

Sadržaj

Događaji

Saopćenja za javnost

Konkursi

Linija za pomoć novinarima

Plan aktivnosti za naredni mjesec

Medijska scena: mediji i politika

Bh. novinarstvo kao pudlica

Piše: Vuk Vučetić

Medijska scena: tabloidno novinarstvo

Unsko-sanska letargija

Piše: Dika Bejdić

Medijska scena: novinari, mediji, profit i odgovornost: šta narod voli i ko je belo roblje

Piše: Milkica Milojević

Intervju: Zoran Udovičić, medijski analitičar

Uvodnik

Zbog uticaja politike i ekonomskih lobija na uredničku politiku medija nerijetko je upitna relevantnost informacija koje se serviraju građanima. Medijski sadržaji su politizovani, a teme iz kulturnog, ekonomskog i znanstvenog života se zapostavljaju.

Glavni sadržaji bh. medija postali su crna hronika, nasilje, afere, prijetnje, skandali, siromaštvo, seks afere i reality programi. Ljubavne afere i seoske zavjere poput cjepanice broj 5 mogu danima da dominiraju u pojedinim medijima. Tabloidno novinarstvo je uvijek na granici profesionalizma, a postoji prije svega zbog ekonomskih interesa vlasnika medija. Međutim, zbog marketinških interesa, na tabloidno novinarstvo nisu imuni ni javni mediji koji bi po zakonu trebali da imaju program koji zadovoljava potrebe građana. Takođe, postojanje "naših" i "njihovih" medija znatno olakšava manipulaciju građanima koji se ne trude da misle svojim glavama. Najbolji medijski sport postao je stvaranje neprijatelja pored nas koji je kriv za sve.

Mediji kao važan društveni akter imaju veliku odgovornost prema društvu u smislu objektivnog obavještavanja javnosti i razvoja demokratije. Mogu li bh. mediji biti odgovorniji prema građanima? Da li je sve što mediji objavljuju odraz naše stvarnosti? Na ova pitanja u ovom broju E-novinaru odgovaraju novinarke Dika Bejdić i Milkica Milojević, te medijski analitičari Vuk Vučetić i Zoran Udovičić.

Adis Šušnjar, Udruženje/udruga BH Novinari

Događaji

23.04.2013.

Održan trening o govoru mržnje u Brčkom

Trening za novinare "Jezik mržnje u javnom prostoru –odgovornost novinara i urednika u njegovom smanjenju i prevenciji kroz medijske sadržaje" održan je u Brčkom. Na početku treninga predstavljen je izvještaj "Monitoring medija august-decembar 2012. godine-Jezik mržnje sa fokusom na preizbornu kampanju za lokalne " Udruženja/udruga BH Novinari.

Vidi cijeli članak

Medijska scena: mediji i politika

Bh. novinarstvo kao pudlica

Piše: Vuk Vučetić

Kada je riječ o novinarstvu u BiH preciznije bi bilo koristiti termin novinarstvo na bh. način. Javna je tajna da su mediji u BiH instrumentalizovani od strane političkih subjekata zarad ostvarivanja političkih ciljeva, a to potvrđuje i veliki broj istraživanja rađenih na ovu temu. Postojanje klijentelističkih odnosa između političkih subjekata i medija proizvodi (auto)cenzuru, kupuje „novinarsku tišinu“, ograničava broj istraživačkih tema, stvarajući od novinarske profesije poslušnu pudlicu, a ne psa čuvara demokratije. Uredničke politike pojedinih medija kojima se upravlja iz političkih fotelja za cilj imaju manipulaciju javnosti i očuvanje statusa quo.

Zagarantovane novinarske „slobode“

Postoji saglasnost oko toga da je BiH usvojila najbolje evropske zakone po pitanju medijskih sloboda, međutim čini se da su svi

Događaji

22.04.2013.

Novinari zahtjevaju zaštitu svojih autorskih prava

Povodom 23. aprila Međunarodnog dana autorskih prava Udruženje/ udruga BH novinari poziva vlasnike medija, emitere i izdavače u Bosni i Hercegovini da poštuju autorska prava novinara, a same novinare da zahtjevaju potpisivanje ugovora o radu koji će sadržavati odredbe o zaštiti njihovih autorskih prava.

