



Sadržaj

Događaji

Saopćenja za javnost

Mediji o medijima

Konkursi

Linija za pomoć novinarima

Medijsko tržište u BiH: netransparentnost u online sferi

Piše: Rubina Čengić

Transparentnost finansiranja medija iz javnih budžeta: trendovi i posljedice

Piše: Milan Ilić

Mediji u regiji-između profesionalizma i komercijalnih interesa

Piše: Daniela Jurčić

Javni interes po mjeri političkih moćnika

Piše: Senudin Safić

Javni medijski servis u BiH gubi povjerenje javnosti

Piše: Mehmed Agović



Ovaj projekat finansira Evropska unija

Sadržaj biltena E-novinar je isključiva odgovornost autora i Udruženja/udruge BH novinari i ni u kom slučaju ne predstavlja stanovišta Evropske unije.

Uvodnik

Pitanje nedostatka transparentnosti medijskog vlasništva i dalje je jedno od prioritarnih za integraciju Bosne i Hercegovine u Evropsku uniju. Iako ne postoje međunarodne obavezujuće norme za države u pogledu regulisanja transparentnosti vlasništva medija, taj zahjev je podrazumijevajući u onim međunarodnim dokumentima koji insistiraju na garancijama slobode izražavanja, medijskog pluralizma i prava na informacije.

Podaci nevladinog sektora u BiH pokazuju pad vrijednosti tržišta reklamiranja, čime vlasti u BiH postaju sve značajniji izvor sredstava za medije. Javna sredstva su za pojedine medijske kuće neophonda za vlastiti opstanak, što je posebno izraženo u slučajevima javnih medija. Iako alokacija javnog novca medijima znači više raznovrsnih mogućnosti i izvora finansiranja medija, istovremeno je to prilika da se osiguraju skriveni („sivi“) tokovi novca koji će jedne medije staviti u povlašteni položaj a druge diskriminirati u smislu (ne) jednake dostupnosti izvora finansiranja na fer, transparentan i društveno odgovoran način. Sve dok se finansijski tokovi i novčana podrška medijima ne odvoje od politike ne možemo očekivati profesionalno i nezavisno novinarstvo.

Nedostatak zakonske regulative u oblasti regulisanja medijskog vlasništva otvara prostor skrivenim (a često i očitim) političkim i ekonomskim uticajima na medije, što po pravilu rezultira neprofesionalnim medijskim sadržajima, klijentelističkim pristupom u odabiru ključnih tema za izvještavanje, te u končanici dovodi do nepovjerenja građana u medijske kuće.

Rješavanje pitanja transparentnosti medijskog vlasništva, pluralizma informacija i transparentnog finansiranja medija u BiH kroz donošenje adekvatnih zakona, nalazi se u fokusu projekta „Mediji i javni ugled“. Projekat ima za cilj zaštitu slobode izražavanja, smanjenje pritisaka na novinare i slobodan pristup informacijama kroz transparentnost medijskog vlasništva, transparentno finansiranje medija iz javnih budžeta i primjenu evropskih standarda u ovoj oblasti. Projekat je pokrenuo Konzorcij kojeg čine organizacije Udruženje BHN, Vijeće za štampu u BiH, Mediacentar i NVO JaBiHEU, uz finansijsku podršku Evropske unije, a trenutno su u fazi pripreme prijedlozi zakonskih rješenja za ovu oblast.

U ovom, 52. izdanju biltena E-novinar, objavljujemo autorske tekstove medijskih profesionalaca i stručnjaka. Sadržaj biltena je ujedno doprinos javnoj raspravi o temi transparentnosti medijskog vlasništva i zagovaranju donošenja zakona za unapređenje medijskog prostora i tržišta informacija u BiH. U novom broju odgovaramo na pitanja koliko je netransparentno tržište online medija, koji su trendovi i posljedice finansiranja medija iz javnih budžeta, koliko ima prostora za uvažavanje javnog interesa, te uživa li javni medijski servis BiH povjerenje javnosti?

Autori tekstova su novinari **Rubina Čengić**, **Senudin Safić** i **Milan Ilić**, stručnjak i bivši generalni direktor BHRT-a **Mehmed Agović** te profesoricca Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru **Daniela Jurčić**.

Arman Fazlić, urednik E-novinar

Događaji

12.04.2018.

Napad na novinara je ugrožavanje slobode izražavanja cijelog društva

10.04.2018.

Netransparentno finansiranje medija osnov za manipulaciju javnošću

04.04.2018.

Mediji imaju obavezu kritički govoriti o govoru mržnje

Saopćenja za javnost

06.04.2018.

Oštra osuda napada na novinarku FTV Aidu Štilić iz Bihaća

Mediji o medijima

13.04.2018.

Mark Zuckerberg ispitan o sigurnosti podataka na Facebooku

12.04.2018.

Novinarke mijenjaju pristup pričama zbog rizika od napada

Konkursi

Javni poziv za prijavljivanje na Novinarsku akademiju 2018

Rok za prijavu je 20. maj 2018.

Foto konkurs za mlade „Moja BiH“

Rok za prijavu je 1. maj 2018.

Radio M traži voditelja – urednika.

Rok za prijavu je 11.05.2018.

Linija za pomoć novinarima

Aktuelni slučajevi:

1. Milanka Kovačević, 28.03.2018. - Mlađo Zelenović iz Gacka, koji se trenutno nalazi na međunarodnoj potjernici Ministarstva unutrašnjih poslova RS, verbalno je napao novinarku portala Direkt, Milanku Kovačević, te joj uputio niz prijetnji i psovki.

2. Aida Štilić, 04.04.2018. - Asim Kamber, koji je ujedno i član najužeg rukovodstva SDA, brutalno je napao Aidu Štilić pred grupom novinara u zgradi Vlade Unsko – Sanskog kantona (USK), pri čemu ju je vrijeđao na profesionalnoj i ličnoj osnovi.

3. BHRT - Linija za pomoć novinarima je zaprimila dvije žalbe od novinarki javnog radio televizijskog servisa na nezakonitu i netransparentnu smjenu sa funkcija.

Medijsko tržište u BiH: netransparentnost u online sferi

Piše: Rubina Čengić

Iskustvo Vijeća za štampu i online medije u BiH pokazuje da oko 60 posto medija na čije izvještavanje se građani žale jesu mediji koji nemaju impresum - ne zna se ko je vlasnik, ko su novinari i urednici, nema adrese i kontakt-telefona... Ovo znači da ljudi koji su povrijeđeni izvještavanjem tih medija ne mogu dobiti nikakvu satisfakciju, ni javno izvinjenje, a ti mediji nekažnjeno nastavljaju da šire neistine i zbunjuju javnost.

Istraživačica Nermina Voloder u tekstu koji je objavio Mediacentar pokazuje da je velik broj javnih medija, koji iako žive najprije od budžetskih sredstava, nemaju impresuma, a među online medijima se nalaze platforme koje nisu ni registrovane kao poslovni subjekti, pa je upitno ko stoji iza njih i koja je svrha njihovog djelovanja.

«Živimo u vremenu u kom je mnogo lažnih vijesti, manipulacija, fabrikovanih vijesti, vijesti koje je neko preuredio kako mu odgovara u odnosu na to što hoće da postigne, pa masa potpuno neprovjerenih i lažnih vijesti odlazi do čitaoca, a sve te lažne vijesti prati ogromni broj komentara koji za sobom povlače silu govora mržnje i onda to ide u nedogled i tvori začarani krug. Mi imamo veliki broj online medija koji nemaju baš nikakav podatak o tome ko je odgovorna osoba, nemaju čak ni kontakt telefon i ako neko želi da reagira na laž i neistinu ili manipulaciju - ne zna kome da se obrati», pojašnjava izvršna direktorica VZŠ BiH Ljiljana Zurovac. Naglašava da uz slobodu informiranja mora ići odgovornost za informaciju koja se plasirana u javnost.

