samoregulatornim telima i mehanizmima nedostaju sredstva usled nedostatka interesovanja i podrške od strane politički instrumentalizovane i polarizovane novinarske i medijske zajednice.

2 RIZIČNA OBLAST MEDIJSKOG INTEGRITETA: MEDIJSKE STRUKTURE I INSTITUCIJE

2.1 VLASNIŠTVO NAD MEDIJIMA

RIZICI

Vlasništvo nad medijima nije transparentno. Čak i kada su zvanični vlasnici poznati, podaci o stvarnim vlasnicima i/ili izvorima investiranja su skriveni.

Vlasništvo nad medijima nije uspostavljeno zarad strateških poslovnih interesa na medijskom tržištu niti se rukovodi njima, već političkim interesima da se mediji kontrolišu i koriste za promociju sopstvenih i diskvalifikaciju opozicionih političkih planova, kao i u interesu određenih poslovnih grupa koje koriste medije u klijentelističkim odnosima sa političkim grupama (u nastojanju da dobiju različite „rente” i koncesije).

Dominantni vlasnici medija na nacionalnom i lokalnom tržištu koriste medije za sopstvenu promociju i diskvalifikaciju opozicionih političkih planova i/ili za klijentelističke odnose sa političkim grupama.

Obrasci vlasništva nad medijima omogućavaju prekomernu instrumentalizaciju medija za posebne političke interese i sukobe ili za posebne privatne poslovne interese koji zanemaruju javni interes i demokratsku ulogu medija.

Vlasništvo nad medijima je koncentrisano – u smislu horizontalnog, vertikalnog ili dijagonalnog unakrsnog vlasništva – u rukama (malog broja) političkih ili poslovnih grupa da služe njihovim određenim političkim i privatnim interesima, zanemarujući demokratsku ulogu medija i javni interes u medijima.

Mediji u vlasništvu države (potpunom ili delimičnom) na nacionalnom i lokalnom nivou su vođeni i finansirani da služe određenim političkim i poslovnim interesima vladajućih političkih grupa. Ovo se ogleda u imenovanju ključnog osoblja i uređivačkoj politici. Takvim medijima su katkad oduzeti njihovi resursi (infrastruktura, zgrade, kapital, profesionalni kapaciteti) ili su njihovi resursi zanemareni ili dati privatnim strukturama, vodeći državne medije u finansijski i profesionalni kolaps.

Privatizacija medija u vlasništvu države je završena ili se i dalje odvija na netransparentan način i/ili na način koji omogućava da određeni politički i privatni interesi dobiju sredstva, kontrolu i uticaj na osnovu političkih veza i klijentelizma.

Privatizacija medija u vlasništvu države je odložena ili blokirana da bi se sačuvala kontrola i uticaj određenih političkih grupa i interesa putem finansijskih instrumenata i imenovanjem ključnih kadrova.

Novinska agencija koja ima dominantan položaj na tržištu u vlasništvu je države, njena upravna struktura, rad i uređivačka politika su pod uticajem interesa određenih političkih grupa u državi i njeni ključni kadrovi su imenovani na osnovu političke pripadnosti.

Inostrani vlasnici medija, uključujući transnacionalne medijske korporacije (sa Zapada), učestvuju i doprinose povećanju rizika medijskog integriteta, tako što u sopstvene strukture, poslovanje, odluke i praksu u našim zemljama integrišu netransparentnost, političku instrumentalizaciju i klijentelizam, kao i nepoštovanje prema pravnim i etičkim normama.

Banke su stekle preteranu kontrolu nad medijima, većinom putem pozajmljenog kapitala vlasnicima medija, na taj način stavljajući medije u službu političkih i poslovnih interesa određenih grupa koje kontrolišu banke.

Organizovani kriminal i kriminalne grupe su skriveni vlasnici medija, koji se upliću u javnu i političku komunikaciju sa kontroverznim sadržajima zasnovanim na sopstvenim interesima.

Tajne službe se kriju iza formalnog/lažnog vlasništva nad medijima, uplićući se u javnu i političku komunikaciju sa kontroverznim sadržajima zasnovanim na skrivenim interesima određenih političkih i poslovnih grupa.