Vidi cijeli članak

11.04.2013.

Četrnaesta godišnjica smrti Slavka Ćuruvije

Na četrnaestu godišnjicu smrti Slavka Ćuruvije, novinara i vlasnika Dnevnog telegrafa i magazina Evropljanin, predstavnica OSCE-a za slobodu medija Dunja Mijatović pozvala je vlasti da stanu u kraj nekažnjenom nasilju nad novinarima. Ćuruvija je ubijen 1999. godine ispred svog stana u Beogradu. "Četrnaest godina nakon ubistva, pravda je i dalje nedostižna. Ubistva novinara Dade Vujasinović i Milana Pantića takođe su neriješena. Ako pokretači takvog nasilja nad novinarima ostanu nekažnjeni, šalje se opasna poruka da se takvi zločini toleriraju," navodi Mijatović. Predstavnica OSCE-a za slobodu medija takođe je navela kako vlasti imaju dužnost ne samo da javno osude nasilje nad novinarima, nego jednako tako da osiguraju da izvršitelji i naručiocu budu procesuirani u skladu sa zakonom. "Novinari se moraju osjećati sigurno kada izvještavaju o pitanjima koja utiču na naše živote i društvo," kaže se u saopštenju.

Opširnije

03.04.2013.

Osnovana ad hoc komisija za imenovanje Vijeća RAK-a

Vijeća ministara BiH je većinom glasova utvrdilo Prijedlog odluke o osnivanju ad hoc komisije Parlamentarne skupštine BiH za provođenje postupka imenovanja Vijeća Regulatorne agencije za komunikacije Bosne i Hercegovine, koju će Ministarstvo komunikacija i prometa dostaviti Parlamentarnoj skupštini BiH na usvajanje. Za članove povjerenstva predloženi su: Borjana Krišto, delegat u Domu naroda Parlamentarne skupštine BiH, Darko Babalj, zastupnik u Zastupničkom domu Parlamentarne skupštine BiH, Mehmed Agović, savjetnik ministra za komunikacije i promet BiH, dr. Lejla Turčilo, komunikolog, profesorica na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu, Ivan Vukoja, sociolog, glavni urednik Magazina za političku kulturu i društvena pitanja STATUS - Mostar i mr. Dragana Dardić, izvršna direktorica Helsinškog parlamenta građana. Komisija objavljuje javni konkurs i nakon provedene procedure utvrđuje listu 14 najuspješnijih kandidata koju dostavlja Vijeću ministara BiH.

zakoni usvojeni sa prećutnim dogovorom oko toga da su novinari slobodni da se ponašaju kako hoće (da izvještavaju o čemu hoće) sve dotle dok ta sloboda ne ugrožava „vitalne nacionalne interese“. Ipak postoji veliki broj novinarskih „sloboda“ u BiH. Tako recimo novinari su „slobodni“ da izvještavaju pozitivno o političkim subjektima iz svog entiteta, „slobodni“ su da izvještavaju još pozitivnije o onima koji su na vlasti u njihovom entitetu, zatim novinari su „slobodni“ da kritikuju opoziciju u svom entitetu, te su „slobodni“ da kritikuju i poziciju i opoziciju u drugom entitetu. Izuzetak mogu, a i ne moraju, biti oni koji su u koaliciji na državnom nivou sa političkim subjektima na vlasti u „njegovom“ entitetu. Novinari pored „sloboda“ imaju i neke dužnosti, pa tako su dužni da kritikuju sve one koji se na bilo koji način ne slažu sa ideologijom njihovih „utemeljitelja“ i finansijera. Oni koji se ne budu pridržavali ovih „zapovijesti“ biće najstrožije sankcionisani, ali ne samo to, za kaznu će biti okarakterisani kao izdajnici i neprijatelji i biće prinuđeni da traže posao u drugom entitetu.