«U godini u kojoj smo, izbornoj godini, preko noći niču takozvani online mediji iza kojih definitivno stoje političke partije ili ličnosti, ne zna se ko su, nego se samo pretpostavlja prema sadržaju koji plasiraju, uglavnom da bi svoje političke oponente devalvirali ili skinuli sa političke scene i usmjerili javnost protiv njih. To su spavači koji se bude svake druge godine u vrijeme izbora, postoje par mjeseci i onda se opet ugase, a dok nemamo podatke o vlasniku i slično – nemoguće je te medije ugraditi u Izborni zakon BiH i staviti u okvire zadatog ponašanja u predizborno doba, pogotovo u vrijeme izborne šutnje», podsjeća Zurovac.

Upravo zbog ovakve situacije, udruženje BH Novinari sa svojim partnerima: Vijećem za štampu u BiH, Mediacentrom i NVO JaBiHEU, od 2016. godine zagovaraju donošenje zakona za unapređenje medijskog prostora i tržišta informacija u BiH kroz implementaciju projekta „Mediji i javni ugled“. Projekat ima za cilj zaštitu slobode izražavanja, smanjenje pritisaka na novinare i slobodan pristup informacijama kroz transparentnost medijskog vlasništva, transparentno finansiranje medija iz javnih budžeta i primjenu evropskih standarda u ovoj oblasti.



Velik broj javnih medija, koji iako žive najprije od budžetskih sredstava, nemaju impresuma, a među online medijima se nalaze platforme koje nisu ni registrovane kao poslovni subjekti, pa je upitno ko stoji iza njih i koja je svrha njihovog djelovanja.

Iznos KM	Napomena
1.127,70	Godišnja preplata na službeni list, objava konkursa, oglasa i sl.
3.110,45	Objava poziva i sl.
936,00	Objava oglasa i javnog poziva
245,70	Objava oglasa
20.000,00	Transfer, Projekat - Izdavanje časopisa „Ze-do eko“, „Napiši priču uradi sliku...“
5.000,00	Projekat snimanja emisija i spotova na temu zaštite okoline
800,00	Projekat snimanja emisija i spotova edukativnog karaktera sa problematikom odlaganja otpada
200,00	Projekat radijske emisije o reciklaži i selektivnom odlaganju otpada
200,00	Projekat emisije na temu zdrav život i ekologija

Trenutno se radi na pripremi prijedloga zakona koji bi regulisali ovu oblast, uz učešće međunarodnih i domaćih stručnjaka, institucija, nevladinih organizacija i drugih zainteresiranih strana.

«Netransparentni tokovi novca prema medijima, kao posljedica neuređenog medijskog tržišta u Bosni i Hercegovini, dovode medijske kuće u poziciju finansijske zavisnosti. Ta zavisnost nužno sadrži i zahtjeve političke odanosti i služenja određenim političkim, nacionalnim, ekonomskim ili drugim lobijima i interesima a ne javnosti, što dovodi u pitanje javni ugled medija, njihovu vjerodostojnost i povjerenje

građana u medijske sadržaje koje objavljuju. Zbog netransparentnog trošenja budžetskih sredstava za finansiranje medija na svim nivoima uprave u BiH uspostavljaju se, između ostalog, netransparentne i nedemokratske veze između političara i medija, pojašnjava Arman Fazlić, urednik portala i publikacija Udruženja BH Novinari.

Prema dostupnim informacijama iz marketinških agencija, sredstva za marketing u medijima su posljednjih 10-ak godina pala za 80 posto, ali su sredstva koja dolaze od državnih organa sve značajnija: grantovi, reklame, oglasi, smrtovnice...

Istraživačica sarajevskog Mediacentra Sanela Hodžić kaže da ne postoje međunarodne norme koje obavezuju države da osiguraju transparentnost vlasništva medija, ali da je taj zahjev implicitan u svim međunarodnim dokumentima koji insistiraju na garancijama slobode izražavanja, medijskog pluralizma i prava na informacije. Napominje da je transparentnost vlasništva važna, prije svega, za sprječavanje korupcije i pranja novca, a da i u svijetu, nakon afera Mossack Fonseca ili Panama Papersa i sličnih, sve više zemalja se opredjeljuje za uspostavljanje javnih registara sa informacijama o krajnjim vlasnicima kompanija, uključujući i medije.

«Najbolji primjeri registara uključuju informacije ne samo o nominalnim već i o posrednim i krajnjim vlasnicima. U nekim zemljama procedura licenciranja TV i radio emitera uključuje i prikupljanje informacija o političkim vezama osoba koji imaju vlasnički udio u TV i radio emiterima kao u Velikoj Britaniji, a u zemljama poput Noveške, Latvije i Islanda postoji zahtjev za prijavljivanjem informacija o vlasništvu nad elektronskim, štampanim i online medijima. U Norveškoj je usvojen i Zakon o transparentnosti medijskog vlasništva, a i u Hrvatskoj postoje norme transparentnosti u Zakonu o elektroničkim medijima i Zakonu o medijima», pojašnjava Hodžić i naglašava da veći obim informacija osigurava veću mogućnost za praćenje različitih interesa uključenih u vlasništvo nad medijima, pa tako neke zemlje traže informacije o interesima medijskih kompanija u drugim ne-medijskim kompanijama ili informacije o tome šta posjeduju subjekti povezani sa vlasnicima medija.

Turčilo upozorava da javnost, odnosno građani, nažalost nemaju do-

Ne postoje međunarodne norme koje obavezuju države da osiguraju transparentnost vlasništva medija, ali je taj zahjev implicitan u svim međunarodnim dokumentima koji insistiraju na garancijama slobode izražavanja, medijskog pluralizma i prava na informacije



“Veliki broj ljudi vrlo neselektivno i ad-hok prihvata svaku informaciju koju nađe na internetu, ne samo u medijima, nego i na društvenim mrežama, smatrajući da je sve to istina, a može biti i zabluda i dovesti do pogrešnih odluka. Zbog toga je neophodno čim prije kreirati dobar zakon o transparentnosti medijskog vlasništva koji će imati odrednicu koja će glasiti da svaki medij obavezno mora imati impresum, podatke o vlasništvu, sastav redakcije, kontak-telefon, adresu i time poručiti onima koji ulaze u tako ozbiljan posao da su dužni da dijele te informacije”, kaže izvršna direktorica Vijeća za štampu i online medije u BiH Ljiljana Zurovac

voljno izgrađene kompetencije prepoznavanja poluga moći i mehanizama utjecaja u medijima.

„Bojim se da će, čak i kada utvrdimo Registar medija sa jasnim popisom vlasnika, trebati dosta vremena da građani nauče da provjeravaju ovu vrstu podataka i u skladu s njima promišljaju o sadržaju medija. No, ono što je također vrlo važno je i insistirati da mediji imaju jasne i jasno vidljive, lako dostupne impresume iz kojih se jasno vide ne samo vlasnici, nego i oni koji pišu za određeni medij, urednici, direktori. To građanima omogućava ne samo razumijevanje sadržaja u širem kontekstu, nego čak i ostvarivanje zakonskog prava na žalbu na sadržaj određenog medija. Mnogo je portala na kojima nema impresuma, pa ako ih želite prijaviti Vijeću za štampu za neki neprimjeren sadržaj - pravila nalažu da, prije same žalbe Vijeću, pošaljete zahtjev uredniku da sporni sadržaj koriguje ili skloni. Kako to učiniti ako nigdje ne stoji ko je urednik? Dakle sasvim je jasno da određeni mediji svjesno izbjegavaju da budu transparentni kako bi izbjegli odgovornost. To kao trend treba mijenjati“, pojašnjava Turčalo.