Vlasnici medija koji su osnovani ili opstaju uz podršku donatora – koji su na početku „demokratizacije medija” dobili donacije za jačanje demokratske uloge medija i unapređenje dostupnosti građanima nezavisnih vesti i analiza – pretvorili su medije u instrumente određenih političkih ili privatnih interesa ili ih prodali novim vlasnicima koji služe takvim interesima.

Vlasništvo nad neprofitnim, nevladinim, alternativnim i građanskim medijima, koji obezbeđuju vesti i analize, kao i javni prostor za raspravu, koji ne zavise od, i nisu pod uticajem lokalnih/nacionalnih političkih i poslovnih interesa, zasnovano je na slaboj i nestabilnoj organizacionoj i finansijskoj strukturi i zavisi od projektne podrške međunarodnih donatora i njihovih planova.

Vlasništvo nad medijima manjinskih grupa je instrumentalizovano za određene poslovne i političke interese dominantne političke grupe unutar nacionalne manjine, umanjujući demokratski i participatorni potencijal i ulogu tog medija.

Nove medijske kuće su pokrenute na osnovu netransparentnog vlasništva i izvora investiranja, njihovo poslovanje ukazuje na njihovu instrumentalizaciju za određene poslovne ili političke interese.

Povlačenje ili propadanje medijskih kuća nije rezultat neuspeha na kompetitivnom medijskom tržištu, već klijentelističkih struktura i veza koje onemogućavaju redovno poslovanje i konkurenciju.

2.2 FINANSIRANJE MEDIJA

RIZICI

Podaci o finansiranju medija nisu transparentni. Medijske kompanije skrivaju izvore prihoda.

Mediji posluju uprkos nedovoljnim legalnim izvorima prihoda.

Troškovi proizvodnje medija, uključujući podatke o broju, strukturi, radnom statusu i zaradama radne snage su skriveni.

Ključni podaci koji utiču na finansije medija na kompetitivnom medijskom tržištu i poslovanje medija nisu dostupni ili nisu pouzdani. Ovo uključuje podatke o tiražu, pretplati, broju prodatih primeraka, čitanosti za štampane medije, podatke o rejtingu i gledanosti za radio i TV, podatke o broju pojedinačnih poseta za onlajn medije, podatke o ukupnom oglašavačkom tržištu i udelu, itd. Nije obezbeđen nijedan mehanizam za proveru takvih podataka putem pouzdane metodologije, niti je obezbeđen nezavisni nadzor kao sredstvo samoregulacije i transparentnosti od strane medijske industrije. Agencije koje pružaju takve usluge su instrumenti posebnih interesa.

Oglasni prostor u medijima dodeljuje se direktno ili preko reklamnih agencija i/ili agencija za zakupljivanje medijskog prostora na osnovu političke pripadnosti ili klijentelističkih odnosa.

Državno oglašavanje, uključujući oglašavanje javnih preduzeća i državnih organa na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou, kao i oglašavanje javnih nabavki, dodeljeno je na netransparentan način, na osnovu određenih političkih i poslovnih interesa vladajućih političkih grupa.

Državno oglašavanje je neproporcionalno raspoređeno na medije koji su povezani sa političkim grupama u vladi ili ih podržavaju. Kritičkim medijima se ne dodeljuju oglasi od strane državnih institucija/preduzeća bez obzira na udeo u gledanosti.

Državno oglašavanje, sponzorstva, promotivne kampanje i drugi finansijski prilivi medijima iz državnog budžeta na nacionalnom ili lokalnom nivou, čine značajan deo ukupnog oglašavačkog tržišta.

Mere državne poreske politike prema medijima koristile su vladajuće političke grupe kao instrument kojim se kažnjavaju ili nagrađuju određeni mediji, ili medijski podsektori, na osnovu političkih ili poslovnih interesa vladajućih političkih grupa.

Državna pomoć medijima (na primer, subvencije) niti je na odgovarajući način regulisana niti transparentna već je pod političkim uticajem.

Bankarski krediti, otplate dugova i drugi bankarski aranžmani dati su medijima na osnovu političke pripadnosti ili klijentelističkih odnosa.

Prihod medija na osnovu pretplate i/ili prodatih primeraka, to jest, direktnog potrošačkog odnosa sa građanima čine mali deo prihoda.