(Ne)uspjeli brak medija i politike

Pritisnuti borbom za sopstvenu egzistenciju mediji u BiH često odlučuju da idu linijom manjeg otpora i svoj medijski prostor ustupaju političkim subjektima (a to su po pravilu oni koji su na vlasti ili veoma bliski vlasti, bilo na opštinskom, kantonalnom, entitetskom, ili državnom nivou) koji im za uzvrat obezbijeduju potrebna finansijska sredstva za goli opstanak. Služenje interesima svojih „patrona“ za posljedicu ima zapostavljanje principa novinarske deontologije, i zanemarivanje potreba javnosti. U skladu s tim sa dnevnog reda se izostavljaju istraživačke i društveno odgovorne teme koje bi razotkrile sumnjive političke aktivnosti, na čije mjesto dolaze „lagani“ i zabavni sadržaji (bez ikakve informativne vrijednosti) koji zadovoljavaju interese kapitala, i ne ugrožavaju dobro ušuškanе pozicije vlasti. Prema tome ne treba da čudi činjenica što svim domaćim TV kanalima dominiraju komercijalne serije, rijaliti programi, film, muzika, moda, sport, i „informativa“.



U ovom slučaju „informativa“ služi za ranije pomenuta pozitivna izvještavanja o onima koji nam pružaju finansijsku i političku podršku, odnosno da se sa negativnim uklonom izvještava o političkim neistomišljenicima naših „partnara“. Ovakav pristup izvještavanju za posljedicu ima medijski proizvod poluinformativnog, dezinformativnog ili manipulativnog karaktera. Time se ni na koji način istinski ne zadovoljavaju informativne potrebe javnosti, već se poluinformacijama nastoji obezbijediti podrška „naše“ javnosti za aktivnosti „naših“ političara. U prilikama kada isti događaj može poprimiti tri potpuno različita značenja u zavisnosti od toga koji ga mediji (prosrpski, probošnjački ili prohrvatski) prenosi, bilo bi preciznije reći da se radi o „trećini“ informacije, a ne o polovini informacije (poluinformacijama) koje javnost dobija.

Saopćenja za javnost

16.04.2013.

Zatražena zaštita za Predraga Lucića

BH novinari i Linija za pomoć novinarima poslali su prijave Tužilaštvu BiH i MUP-u Kantona Sarajeva za pokretanje istrage protiv osoba koje su širile jezik mržnje prema Predragu Luciću, novinaru i književniku iz Hrvatske, te zaustavljanje širenja mržnje, huškanja i uvredljivog jezika putem portala i Facebooka.

Vidi cijeli članak

16.04.2013.

Zaustaviti govor mržnje na internetu

Upravni odbor Udruženja/udruge BH novinari izrazio je zabrinutost zbog prijetnji smrću i ugrožavanja lične sigurnosti Predraga Lucića, novinara i književnika iz Hrvatske, koji su pokrenuti početkom aprila i traju do danas na brojnim portalima i društvenim mrežama u BiH. Urednici i vlasnici portala su slobodni objavljivati najrazličitije sadržaje ali su istovremeno direktno odgovorni za informacije koje publikuju, kao i za postove na forumima koje administriraju. Pri tome moraju znati kako su širenje natrpeljivosti prema drugačijima i pozivanje na nasilje krivična djela koja za sobom povlače sankcije.

Vidi cijeli članak

16.04.2013.

OSCE zabrinut zbog prijetnji Luciću

Beč - Predstavica OSCE-a za slobodu medija Dunja Mijatović izrazila je "zabrinutost zbog prijetnji novinarima Predragu Luciću i Nebojši Vukanoviću u Bosni i Hercegovini. Ona je pozvala organe vlasti da osude takve prijetnje i da osiguraju da novinari budu bezbjedni.

"Nažalost, ovo nije prvi put da se novinarima prijeti i da ih se zastrašuje. Ovo je zabrinjavajući trend i on ukazuje na potrebu da organi vlasti djeluju da bi osigurali da se takve prijetnje ne ponove", rekla je Mijatović.