I Zurovac cijeni da mali broj građana provjeri impresum mekog medija.

«Veliki broj ljudi vrlo neselektivno i ad-hok prihvata svaku informaciju koju nađe na internetu, ne samo u medijima, nego i na društvenim mrežama, smatrajući da je sve to istina, a može biti i zabluda i dovesti do pogrešnih odluka. Zbog toga je neophodno čim prije kreirati dobar zakon o transparentnosti medijskog vlasništva koji će imati odrednicu koja će glasiti da svaki medij obavezno mora imati impresum, podatke o vlasništvu, sastav redakcije, kontak-telefon, adresu i time poručiti onima koji ulaze u tako ozbiljan posao da su dužni da dijele te informacije», kaže Zurovac

Pitanje transparentnosti vlasništva u medijskom sektoru tretirano je kao jedno od ključnih pitanja u izvještajima Evropske komisije o napretku BiH, a najavljeno je da će ono biti i predmet razmatranja prilikom davanja mišljenja Evropske komisije na aplikaciju BiH za članstvo u EU.

«Mediji su društveno odgovorne organizacije koje osiguravaju da građani, kao korisnici usluga te djelatnosti, dobiju fer, objektivne, pravovremene i provjerene informacije iz nepristranih izvora i putem nepristranih kanala, a upravo se iz vlasništva nad medijem može ‘pročitati’ veza vlasnika sa političkim, ekonomskim i drugim moćnicima i sve to omogućava građanima da prepoznaju mehanizme selektivnosti, interpretacije i kontekstualizacije vijesti i informacija u pojedinim medijima. Dakle, transparentnost vlasništva građanima omogućava da uočavaju poluge moći koje eventualno jesu u sprezi s medijima i utiču na njihov sadržaj», pojašnjava Lejla Turčilo, profesorica sarajevskog Fakulteta političkih nauka.

Regulatorna agencija za komunikacije u BiH je uredila odnose u elektronskim medijima jer da bi neko mogao da emituje – mora dobiti dozvolu za korištenje frekvencije koja je nacionalno blago, a da bi dobio dozvolu – mora donijeti sudsku registraciju preduzeća.

Nosioci dozvole za korištenje frekvencije moraju prijaviti svaku promjenu u strukturi vlasništva i ne mogu sami prodavati dozvolu ili je prenositi s jednog na drugog vlasnika, nego to svaki put iznova mora odobriti RAK – pojašnjavaju u RAK-u i priznaju da oni ne mogu sasvim biti sigurni da li su u sudsku registraciju upisani pravi vlasnici medija ili iza registrovanih stoji neko drugi.

U nekim zemljama procedura licenciranja TV i radio emitera uključuje i prikupljanje informacija o političkim vezama osoba koji imaju vlasnički udio u TV i radio emiterima kao u Velikoj Britaniji, a u zemljama poput Noveške, Latvije i Islanda postoji zahtjev za prijavljivanjem informacija o vlasništvu nad elektronskim, štampanim i online medijima. U Norveškoj je usvojen i Zakon o transparentnosti medijskog vlasništva, a i u Hrvatskoj postoje norme transparentnosti u Zakonu o elektroničkim medijima i Zakonu o medijima

Hodžić pak podsjeća postoji registar RAK-a o korisnicima dozvola za audiovizualno emitovanje, ali informacije o posrednim i povezanim vlasnicima nisu navedene u tim registrima.

«Osim toga, pravilo RAK-a o koncentraciji medijskog vlasništva isteklo je 2006. godine. Uz sve to, otežan je uvid javnosti u to ko stoji iza nekog medija i ko vrši utjecaj na njih», kaže Hodžić.

Osim sadržaja koje plasira, vlasništvo nad medijem je važno i s aspekta radničkih prava zaposlenih u medijima koja su često prekršena, ali niko o tome ne izvještava

«Novinari/ke u BiH su većinski obespravljena radna snaga medijske industrije - na prste se mogu nabrojati one medijske kuće koje poštuju sve obaveze predviđene zakonima o radu prema svojim uposlenicima. Neuređenost medijskog tržišta u BiH, nejasna vlasnička struktura televizija, novina, radio stanica i portala, politički uticaji i pritisci na novinare, doveli su medijske profesionalce u stanje krajnje zavisnosti. Koliko ima novinara/ki i za kolike plate rade svoj posao, koliko njih ima više od jednog angažmana, koliko su plaćeni frilenseri, ko među njima dobiva neoporezovane honorare na ruke, a ko ima autorski ugovor - sve su to pitanja na koja bi demokratsko društvo (sistem) moglo dati odgovor uspostavom zakonske regulacije vlasništva nad medijima, te finansiranja i oglašavanja u medijima», apeluje Fazlić.

Ombudsmen za ljudska prava Jasminka Džumhur podsjeća da su novinari prepoznati kao česte žrtve kršenja prava, ali da ne govore o tome.

«Boje se da će izgubiti i takav status koji imaju, iako on nije zakonski radno-pravni status, nego primanje minimalne naknade, često u gotovini, bez plaćenih doprinosa, a vlasnik mora biti odgovoran za radno-pravni status zaposlenika i transparentno pokazati koga zapošljava, da javnost zna koji kredibilitet imaju ti ljudi s obzirom na poštivanje prava zaposlenika», pojašnjava Džumhur.

Turčalo dodaje da, kada je riječ o radnim pravima zaposlenih u medijima, transparentno vlasništvo omogućuje jasnije postaviti principe pregovaranja s poslodavcima, ako se jasno i transparentno zna s kim se pregovara.

«To doprinosi većoj odgovornosti vlasnika prema uposlenim jer je tada moguće jasnije uočiti koji se vlasnici, pojedinci ili kompanije, bogate na račun svojih uposlenih jer se oni bogate po principu prvobitne akumulacije kapitala - smanjujući primanja zaposlenim kako bi njima ostajao višak profita», pojašnjava Turčalo.

Hodžić zaključuje da se za BiH može reći da je, u ovom trenutku, regulacija vlasništva nad medijima i finansiranja medija u BiH minimalna jer ni na koji način nije onemogućeno skriveno vlasništvo niti instrumentalizacija javnih sredstava za vlastitu promociju umjesto za promociju novinarstva i komunikacijske potrebe građana.

—





Tansparentnost finansiranja medija iz javnih budžeta: trendovi i posljedice

Piše: Milan Ilić

Prema dostupnim podacima nevladinog sektora, mediji iz javnog budžeta na godišnjem nivou dobijaju preko deset miliona maraka, a da pri tome ne postoji uvid u način i kriterije dodjele tih sredstava. Novac se medijima alocira iz različitih prihoda, a najveći problem transparentnosti postoji u slučajevima su lokalnih medija.

Ovaj oblik finansiranja medija doprinosi održivosti medija na malom i siromašnom bosanskohercegovačkom tržištu, u okolnostima gdje većina medija na raspolaganju nema dovoljno potencijalnih izvora prihoda.

Nedostatak transparentnosti iznosa i postupaka dodjele ovih sredstava, kao i nejasni i neprecizni kriteriji, otvaraju prostor za moguće zloupotrebe i narušavaju percepciju javnosti o legitimnosti ovih izdvajanja i o nezavisnosti medija koji su korisnici tih sredstava.

Mediacentar Sarajevo je radio istraživanje na ovu temu i u izvještaju koji su radili, stoje podaci Centra za razvoj medija i analize (CRMA) za 2013. i 2014. godinu koji sugerišu da finansiranje medija iz javnog sektora, uključujući redovno i finansiranje javnih medija, pojedinačna sredstva za javne i privatne medije, te novac za različite vrste promocija i oglašavanje, iznosi oko 30 miliona KM godišnje.