Donatorska podrška medijima, koja je značajno doprinela razvoju kapaciteta i poslovanja medija posvećenih promovisanju demokratije, ljudskih prava i jednakosti na početku „demokratizacije medija”, je prekinuta i nije zamenjena prihodom od građana/korisnika niti drugim sredstvima namenjenim očuvanju istih vrednosti. Zbog toga su takvi mediji izloženi izvorima prihoda i uticajima povezanim sa određenim privatnim političkim i poslovnim interesima koji ne poštuju te vrednosti.

Istraživačko novinarstvo usmereno na razotkrivanje klijentelističkih i koruptivnih poslova i veza, nedoličnog ponašanja centara moći, ne dobija nikakvu finansijsku podršku od postojećih medija niti od bilo kojeg nezavisnog izvora u zemlji, već povremeno od međunarodnih donatora.

2.3 JAVNI RADIODIFUZNI SERVISI

RIZICI

Sastav upravljačkih tela javnih radiodifuznih servisa, procedure i mehanizmi za imenovanje i razrešenje njihovih članova, kao i ključnog rukovodećeg i uredničkog osoblja, obezbeđuju preovlađujući uticaj vlasti i/ili određenih političkih grupacija na uređivačku i poslovnu politiku javnih servisa.

Ključno rukovodeće i uredničko osoblje menja se sa promenom vlasti.

Javnim servisima nedostaju dovoljni, odgovarajući i konzistentni finansijski i drugi resursi.

Raspodela finansijskih resursa javnim servisima nije zasnovana na transparentnim i objektivnim kriterijumima i procedurama.

Vlada donosi odluku o visini pretplate bez javne rasprave. Direktno finansiranje od strane države čini značajan deo ukupnog budžeta javnih servisa.

Vlada odlučuje o visinama zarada novinara i drugih zaposlenih u javnim servisima.

Ugovori i aranžmani javnih servisa o prodaji reklama, koprodukcijama i kupovini nezavisnih produkcija nisu zasnovani na transparentnim i objektivnim kriterijumima i procedurama. Takvi aranžmani zasnovani su na određenim poslovnim i političkim interesima i na klijentelizmu.

Finansijski izveštaji i korišćenje resursa javnih servisa nisu na odgovarajući način i nezavisno kontrolisani, a mehanizmi finansijske odgovornosti nisu na snazi ili nisu efikasni.

Javnosti nedostaju transparentne i odgovorne informacije o finansijskim resursima i poslovanju javnih servisa.

3 RIZIČNA OBLAST MEDIJSKOG INTEGRITETA: NOVINARI

RIZICI

Novinarima nedostaju kapaciteti (u smislu pojedinačnih kompetencija, uključujući obrazovanje i veštine, kao i u smislu institucionalnih i horizontalnih oblika stručne socijalizacije) kako bi se suprotstavili strukturama i odnosima koji ometaju demokratsku ulogu medija.

Novinari koji se suprotstave i otkriju odnose, slučajeve i aktere klijentelizma, korupcije i kriminala u politici i privredi, kao i u medijima, izloženi su različitim oblicima pritiska, pretnjama, napadima i nasilju.

Novinari prihvataju ulogu klijenata političkih i poslovnih pokrovitelja u zamenu za različite proizvode i privilegije. Takva praksa uzima oblik pristrasnog izveštavanja i propagande o političkim i privrednim pitanjima.

Urednici su imenovani bez obzira na njihove profesionalne kompetencije i integritet, a više na osnovu političke pripadnosti, odanosti i veza sa određenim političkim i poslovnim interesima vlasnika medija. Urednici ne razotkrivaju i ne suprotstavljaju se, već služe takvim političkim i poslovnim interesima.

Urednici su smenjeni ako razotkriju ili se suprotstave određenim političkim i poslovnim interesima koji instrumentalizuju medij.

Polarizacija među novinarima odražava političku polarizaciju i novinari deluju kao neformalni glasnogovornici suprotstavljenih političkih blokova.

Profesionalna solidarnost među novinarima je mala. Broj novinara organizovanih u udruženja i sindikate unutar pojedinačnih medija i na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou je mali.