Opširnije

između medija i politike. Napuštena i bez ljubavi, i dalje slijepo vjeruju svojim političkim liderima i medijima, nadajući se da će na taj način pobijediti „neprijatelja“ koji predstavlja stalnu prijetnju za nedosanjani mir i blagostanje.

Nek' komšiji crkne krava

Sa druge strane činjenica je da u BiH postoje tri javnosti (srpska, bošnjačka i hrvatska) koje imaju najveće povjerenje u medije iz svojih entiteta, ili preciznije u medije koji dominantno zastupaju interese određene etničke zajednice. Srbi najviše vjeruju RTRS-u odnosno BN televiziji, Bošnjaci najviše vjeruju FTV-u i Hajat televiziji, dok Hrvati uopšte ne vjeruju medijima iz BiH, najveće povjerenje imaju u medije iz Hrvatske. Ovome u prilog ide i činjenica da je najmanja naplata RTV pretplate upravo na područjima gdje je većinsko hrvatsko stanovništvo u BiH. Kada je štampa u pitanju razna istraživanja pokazuju kako su Glas srpske i Nezavisne novine kao najtiražnije (dakle najprodavanije i samim tim najuticajnije) novine iz RS dominantno na strani trenutno vladajuće stranke SNSD-a i njenog lidera i predsjednika RS Milorada Dodika. Sa druge strane javnost u FBiH je podijeljena na one koji više vjeruju Dnevnom avazu (novini čiji je donedavni vlasnik bio predsjednik SBB-a Fahrudin Radončić) odnosno Oslobođenju (novini koja je tokom predizborne kampanje uoči prethodnih lokalne izbore najveći medijski prostor ustupila Stranci demokratske akcije). Hrvati su opet sa treće strane najviše naklonjeni mostarskom Večernjem listu kao glasilu koje zastupa stavove oba HDZ-a.

Povjerenje koje pomenuti mediji uživaju obezbijeduje im veliki uticaj na formiranje javnog mnjenja u pojedinim etničkim zajednicama. Stvaranjem okvira za tumačenje svih dnevnopolitičkih aktuelnosti, istorijskih događaja, ličnosti iz političkog i javnog života, koji su formirani pod uticajem političkih i ekonomskih centara moći, mediji proizvode armiju izmanipulisanih ljudi. Filtriranjem i selektovanjem informacija stvara se lažni utisak potpune informisanosti kod građana, a potreba za takvim informisanjem se prije može nazvati potrebama za poluinformacijama. Građane zanima samo ono što se dešava u njihovoj „avliji“ sa iskrenim željama „da komšiji crkne krava“. Ovako se, nažalost, zatvaraju mogućnosti zdravog dijaloga i funkcionisanja društva u cijelini. Čini se da je bh. javnost, odnosno da su tri javnosti u BiH, posvojena djeca u (ne)uspjelom braku

Medijska scena: tabloidno novinarstvo

Unsko-sanska LETARGIJA

Piše: Dika Bejdić

Identificiran, nakon rata, kao „crna rupa“ u Bosni i Hercegovini, u brojnim izvještajima kojekakvih međunarodnih predstavnika, Unsko-sanski kanton ni danas nije dalje otišao od te kvalifikacije. S vremena na vrijeme, bljesne neka iskrica nade u školskim klupama, poput Bihaćkih gimnazijalaca Ferizovića koji su na nekom svjetskom takmičenju u informatici osvojili prvo mjesto. Informacija ovlaš medijski popraćena. Malo se popričalo. I ništa! Nije to bila tema kojom bi se duže zanimali ili oduševljavali Krajišnici.

Ali zato jeste tema odbjegli supruge s ljubavnikom u Istanbul. Prvo se danima nagađalo gdje je. Onda je otkriveno s kim je otišla. Pa, kako su je brat i suprug pronašli. Onda su je sačekali na aerodromu i vratili u obitelj. Pobješnjeli suprug je prijetio mladiću s kojim je otišla. On se danima skrivao.