Branka Mrkić-Radević, novinarka portala žurnal.info kaže da jedan od važnih segmenata na koji vlast u BiH izdvaja novac, a o čemu je Žurnal radio istraživanje jeste izdvajanje sredstava putem oglašavanja javnih preduzeća.

“Iako su ova preduzeća dijelom u vlasništvu entitetskih vlada i samim tim korisnici budžetskih sredstava vrlo često se podaci o tome koji mediji dobijaju sredstva netransparentni. Najveći budžet za ovu svrhu svakako imaju telekom operateri - BH Telecom i HT Eronet“, kaže Radević-Mrkić.

Ona ističe da značajna sredstva izdvajaju i Elektroprivreda, Autoputevi RS, Autoceste Federacije BiH.

“S obzirom da su na čelu ili u upravnim odborima stranački ljudi, vrlo često se ta sredstva raspoređuju podobnim medijima koji će na određeni način izvještavati o aktivnostima vlasti. Na taj način, javna preduzeća su vrlo zgodan kanal za plasiranje vlastitih interesa i kontrolisanje medija. Na taj način finansiraju se i predizborne kampanje jer se sredstva za oglašavanje značajno povećavaju u predizbornom periodu“, rekla je Radević-Mrkić.

Radević-Mrkić potvrđuje i da postoje “alternativni” mediji koji nemaju apsolutno nikakvu šansu u raspodjeli ovih sredstava jer nisu podložni uticaju političkih partija.

“Sredstva se medijima dijele i kroz razne projekte vlasti na svim nivoima kroz grantove, fondove i sl. Vlada RS izdvaja milionska sredstva godišnje za medije koji podržavaju sistem. Prilikom istraživanja, posebno netransparentne sa davanjem informacija bile su kompanije Elektroprivreda HZHB, te Ht Eronet Mostar“, rekla je Radević-Mrkić.

Novac za medije iz javnog budžeta netransparentan

Anida Sokol iz Mediacentra Sarajevo objasnila nam je kroz razgovor kako vlast izdvaja novac za medije, koliko je to izdvajanje transparentno i kakvi su kriterijumi, te da li isti tretman dobijaju svi mediji kada je finansiranje u pitanju.

“Dva su osnovna načina na koja vlasti u BiH finansiraju medije: kroz direk-

Branka Mrkić-Radević, novinarka portala Žurnal.info kaže da jedan od važnih segmenata na koji vlast u BiH izdvaja novac, a o čemu je Žurnal radio istraživanje jeste izdvajanje sredstava putem oglašavanja javnih preduzeća.



S obzirom na opadanje ukupnih prihoda od reklamiranja, vlasti u BiH postaju sve značajniji izvor sredstava za medije. Javni novci su neophodni za opstanak medija i svakako bi trebali biti usmjereni na podsticanje medijskog pluralizma. Međutim, bez postojanja jasnih kriterija, kao i transparentnih postupaka, ovim se otvara prostor za moguće političke i finansijske pritiske.

tna izdvajanja i oglašavanje. Važno je naglasiti da u BiH najviše javnog novca za medije, i to dvije trećine, ide javnim kantonalnim i lokalnim emiterima (u BiH postoji 81 javni televizijski i radijski emiter), kao i entitetskim novinskim agencijama, FENI i SRNI. Javni servisi (BHRT, FTV i RTRS) u pravilu bi se trebali finansirati na osnovu pretplate i marketinga, što je jedna od garancija uredničke neovisnosti, međutim, zbog činjenica da je opala naplata RTV takse, u posljednje vrijeme vlasti u BiH izdvajaju novac i za javne servise. Tako je, naprimjer, Vlada Republike Srpske prošle godine izdvojila dva miliona KM za RTRS zbog teške finan-

sijske situacije u kojoj se ovaj medij nalazi. Ove godine Vlada Republike Srpske izdvaja nešto manje od tri miliona za javna medijska preduzeća. Drugi način na koji vlasti usmjeravaju javni novac medijima jeste kroz oglašavanje, koje spada pod sistem javnih nabavki. Najviše javnog novca za oglašavanje izdvajaju javna preduzeća, i to telekom operateri, ali i vlasti na svim nivoima kupuju medijski prostor, usluge reklamiranja i pretplate. Tako naprimjer, lokalne vlasti troše po 200 KM za jednu čestitku u lokalnim novinama pa do 100.000 KM za televizijsko emitovanje rada lokalnih vlasti, načelnika/gradonačelnika, skupštine, itd”, istakla je Sokol.

Na pitanje o transparentnosti i kriterijumima za finansiranje medija Sokol kaže da su potrebna opsežna i dugogodišnja istraživanja da bi se došlo do bar djelomičnog podatka o iznosu novca kojeg vlasti dodjeljuju medijima dovoljno govori o netransparentnosti.

“Izdvajanja za medije vlasti bi trebale proaktivno objavljivati i iznosi bi trebali biti konsolidirani i dostupni javnosti. Budžeti organa vlasti nisu u dovoljnoj mjeri dostupni i pretraživi, a često kroz njih ne možete vidjeti tačan iznos koji će se dodijeliti određenom mediju. Finansiranje medija često se nalazi pod zbirnim budžetskim stavkama poput “sredstva za informisanje”, a kroz ove zbirne stavke nije moguće znati krajnjeg korisnika tih sredstava. Nadalje, vlasti ne odgovaraju na upite o ovim izdvajanjima, a i sami mediji ne objavljuju proaktivno informacije o novcu kojeg dobivaju iz javnih budžeta. Javni mediji bi prema entitetskim zakonima o javnim preduzećima trebali objavljivati informacije o svom finansijskom poslovanju, ali ovo niti jedan javni medij ne čini. Primjera radi, Mediacentar radi istraživanje o lokalnim javnim medijima i naši istraživači su poslali upitnik svim javnim lokalnim i kantonalnim emiterima u BiH (njih 81), ali samo 14 ih je dostavilo odgovore i informacije o prihodima iz javnih budžeta”, kaže Sokol.

Činjenica da mediji koji kritički izvještavaju o vlastima ne dobivaju novac od vlasti sama po sebi govori mnogo. Međutim, ne možemo govoriti da samo mediji priklonjeni političkim strankama dobivaju javni novac, već mediji koji ne pišu kritički o tim strankama i vlastima. S obzirom na opadanje ukupnih prihoda od reklamiranja, vlasti u BiH postaju sve značajniji izvor sredstava za medije. Javni novci su neophodni za opstanak medija i svakako bi trebali biti usmjereni na podsticanje medijskog pluralizma.

U BiH se primjenjuje nepisano pravilo da stranke koje su dio vladajuće koalicije automatski dobijaju pravo i na upravljanje državnim firmama, javnim servisima i mnogim drugim institucijama koje bi u suštini trebale da služe najboljem interesu građana. To naravno nije slučaj i te institucije i ti mediji postaju sluge vlastodržaca i njihovi glasnogovornici.

Međutim, bez postojanja jasnih kriterija, kao i transparentnih postupaka, ovim se otvara prostor za moguće političke i finansijske pritiske.

Sokol kaže da su kod javnih lokalnih i kantonalnih medija, za koje lokalne i kantonalne vlasti kao osnivači moraju izdvajati novac na osnovu osnivačkih ugovora, postojali primjeri finansijskog uslovljavanja ili budžetskih rezova, a sami novinari govore i o prisustvu autocenzure i činjenici da ne pišu kritički o lokalnim vlastima jer su im oni glavni izvor novca.