Radnička i profesionalna prava novinara nisu zaštićena na odgovarajući način putem zakonaskih ili samoregulatornih instrumenata (na primer, kolektivni ugovori).

Sigurnost zaposlenja u novinarstvu je niska, novinari rade u nesigurnim uslovima i aranžmanima bez stalnih ugovora, njihova radnička prava i plate se smanjuju, sveukupno utičući na zavisni odnos i ustupke prema medijskim poslodavcima i njihovim političkim ili poslovnim pokroviteljima.

Novinari istraživači nemaju dovoljno podrške ili se suočavaju sa različitim oblicima pritiska i cenzure u svom mediju, traže spas u samozapošljavanju, povremenoj finansijskoj podršci međunarodnih donatora i oblicima objavljivanja sopstvenog rada izvan mejnstrim medija.

4 RIZIČNA OBLAST MEDIJSKOG INTEGRITETA: NOVINARSKE I MEDIJSKE PRAKSE

RIZICI

Poštovanje medijske etike i drugih normativnih instrumenata je nisko.

Politička pristrasnost u izveštavanju je uobičajena praksa javnih servisa i privatnih medija, budući da su izloženi uticaju i kontroli određenih političkih i poslovnih interesa i grupa.

Sadržaj medija je visoko politizovan, odražavajući njihovu instrumentalizaciju za suprotstavljene političke i partijske interese, takođe odražava dominantne oblike društvene organizacije i raspodele društvene moći i resursa koji su zasnovani na klijentelizmu i posredovani preko političkih partija.

Uloga medija u obezbeđivanju javnog prostora za razumnu političku debatu i pregovore o zajedničkim društvenim pitanjima uz učešće širokog spektra političkih pogleda različitih aktera u društvu je zamenjena opštom komercijalizacijom, kao i obrascima izveštavanja, pakovanjem vesti i sadržajnih formata zasnovanih na personalizaciji, dramatizaciji i trivijalizaciji politika i društvenih pitanja, uz pomoć za i protiv formata koji naglašavaju sukobe i polarizacije, ignorišući kompleksnost.

Medijskom agendom preovladavaju pitanja i događaji povezani posebnim političkim i poslovnim interesima koji se međusobno suprotstavljaju i sukobljavaju.

Mediji igraju važnu ulogu u blokiranju, iskrivljavanju i zamagljivanju istorijskog pamćenja – pamćenja značajnih društvenih događaja iz bliske prošlosti, od ključnog značaja za sposobnost građana da se suoče sa novim oblicima hegemonističkih ideologija.

Zastupljenost etničkih, religijskih, seksualnih i drugih manjina, kao i rodna zastupljenost u medijima, doprinose stvaranju i održavanju oblika društvene organizacije, raspodele uloga i resursa u društvu zasnovanom na društvenom isključivanju, nejednakosti i dominaciji određenih političkih i ekonomskih interesa.

OVA PUBLIKACIJA obrazlaže deo metodologije istraživanja realizovanog 2013/2014. godine u okviru regionalnog projekta »Medijska opservatorija Jugoistočne Evrope – Jačanje kapaciteta i koalicija za praćenje medijskog integriteta i unapređenje reformi u medijima«. Rezultati istraživanja objavljeni su u knjizi »Značaj medijskog integriteta – Vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti«. Informacije o projektu i knjiga dostupni su na WWW.MEDIAOBSERVATORY.NET.



©2015 Mirovni institut, Ljubljana, Slovenija IZDAVAČ Mirovni institut, Institut za savremene društvene i političke studije, Metelkova 6, 1000 Ljubljana, Slovenija <<http://www.mirovni-institut.si>>. AUTORKA Brankica Petković PREVOD SA ENGLESKOG Nataša Kampmark i Jelena Jovović PROJEKAT »Medijska opservatorija Jugoistočne Evrope – Jačanje kapaciteta i koalicija za praćenje medijskog integriteta i unapređenje reformi u medijima« [HTTP://WWW.MEDIAOBSERVATORY.NET](http://WWW.MEDIAOBSERVATORY.NET).



Ova publikacija je nastala uz finansijsku podršku Evropske unije. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost Mirovnog instituta i autorke, i ni na koji način ne odražava mišljenje i stavove Evropske unije.