Ipak su ga sahvatali i „ubili boga u njemu“, na krajiški način... a bračna idila se nastavlja, baš kao i medi-

Konkursi

Novinarstvo u digitalnom svijetu, naziv je desetmesečnog stipendijskog programa kojeg organizuje Međunarodna akademija za novinarstvo Intaljour, a na koji se do 3. maja 2013. mogu prijaviti novinari sa profesionalnim iskustvom i dobrim poznavanjem engleskog jezika. Program će biti realizovan u pet cjelina: tri seta predavanja koja će biti održana u Hamburgu, Kelnu i Berlinu i dvije faze on-line kurseva.

Opširnije

Raspisan je konkurs za dodjelu Kurt Schork nagrada za međunarodno novinarstvo. Novinari koji se bave izvještavanjem iz država u razvoju i oni koji pišu o događajima u svojoj zemlji, te freelance novinari koji izvještavaju sa kriznih područja širom svijeta mogu se prijaviti na konkurs do 31. maja. 2013. godine.

Opširnije

Konkurs za međunarodnu nagradu za fotografiju otvoren je do 31. maja 2013. godine. Fotografije mogu prijaviti studenti fotografije, fotografi amateri i profesionalci.

Opširnije

Rory Peck nagrade dodeljuju se profesionalnim freelance snimateljima i snimateljicama iz cijelog svijeta. Ovu nagradu dodjeljuju Rory Peck fondacija i Sony Professional, a potrebno je dostaviti radove objavljene u periodu između 1. juna 2012. i 31. maja 2013. godine.

Opširnije

Konkurs za ekološku fotografiju GWD2013 - Evropska asocijacija za energiju vjetra i Globalni savjet za energiju vjetra organizuju foto konkurs povodom Svjetskog dana vjetra (Global Wind Day), koji se obilježava 15. juna. Zainteresovani za učešće na takmičenju treba da pošalju fotografije koje tehnologiju energije vjetra opisuju iz nove i drugačije perspektive do 5. maja 2013.

Opširnije

Epson nagrade za panoramsku fotografiju Epson međunarodne nagrade za panoramsku fotografiju dodjeljuju se fotografima (amaterima, studentima i profesionalcima) iz svih zemalja svijeta. Ovogodišnje takmičenje, četvrto po redu, posvećeno je umjetnosti panoramske fotografije, sa nagradama u ukupnom iznosu od 35.000 američkih dolara. Rok za prijavu je 21. juli 2013.

Opširnije

jsko zanimanje i tretman ove priče.

Kako se iz Krajine tradicionalno pune stranice crne hronike, tipa ubio, izbio, prebio, to nije novost, ni kada ubije otac sina, ni sin oca, brat brata, suprug majku svoje djece ili ljubavnicu.

Ni političari više nisu zanimljivi. Najavljivalo se spektakularno osnivanje Komšićeve stranke i raspad SDP-a u Unsko-sanskom kantonu. Od svega toga, samo dva SDP-ovca se uslikaše i svi pepelom posuše i njih i Komšića. Ali, po kafanama i u privatnim druženjima. Ne medijski. Mediji spavaju svoj duboki zimski san. Kako bi se izbjeglo zamjeranje političarima, u stilu one „ne grizi ruku koja te hrani“, uglavnom se traga za nekim prirodnim fenomenima, te znakovi u drvetu, te voda poteče svake godine u isto vrijeme na istom mjestu, procvjetala neka lala... S vremena na vrijeme se pojavi neki naručeni tekst, kojim će se ocrniti neko zbog nečega. I tu sve završava. Strah od moći političara i njihove strašne srdžbe, potire svaku odgovornost prema građanima. Stoga se, uglavnom, oslanjaju na kabinetske informacije. Niko se ne buni što su sjednice Vlade zatvorene, a bile su i u ratu otvorene za novinare, jer lakše je prepisati ili pročitati saopćenje iz Kabineta premijera, nego satima pratiti šta se to raspravlja na tim maratonskim sjednicama i kakve se odluke donose. Novinari u USK su vratili imidž društveno-političkih radnika. Čini mi se da još jedino Centar civilnih inicijativa informiše građane. S vremena na vrijeme izbace podatke o aktivnostima skupština ili članova Vlada USK. Priča se dan-dva. Opet sve po starom. Ne zanima više građane, ni gdje se troši njihov novac, ni ko raspolaže tim milionima, koji se gomilaju kao budžetska dubioza, ni ima li kakvog pomaka u bilo čemu. Iako se Asim Kamber, vječiti narodni dušebrižnik, i zastupnik na svim nivoima vlasti, ubi pišući protiv aktuelnog premijera Hamdije Lipovače, brojeći mu, valjda i sakupljajući račune i od toaleta, i dalje je zanimljivija Hurem i šta će biti u sljedećoj epizodi Sulejmana Veličanstvenog. Te serije sve više zaokupljaju pažnju građana. Od Šeherezade, pa Jasemin, Ezela, Kad lišće pada, Doline vukova...nižu se serije i epizode zbog kojih se satima bulji u ekran i s nestrpljenjem iščekuje sutra kao da se svjesno bježi u nečiji tuđi život, da se ne bi živio ovaj vlastiti, bosanskohercegovački. Sve tužniji i tužniji.