“Načelnici i gradonačelnici i skupštine proizvoljno mogu odlučivati o visini sredstava i time vršiti pritisak na medije. Problematično je također da jedna lokalna vlast koja već ima svoj javni lokalni radio dodatno plaća privatni radio za praćenje rada organa vlasti, a takvih primjera ima ukoliko pretražite portal za javne nabavke. Istraživanja nevladinog sektora također ukazuju na moguće primjere instrumentalizacije i komercijalnih odnosa između javnog sektora i medija za političke interese. Iako takve zloupotrebe u pravilu nisu potvrđene sudskim presudama, zasigurno je da nedostatak regulativa i monitoringa u ovoj oblasti olakšava moguće zloupotrebe”, istakla je Sokol.

Novac za podobne, a ne sposobne

Marija Arnautović, dugogodišnja novinarka, urednica i voditeljica TV Liberty na Radio Slobodna Evropa ističe da se u Bosni i Hercegovini kao i u ostalim segmentima novac izdvaja za podobne, a ne za sposobne i za one koji to zaista zaslužuju. Takva je situacija i sa izdvajanjem novca za medije. Nažalost nema preciznih podataka koji govore koliko, kako i kada je bilo koji nivo vlasti izdvojio sredstava za pojedine medije, no činjenica je da je taj novac neravnomjerno raspoređen.

“Ono što se zna je da lokalne vlasti finansiraju lokalne medije i da su ti mediji po pravilu pod jakim uticajem lokalne vlasti. Takav način ugrožava ne samo slobodu medija već ubija svaku vrstu kreativnosti i boljeg programa. Također primjer javnih servisa govori, naročito onih u RS, koliko je veliki taj uticaj. Mislila sam da na rad medija ne utiče samo novac koji dolazi iz javnih budžeta već i novac koji u medije ulažu velike kompanije, opet najviše prema nekim istraživanjima one javne kompanije poput Telekomma ili Elektroprivrede koje su opet pod uticajem politike. Sve to dovodi do jednog začaranog kruga u kojem je jako mali broj medija nezavisnih od uticaja politike ili moćnika pa se samim tim urušava kvalitet programa, sigurnost novinara, autorski angažman i sve ono što novinarstvo podrazumijeva a prije svega da bude u službi javnosti i pravilnog i pravovremenog informisanja”, rekla je Arnautović.

je Arnautović.

U BiH se primjenjuje nepisano pravilo da stranke koje su dio vladajuće koalicije automatski dobijaju pravo i na upravljanje državnim firmama, javnim servisima i mnogim drugim institucijama koje bi u suštini trebale da služe najboljem interesu građana. To naravno nije slučaj i te institucije i ti mediji postaju sluge vlastodržaca i njihovi glasnogovornici.

Politička analitičarka Ivana Marić kaže da je izdvajanje novca za medije nepogrešivo sred-



Ukoliko su mediji poslušni imat će sve više zarade, ali ako se usude da otvore priču koju ne bi smjeli ili ako kritikuju vlast onda će na svojoj koži tj. budžetu to i te kako osjetiti. Sve dok se finansijski tokovi i novčana podrška medijima ne odvoje od politike ne možemo očekivati profesionalno i nezavisno novinarstvo.



stvo ucjene javnih servisa.

“Javni medijski servisi su u posebno nezavisnom položaju zbog moći koju posjeduju u utjecaju na stajališta javnosti. Tako prilikom svake promjene vlasti dođe i do promjene rukovodstva javnih medija, otpuštaju se ili degradiraju “neposlušni” novinari, neugodne analitičare prestanu pitati za komentare, a poslušnike istaknu u prvi plan”, ističe Marić.

Ona smatra da to nije jedini način na koji vladajuće strukture vrše pritisak na medije, kako javne tako i privatne. Kažnjavanje i nagrađivanje medija vlast uspješno vrši i kontrolom marketinga u kojem određuje koje firme će se gdje i koliko oglašavati.

“Ukoliko su mediji poslušni imat će sve više zarade, ali ako se usude da otvore priču koju ne bi smjeli ili ako kritikuju vlast onda će na svojoj koži tj. budžetu to i te kako osjetiti. Sve dok se finansijski tokovi i novčana podrška medijima ne odvoje od politike ne možemo očekivati profesionalno i nezavisno novinarstvo. Sve do tada ćemo imati medije i novinare koji se njišu kako vjetar puše jer se s razlogom boje za svoj posao i prehranu porodice. Određeni broj medija uspješno odolijeva pritiscima moćnika, a oni koji se najviše bave kritikovanjem nelegalnih poslova vlastodržaca opstaju isključivo uz pomoć međunarodnih finansijera”, istakla je Marić.

Za sada nije razvijen konkretan koncept javnog interesa kojem bi različiti oblici finansiranja trebali služiti. Javni mediji u BiH, uključujući i tri javna RTV-servisa, lokalne i kantonalne emitere, te entitetske novinske agencije, nalaze se u položaju zavisnosti od lokalnih vlasti. Jedan od osnovnih razloga je neprimjerenost aktuelnih obrazaca njihovog finansiranja.

Mediji u regiji-između profesionalizma i komercijalnih interesa

Piše: Daniela Jurčić

Na tlu bivše Jugoslavije u posljednjih dvadesetak godina, mediji prolaze tranziciju a ono što im je zajedničko jest manjak profesionalizma, niska razina kvalitete kao i drugih vrijednosti u samom konceptu medijskog sadržaja. Profit je postao najveći razlog postojanja medija a možda najveći problem medija u regiji su pluralizam kao i nedostatak konkurencije pa je sadržaj u medijima gotovo isti u svim državama bivše Jugoslavije. Brojni podatci ukazuju da najveća kriza novinske djelatnosti nakon Drugog svjetskog rata još uvijek traje te da je posebice izražena na tlu Europe. Kriza je uništila brojne medijske kuće a njezini efekti nisu uvjetovani samo gašenjem pojedinih medija već su, što je u ovom slučaju značajnije, doveli do velike tabloidizacije i komercijalizacije medija. Proces globalizacije doveo je do značajnih promjena u sferi medija, a svakako je najznačajnija činjenica da su mediji postali industrija. Mediji se više ne uređuju za opće informativno dobro i na društveno odgovoran način, već je isključivi cilj novinarstva postalo stjecanje profita. Karakter medijskih sadržaja se značajno promijenio a za medijsku devijaciju odgovornost podjednako snose i vlasnici medija ali i javnost.

Vlasnici medijskih kuća diktiraju medijskim sadržajem, a sa stanjem u medijima kakvo je danas te sa usmjerenjem isključivo prema profitu, vlasnicima odgovara zapošljavati nedovoljno obrazovane, uglavnom mlade ljude koji postaju glavni kadar u medijskim kućama. Novinari su često nedovoljno educirani, a pod terminom educiran novinar podrazumijeva se jezična kultura i zamjetna pismenost (kako opća tako i novinarska), novinarska etika koja obvezuje da se koriste činjenice a ne promovira politika aktualnih vlasti kako se novinarstvo ne bi svelo na prepucavanje,

Vlasnici medijskih kuća diktiraju medijskim sadržajem, a sa stanjem u medijima kakvo je danas te sa usmjerenjem isključivo prema profitu, vlasnicima odgovara zapošljavati nedovoljno obrazovane, uglavnom mlade ljude koji postaju glavni kadar u medijskim kućama.

obračune i afere.

Već duže vrijeme razumni korisnici medijskih sadržaja uočavaju promjene u novinarstvu i medijima. Vijesti se prenose i plasiraju na jedan posve novi način. Znatno je više ilustracija i fotografija, a naslovi su postali dugi, bombastični i senzacionalni. Novinarstvo se danas svelo na puko izvještavanje, lagane i trivijalne priče, blic vijesti i mnoštvo fotografija. Informacija je postala izvorom zarade, a u tom kontekstu njezina kvaliteta opada. Masama se nudi loše novinarstvo zasnovano na pričama tabloidne vrste a možemo čak govoriti i o jednom novom trendu – infotainment - spoja informacije i zabave. Uzroci novih trendova u novinarstvu su prije svega ekonomski pritisci i profitni motivi vlasnika, pa je imperativ medija postao šokiranje publike, a ne informiranje.