Čini mi se da će se morati porazmisliti i o onoj „Mediji su slika stvarnosti“ - jer mi se sve više čini da mi nemamo ni tona ni slike. Negdje se gubi. Stvarnost, bespoštedno šiba li šiba. Bez jecaja. A trebalo bi arlaukati na sav glas!

KLADUŠKI LJUBAVNICI U IZJAVAMA POLICIJI NAVELI RAZLOGE BIJEGA IZ BIH

Ibrahimi dozlogrdilo crnčiti za supruga



Medijska scena: novinari, mediji, profit i odgovornost

Šta narod voli i ko je bijelo roblje

Piše: *Milkica Milojević*

Klinci iz jedne banjalučke osnovne škole prošle godine su u svom školskom holu za samo dva sata drugarima prodali 500 porcija zdrave hrane koju su sami pripremili od svježeg voća, povrća i integralnih žitarica. Uradili su to u sklopu jednog projekta učeničkog preduzetništva. Vispreni osnovci su tako iz cuga dokazali da nije tačno da djeca tamane samo pice i pomfrit i da, iz čistog bezborazluka ili zbog urođene mane, neće da jedu ništa što valja! Djeca, kao i odrasli, konzumiraju ono što im se ponudi: ono što im je na dohvat ruke, a jeftino je, lako se žvaće i u slast guta.

Eto, čak i klinci su skontali da je čuvena sintagma „djeca to obožavaju“ tek obična šarena laž. Nešto kao carevo novo ruho, ili šljašteći papir, koji jeftino smeće pretvara u fensi poklončić.

Kad poraste, „djeca to obožavaju“ postaje „narod to voli“ - moćno univerzalno opravdanje za sve korporacijske, političke i medijske nepodopštine ovog svijeta, u kojima i sami zdušno učestvujemo.

Jer stvarno, ko ima srca da voljenom sinčiću otme lizalo koje mu kvari zube! Koji bi političar ljubljennom svom narodu uskratio ono što narod najviše voli: predizborno pečenje, pivo, pjesme, psovke, prazne priče, pijane prepirke... Sve, sve na p, što me neodoljivo podsjeća na ratnog vođu koji je na pitanje „a šta ćemo s narodom?“, obično odgovarao „neka narod ide u p... materinu!“

Da se narod u tom pravcu već odavno zaputio, jasno je i najbudalastijim optimistima. Dok se djeca tove i truju masnim hamburgerima i tonu u kokakolu i jutjub stupidarije, njihovi roditelji, smoreni rmbačenjem i poniženjima na radnom mjestu, oporavljaju se, priključeni od sumraka do ponoći na TV program kao na infuziju. A tamo, sve sami anestetici: politička prepucavanja sa naci šmekom, zvečeće afere bez suštinskih odgovora, zločini bez kazne i pouke, rialiti bučkuriši. Zveckaju lisice, teče krv, trešti treš, sijevaju butine, pucaju uvrede kao bičevi po golim leđima... sve što „narod voli“!

Da sad ne cjepidlačimo oko distinkcije između pojmova narod i građani. Razlika jest suštinska, ali pravićemo se da je ne primjećujemo. Novinari smo, neće nam biti prvi put da pojednostavljujemo priču, priče radi.

Elem, držeći se narodskog pojma narod, zapitaćemo se da li mediji narodu serviraju TO, zato što „narod TO voli“, ili je stvar obrnuta pa narod voli TO, zato što mu mediji baš TO nude, kreirajući ukus svenarodni. Odgovor je i jednostavan i nedokučiv: baš kao kod kokoške i jajeta. Đavolji krug u kome nema početka ni kraja.

Jer, na kraju krajeva, šta su mediji ili medijske kuće? Preduzeća kao i sva druga. Informacija je, kažu, roba. Dobra je ona koja se dobro prodaje, sve ostalo je nebitno, bar sa stanovišta vlasnika kompanije. A vlasnik se pita. I nije samo informacija/ priča roba, glavna roba u tom biznisu je – publika. Gledaoci/ čitaoci / slušaoci, dakle narod, jesu potrošači ali su još više roba koju medijske kuće nude svojim oglašivačima. Kupite naš prostor/ vrijeme i tu stavite reklamu koju će videti i čuti hiljadu, sto hiljada, milion ljudi. Navali narode! Priče, koje mi svojoj publici prodajemo obična su tričarija, šareniš koji će ih privući, udica, a kad se upecaju hop, slijedi glavna trgovina! Svoju publiku, koja se upecala na „ono što narod voli“, mediji besprizorno, kao bijelo roblje, prodaju prodavcima deterđenata, slatkiša, automobila, hamburgera... i prodavcima magle – političarima. Jednima kao potencijalne kupce, drugima, kao potencijalne glasače. Neki analitičari tvrde da su savremeni mediji tek platforma ili platforma za biznis, ili platforma za političku propagandu, a najčešće i jedno i drugo – dva u jedan, plus sočna, lako probavljava novinarska priča - gratis!



Plan aktivnosti za naredni mjesec:

- Tuzla, 26.04.2013.

Trening za novinare o govoru mržnje u javnom prostoru i predstavljanje izvještaja "Monitoring medija august-decembar 2012. godine-Jezik mržnje sa fokusom na preizbornu kampanju za lokalne izbore"

- Banjaluka, 02.05.2013.

Obilježavanje 3. maja, Svjetskog dana slabode medija

-Hotel Beograd, Istočno Sarajevo, 10.5.2013.

Seminar "Jačanje medijskog pluralizma kroz unapređenje obrazovanja studenata novinarstva i mladih novinara"

- Eko selo Stanišići, Bijeljina, 15.5.2013.

Seminar za novinare, sudije, tužioce, policajce... "Praksa suda u Strasbourgu u suzbijanju govora mržnje u javnom prostoru."

- Hotel Behar, Gorazde, 16.5.2013.

Seminar "Praksa suda u Strasbourgu u suzbijanju govora mržnje u javnom prostoru."

- Hotel Ero, Mostar, 17.5.2013.

Seminar "Praksa suda u Strasbourgu u suzbijanju govora mržnje u javnom prostoru."



Nude li, dakle, mediji narodu ono što mu je zaista potrebno? Uglavnom ne. Nude mu „ono što narod voli“. Lizalo koje će mu pokvariti zube, ali ga i zadržati da se zablenu u reklamu za najskuplju zubnu pastu, najboljeg stomatologa, čudesnu četkicu, koja će riješiti sve zubne probleme. Naše novinarske priče imaju ulogu lizala – slatkiša od dvadesetak pfeninga, koje će privući hiljade djece i zarolati milionski biznis.

Ne vjerujete mi? Dobro, budite poštteni, zapitajte se, kada ste posljednji put uspjeli da, u mediju u kojem radite, plasirate priču o djeci koji boluju od rijetkih bolesti? Ili bilo kakvu priču iz nekog malog mjesta, daleko od Sarajeva, Mostara ili Banjaluke? Ili priču zbog koje biste morali da danima istražujete, putujete, razmišljate, analizirate, da biste nam otkrili nešto bitnije, ali mnogo manje „interesantno“ od veličine grdnjaka Seke Aleksić.