Mediji, koji bi trebali biti u službi promicanja javne riječi i istine, postali su poduzeća za stvaranje profita. Sve je manje šarolikosti među medijskim sadržajima a činjenica je također kako je komercijalna kultura donijela jedno posve novo novinarstvo u kojemu su mediji postali čak i manipulatori. Indicije medijske manipulacije možemo uočiti na sljedećim pojavama:

- Traže se kratke vijesti;
- Površnost je sve izraženija;
- Bizarnost privlači sve veću pozornost;
- Putem medija šalju se poruke o potrošnji kao o primarnoj ljudskoj potrebi.

Više nego ikada ranije, taoci smo senzacionalizma, stereotipa, bizarnog i reklama. Skoro da nema tv postaje u regiji koja nema makar jedan reality show koji su osmišljeni na principu da su nepoznati ljudi zatvoreni u moderno opremljenoj kući, napuštenoj farmi ili pustom otoku, a oni koji sudjeluju postali su instant zvijezde čiji je rok trajanja uglavnom vezan za trajanje emisija ili pak njihovoj sposobnosti za preživljavanjem u specifičnim uvjetima ali i pravljenjem skandala. Nerijetko u ovakvoj formi medijskih sadržaja vidamo nedostatak opće kulture, opijanja, tučnjave, scene seksa kao i poticanja na promiskuitetna ponašanja. Apsolutno se sve životne vrijednosti relativiziraju, a u ovakvim se medijskim sadržajima odbacuje svaki sram, ironizira se ispovijedanje ali i promovira tzv. striptiz kultura. Nažalost, korisnici medija prihvatili su plasirani kič čime zapravo pokazuju iskrivljena mjerila dobrog ukusa a evidentno je kako se konzumentima medijskih sadržaja nudi sve kako bi se povećala gledanost, odnosno profit.

Treba se govoriti o štetnosti ovakvih sadržaja. Veliki postotak emisija, poput ranije navedenih, ali i crne kronike, nasilja i kriminala, svakako negativno djeluju na javnost. Mnoge nažalost rezultiraju i sa stravičnim posljedicama, kada osobe, posebice mlađa populacija svjesno nešto čini (uglavnom negativno) samo kako bi dospjela u medije. Jedan od takvih slučajeva dogodio se u Hrvatskoj, kada je djevojčica navodno nestala. Dok su je očajni roditelji, policija i cjelokupna javnost tražili, ona se skrivala kod prijatelja uživajući u medijskoj pozornosti koju je dobila. U ovom kontekstu možemo govoriti o štetnosti koju mediji imaju posebice na mlađu populaciju. Djeci i mladima treba najveća pomoć u obrani od loših medijskih sadržaja jer oni teško razlikuju stvarnost od nerealne medijske slike.

Tabloidizacija medija i kontinuirana borba za profitom donijela je značajan pad profesionalnih standarda novinarstva i etike u svim državama u regiji. Gotovo sve države bivše Jugoslavije su idealan ambijent za manipuliranje javnostima. Loše stanje u državi, ekonomski problemi i neizvjesnost, ko-



Imperativ mora postati novinarska deontologija s jedne, odnosno medijska pismenost s druge strane. Također, nužno je načiniti model u kojem bi ozbiljni mediji bili jasno odvojeni od drugih subjekata na tržištu. Takvi mediji bi bili tretirani kao organi koji djeluju u interesu javnosti, a ne kao roba. Tko može vratiti ozbiljno novinarstvo na medijsku scenu? Novinari, civilno društvo i javnost imaju ključnu ulogu. Nužno je stvarati publiku koja će tražiti kvalitetne medije i kvalitetne i ozbiljne sadržaje.



rumpirani političari, iznimno loš pravni sustav pogoduju stvaranju povoljne klime za neprofesionalno i nesavjesno djelovanje novinara, koji su u konstantnoj opasnosti da postanu zabavljači, promotori i prikriveni oglašivači. Tabloidizacija i komercijalni interesi predstavljaju jedan od najočitijih problema na medijskom tržištu u regiji. U lovu na dobit informacija je žalost postala roba, a u tom kontekstu, medijski konzumenti su potrošači. Mediji su puni sadržaja koji potiču na kriminal, šire pornografiju, pasiviziraju, potiskuju čitanje, dovode do iznimne površnosti ali i isključivo zabavljaju. S druge strane, mediji razvijaju intelekt, mišljenje, emocije, potiču radoznalost, motiviraju i najvažnije informiraju. U ovom smislu mediji su i štetni i korisni. Imperativ mora postati novinarska deontologija s jedne, odnosno medijska pismenost s druge strane. Također, nužno je načiniti model u kojem bi ozbiljni mediji bili jasno odvojeni od drugih subjekata na tržištu. Takvi mediji bi bili tretirani kao organi koji djeluju u interesu javnosti, a ne kao roba. Tko može vratiti ozbiljno novinarstvo na medijsku scenu? Novinari, civilno društvo i javnost imaju ključnu ulogu. Nužno je stvarati publiku koja će tražiti kvalitetne medije i kvalitetne i ozbiljne sadržaje.

Na koncu, citirat će se Viktor Ivančić, bivši urednik ugašenog Feral Tribuna u bh. magazinu Dani koji je današnje novinarstvo sažeo u svega nekoliko rečenica: „Novinarstvo sve više postaje djelatnost proizvodnje zabave, mijenjaju se i njegova svrha i njegova pravila: sve je površnije, sve je optimističnije, sve je lišeno kritičnosti (...). Sam čin informiranja pretpostavlja svakodnevno izlaganje čitatelja vatri senzacija, od kojih ni jedna nema prioritet, već su gola konstrukcija samih medija. Magovi medijski korporacija propovijedaju „proizvodnju sadržaja“, u čemu najprije treba prepoznati negiranje autorstva, a sadržaj je nešto poput kokica ili čokolade: lako probavljivo, a sasvim neobavezno. Budući da se traži količina, angažira se jeftina radna snaga, s prosječnom pismenošću, koja je već sad zastrašujuće niska. Cijela priča postaje jako jeftina“ (11.7.2008.).

Javni interes po mjeri političkih moćnika

Piše: Senudin Safić

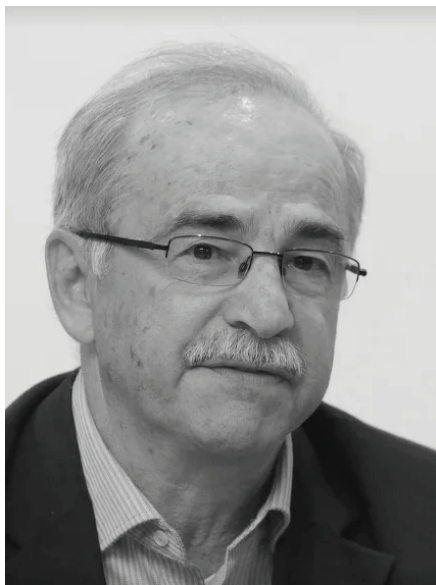
Fondacija za stipendiranje učenika i studenata „Idriz Jakupović“ je osnovana 2014.godine, sa sjedištem u Sanskom Mostu. Situacija na terenu je diktirala naredne aktivnosti humanih ljudi okupljenih oko velikog mecene i osnivača pomenute fondacije, doktora dentalne medicine, Ajdina Jakupovića. Uslijedili su mnogobrojni humanitarni projekti širom BiH. Građani u lokalnoj zajednici su prepoznali napore Fondacije „Idriz Jakupović“ koja je od Sanskog Mosta, preko Prijedora, Mostara, Travnika, Jajca, Gradiške, Bugojna, Kupresa, Maglaja, Velike Kladuše, Banja Luke, pričala o ljudskoj dobroti, gradeći mostove prijateljstva i izvan granica BiH. Nedavno je potpisan Ugovor o saradnji sa dvostrukim prvacima Evrope, Rukometnim klubom PPD Zagreb. Podrška se pruža građanima bez obzira na vjersku i nacionalnu pripadnost, za bajramske, uskršnje i vaskršnje blagdane. Procjenjena vrijednost finansijske podrške u dosadašnjim aktivnostima fondacije iznosi 200.000 KM. Sigurno se pitate, kakve veze ima ovaj uvod sa zadanom temom? Iako osnivač fondacije, direktno i indirektno sudjeluje u finansiranju lokalne RTV u Sanskom Mostu, ova medijska kuća, nikad nije izvještavala o hamnim djelima Ajdina Jakupovića i njegovih saradnika. RTV Sana je javni medij i teško je vjerovati da za četiri godine nije bilo prostora za izvještavanje o brojnim humanitarnim aktivnostima. Međutim, Fondacija „Idriz Jakupović“ ne dozvoljava bilo kakva politička uplitanja u rad. Pored toga, ostvaruje suradnju sa pojed-

Kada govorimo o finansiranju lokalnih javnih medija u općinama Unsko sanskog kantona, bez novca iz općinskog budžeta teško bi preživjeli. Toje situacija u kojoj se lokalni političari odlično snalaze. Treba istaći da postoje i općine koje su odavno bez lokalnih radio i televizijskih stanica.



incima i udruženjima koji se nalaze u nemilosti lokalnih vlastodržaca, tako da to određuje i odnos lokalnog medija prema fondaciji. Stav ljudi okupljenih oko Fondacije „Idriz Jakupović“ da i dalje žele biti od koristi građanima Sanskog Mosta, bez političke pozadine, određuje i budućnost u lokalnoj radio televiziji. Sve se to dešava u općini koja će ove godine iz budžeta izdvojiti 389.000 KM za RTV Sana, što je povećanje u odnosu na prošlogodišnju realizaciju budžeta za 10.000 KM. Loša iskustva ima i Udrženje građana za bolji Sanski Most. Nije dozvoljeno oglašavanje na lokalnoj radio stanici, bez valjanog obrazloženja. Emisije o demokratizaciji lokalne zajednice s akcentom na situaciju u Sanskom Mostu, lokalni radio nije dozvolio. Ako znamo da je pomenuto udruženje žestok kritičar lokalne vlasti, očito je da lokalni medij u Sanskom Mostu finansiran sredstvima poreskih obveznika „sluša“ glas političkih moćnika. Da li u ovako diktiranom medijskom prostoru možemo govoriti o interesu javnosti, transparentnom finansiranju, zapošljavanju u skladu sa pozitivnim zakonskim propisima,...? Kada govorimo o finansiranju lokalnih javnih medija u općinama Unsko sanskog kantona, bez novca iz općinskog budžeta teško bi preživjeli. Toje situacija u kojoj se lokalni političari odlično snalaze. Treba istaći da postoje i općine koje su odavno bez lokalnih radio i televizijskih stanica. U Bužimu su vrata radija zaključana, tako da se pravi medijski rat vodi na stranicama lokalnih portala. Po starom dobrom običaju, „naš“ i „njihov“, čitaj- blizak lokalnoj vlasti i protivnik lokalne vlasti sa opozicionim uplitanjem. Siromašna je i lokalna medijska slika Ključa. U ovoj općini lokalna radio stanica je godinama na infuziji, tako da je često njen sadržaj vezan uz pjevače domaćeg i inostranog porijekla. Uz veoma skroman budžet i položaj zaposlenih, zastarjelu opremu, nerealno je očekivati da se ispoštuje javni interes. O finansiranju radija u ovoj siromašnoj općini koja ima znatno više nezaposlenih nego zaposlenih, dovoljno govori javno iskazano nezadovoljstvo nekolicine zaposlenih. Signal lokalne radio stanice u Bosanskom Petrovcu jedva da se može čuti u lokalnoj zajednici. Iako se jednim dijelom finansiraju iz lokalnog budžeta, zbog lošeg signala se može govoriti o diskriminaciji slušalaca u pojedinim naseljima jer glas lokalnog spikera nikad nisu čuli. Prilično je zakomplikovan i javni medijski prostor u Bihaću. Uposlenici RTV Bihać bili su jako ljuti na lokalnu vlast koja je „zatezala“ oko uplate, dijela „budžetskog kolača“ uposlenicima pomenute medijske kuće. I dok su novinari isticali kašnjenje ličnih dohodaka i veoma težak položaj, gradonačelnik je upozoravao da će se novac budžetskih poreznika u narednom periodu trošiti transparentno te da u medijima i firmama kojima je osnivač Grad Bihać, neće biti „stranačkog zapošljavanja“. Od maja prošle godine kada su uposlenici RTV Bihać bili jako nezadovoljni, ne čuje se pretjerano nezadovoljstvo. Kada je riječ o transparentnim uplatama Grad Bihać je napravio veliki iskorak. Uz nekoliko klikova doći ćete do informacija o uplatama tekućeg granta za informisanje RTV Bihać. Po toj osnovi, zadnja uplata je obavljena 06.marta. Uplaćeno je 28.165,58 KM. Zanimljivo je primjetiti da se iz budžeta općine Sanski Most za RTV Sana izdvaja više općinskog novca nego u Bihaću iz gradske kase za RTV Bihać. O portalima u Bihaću, poštivanju kodeksa, finansiranju istih i osnivačima, mogli bi danima. Samo rijetki imaju želju da profesionalno i korektno informišu. Prema informacijama koje sam dobio od kelegice iz Cazina, zaposleni u RTV Cazin ne mogu se pohvaliti bog zna kakvim platama. Međutim, redovne su i maksimalna pažnja se posvećuje interesu javnosti. Kada o tome razgovarate sa građanima najmnogoljudnije općine Unsko sanskog kantona, mišljenja su podijeljena. Dio građana smatra da su lokalni mediji naklonjeni vladajućoj strukturi što se može uočiti u izvješatavanjima koja se odnose na aktivnosti načelnika općine i njegovih saradnika. Mnogo je prigovora i na rad javnih medija u Velikoj Kladaši. Netransparetnost i pristrasnost, glavne su primjedbe. Zamjera se

da načelnik i politička partija kojoj pripada ima „svoje“ ljude u javnom mediju. Nećemo pogriješiti ako kažemo da je to nastavak priče iz ranijeg perioda samo su drugi likovi i partije. Situacija u kojoj načelnik općine i partija kojoj pripada, direktno utiče na rad lokalnih medija u Unsko saskom kantonu, poznata nam je već godinama. Zabrinjavajuće je što se taj uticaj povećava. Očigledno je da je autocenzura usko povezana sa pričom o finansiranju lokalnih medija. Transparentno trošenje budžetskog novca i poštivanje javnog interesa tako dolaze u drugi, treći plan.



Nestala je praksa oglašavanja, odnosno došlo je do pada prihoda koji mediji tradicionalno ostvaruju putem plaćenih oglasa (za koje se mislilo da će biti mnogo trajnije). Uticaj takozvanih netransparentnih platformi je globalno sve snažniji u digitalnom informacionom ambijentu, a Google i Facebook dominiraju na velikom dijelu tržišta oglasa. U takvim okolnostima optimistično je očekivati da će u trci za profitom jedan dio njihovog prihoda biti usmjeravan za podršku profesionalnom novinarstvu.

Javni medijski servis u BiH gubi povjerenje javnosti

Piše: Mehmed Agović

Javni medijski servis u Bosni i Hercegovini, kao i u cijelom regionu, u ovom trenutku nije osposobljen da adekvatno participira u podršci demokratskim procesima i zadovoljavanju interesa najšire javnosti. Ključni razlog za to je politički uticaj i miješanje vlasti u njegov rad. U etnički, teritorijalno i politički podijeljenom bosanskohercegovačkom društvu etnonacionalističke političke oligarhije u vlasti različitim vrstama pritisaka i opstrukcija nastoje javni RTV servis instrumentalizirati za podržavanje njihovih političkih interesa i ciljeva. Njihova višegodišnja namjera je transformirati ga iz statusa javnog medija u etničke kanale za potrebe tri konstitutivna naroda.

Građani koji očekuju nepristrasno i objektivno informisanje suočeni su, takođe, s potpuno novim i nedovoljno poznatim izazovima poslovanja medija u digitalnom vremenu. Nestala je praksa oglašavanja, odnosno došlo je do pada prihoda koji mediji tradicionalno ostvaruju putem plaćenih oglasa (za koje se mislilo da će biti mnogo trajnije). Uticaj takozvanih netransparentnih platformi je globalno sve snažniji u digitalnom informacionom ambijentu, a Google i Facebook dominiraju na velikom dijelu tržišta oglasa. U takvim okolnostima optimistično je očekivati da će u trci za profitom jedan dio njihovog prihoda biti usmjeravan za podršku profesionalnom novinarstvu.

U digitalnom vremenu sve manje imamo pristup istim informacijama jer su sve više prilagođene pojedincu kome se upućuju odgovarajuće informacije i poruke, a da se ne zna ni odakle dolaze ni ko ih je oblikovao. Tako smo izloženi manipulaciji s određenim ciljem (naprimjer u izbornom procesu) i postajemo subjektom određenog političkog fenomena manipulacije.

Javni medijski servis u takvim okolnostima i medijskom okruženju može da bude jedini "protuotrov" u zaštiti građana kojima su neophodne objektivne i nepristrasne vijesti. Od presudne je važnosti da građani imaju na raspolaganju dostupne medijske usluge kako bi mogli biti učinkoviti u obavljanju javnih poslova i, pored ostalog, osposobljeni da procjenjuju učinak vlasti koju su izabrali. Suština je u činjenici da se tako koncipiran medij finansira iz javnih izvora, odnosno da ga finansiraju građani i da njima jedino polaže račune za svoj rad.

Aktuelna vlast u BiH onemogućila je građanima da imaju na raspolaganju kompetentan javni medijski servis tako što je, pored ostalog, odbila da uspostavi nesmetan model dotoka javnog novca (kroz RTV taksu) za finansiranje njegove djelatnosti iako je to zakonska obaveza. Time je mjesecima uoči oktobarskih opštih izbora vlast praktično zaustavila neophodan kritički sud javnosti o njihovom lošem učinku i mogućem uskraćivanju im povjerenja građana na predstojećim izborima. Dugotrajno finansijsko iscrpljivanje učinilo je javni RTV servis do krajnosti ovisnim od pomoći vlasti, na uredničke pozicije se postavljaju podobni kadrovi, a njegovi profesionalni standardi su srozani na nivo koji ne zadovoljava potrebe cjelokupne javnosti i dovodi u pitanje njegovu društvenu opravdanost kao javnog medija. To najbolje



Impressum

Izdavač

Udruženje/udruga BH Novinari

Kralja Tvrtka 5/5, Sarajevo, BiH

Tel: +387 33 223 818;

Fax: + 387 33 255 600

E-mail: bhnovinari@bhnovinari.ba;

Web: www.bhnovinari.ba

Redakcijski kolegij biltena

Faruk Kajtaž

Siniša Vukelić

Borislav Vukojević

Bedrana Kaletović

Amer Tikveša

Urednik

Arman Fazlić

Fotografija

Udruženje/udruga BH novinari

ilustruje javni RTV servis entiteta Republika Srpska, naprimjer, koji je otvoreno u službi politike aktuelne entitetske vlasti koja ga dijelom i finansira pa taj medij po svemu ima karakteristiku državnog, a ne javnog.

Takav javni medijski servis nikako ne može biti oslonac i primjer, a trebao bi, uspostavljanja kredibilnog medijskog ekosistema u BiH. On danas nije ni standard niti uzor drugim medijima i novinarima u kojima za profesionalno ponašanje i njegovanje objektivnog žurnalizma. Čak to nije ni u tehnološkom razvoju jer je javni RTV servis u BiH jedini u Evropi koji se još služi analognim signalom.

Odsustvo funkcije samoodrživog i nezavisnog javnog medijskog servisa ugrožava raznolikost, pluralizam i slobodu informacija, ostavlja prostor za stagnaciju razvoja žurnalizma i povjerenja u medije uopšte. Građanima je, pored ostalog, uskraćeno neophodno medijsko opismenjavanje kako bi razmjeli, značenje vlasništva i karakter medija, uređivačke razlike i njihove (ne)pristrasne namjere te kako bi u konačnici bili u stanju da razlikuju lažnu informaciju od istinite.

Prema indeksu medijske pismenosti za 2018, koju je izradio Institut za otvoreno društvo (OSI) u Sofiji, balkanske zemlje su najpodložnije prihvatanju lažnih vijesti. Bosna i Hercegovina je na 32. mjestu od 35 evropskih zemalja zahvaljujući medijima koji su značajno pod kontrolom države ili poslovnih interesa, nedostatku obrazovanja i niskom nivo pouzdanosti u društvu. Za nijansu bolji rejting imaju Srbija (29), Bugarska (30) i Crna Gora (31), a lošiji Albanija (33), Turska (34) i Makedonija (35).

U uslovima pada povjerenja ljudi u sadržaj koji nude online društvene mreže zbog širenja lažnih vijesti i dezinformacija javni mediji su u prilici da budu mjesto slobodnih debata o društvenim problemima i izvor kvalitetnih nepristrasnih informacija dostupnih svima, čak i ljudima koji ne mogu plaćati RTV taksu ili koji ne moraju nužno da misle da im je potrebna vijest. Zahvaljujući svom namjenskom finansiranju, javni servis može pružiti stabilne profesionalne mogućnosti i uslove rada novinarima, umjetnicima, muzičarima i filmskim stvaraocima i podržati pluralni kulturni sektor. To je razlog što, prema podacima Evropske radio-difuzne unije (EBU), raste povjerenje u javni radio i TV.

Visoku svijest o prepoznavanju značaja uloge javnog medijskog servisa na najbolji način demonstrirali su građani Švajcarske tako što su nedavno na referendumu odbili prijedlog vlasti da ubuduće ne plaćaju taksu za nacionalni javni medijski servis SRG SSR. Odlučili su da i dalje finansiraju taj javni medijski sistem i zadrže ga pod svojom kontrolom.

Bosna i Hercegovina je danas vjerovatno jedina zemlja u Evropi u kojoj građani, zbog unutrašnje etničke podijeljenosti i suprotstavljenih etnonacionalističkih politika, imaju više nego ikada ranije potrebu za nezavisnim javnim medijima na čiju će programsku politiku oni uticati umjesto vlasti. Nažalost, njihova svijest za ostvarivanje takve potrebe nije na nivou pomenutih Švajcaraca pa je tako izostao glas javnosti protiv višegodišnjeg sistematskog opstruiranja nezavisnosti i uloge javnog RTV servisa u BiH. U njegovom spašavanju i ponovnom vraćanju građanima taj glas je potreban, a prvi praktičan korak koji treba uslijediti jeste što prije riješiti problem namjenskog finansiranja iz javnih izvora.