Pitaće vas: koga to uopšte interesuje? Ko će to da čita? Koliko mi čitalaca imamo u tim Donjim Čekrčićima? Kome da prodamo stotinu djece koja boluju od yx sindroma i ne jedu čak

ni lizala, ili 200 Čekrčićana, koji u prodavnicu idu jednom mjesečno, a na izbore nikad. Čekrčići su interesantni samo ako se desi masakr! Ko je uopšte čuo za Veliku Ivanču u Srbiji, dok onaj monstrum nije pobio pola sela! I šta da se radi? Šta da radimo mi, novinari, ukleješteni između „onog što narod voli“ i onih što narodom trguju? Da se pravimo blesavi i nastavimo proizvoditi slatka šarena lizala, pokušavajući da za to izvučemo što bolju nadnicu? Imamo li pravo na toliku dozu neodgovornosti i bezobrazluka? Biće da nemamo. Jer ipak smo, kao oni klinici s početka priče, svjesni da je car go, pa smo, kao novinari, dužni da to glasno kažemo.

Kad smo već kod banjalučkih osnovaca, oni su (ah dečja posla!) vjerovali da će svojom akcijom podstaći nadležne da u sve škole uvedu kioske za prodaju zdrave hrane, kako bi njihovi vršnjaci popravili prehrambene navike, riješili se viška kilograma i sačuvali zdravlje. Plemenita namjera, ali ništa od toga. Sve se završilo na projektu, koji su, pogađate, finansirali stranci, i na entuzijazmu desetak đaka i dvije nastavnice. Mediji su ih pohvalili, nadležni su posjetili školu i inicijatore akcije pomilkili po čupavima glavicama (dobri ste vi momci, svaka čast!) i – tjeraj dalje! Već sljedećeg jutra devojčice i dječaci su navalili na pomfrit, koji naravno, sva djeca „obožavaju“.

I svi su bili sretni i zadovoljni. I roditelji koji su za marku obezbjedili užinu svom potomku, a da pri tom ne moraju ići na pijacu po jabuke i mrkve, i direktor škole koji je po principu „polu pije, pola Šarcu daje“ kumu svog tetkića izdao kiosk brze hrane u školskom dvorištu, i proizvođač pomenute užine, jer je od svakog osnovca uzeo po marku za šaku lanjskog krompira i kašiku pregorjelog ulja, što je cirka 300 KM čistaka na svakom velikom odmoru. A ta ćemo sa djecom? Pa djeca neka idu u p...ark da se igraju! A novinari? Pa i novinari treba da idu (u taj isti) p...ark da naprave dobru priču!

“I javni servisi su taoci marketinškog tržišta”

Zoran Udovičić, medijski analitičar

E-novinar: Da li bh. mediji odgovaraju informativnim potrebama građana?

Udovičić: Istraživanja informativnih potreba građana u našoj medijskoj praksi gotovo i da ne postoje. I javni rtv servisi i komercijalni mediji potrebe građana nastoje prepoznati u ispitivanjima slušanosti i gledanosti radio i tv programa, iz čega se može saznati kojim vrstama programa i u kojim vremenskim terminima (Prime Time ili manje slušani /gledani) preferiraju slušaoci i gledaoci. To ipak nije dovoljno da bi se stekla vjerodostojna slika o interesima i potrebama građana, o vrsti informacija, izvorima, geografsko - političkim odredištima odakle stižu informacije, servisnim emisijama za svakodnevne potrebe građana. Znači, medijima je prioritetno da istraže šta se najviše generalno gleda, sluša ili čita, dakle marketinški interes i da istovremeno osluhnu kako stoje u politici, vlasti i ekonomskim lobijima. Komercijalnim medijima je prvenstveni cilj profit vlasnika, ali bi javnim rtv servisima i tzv. asocijacijskim medijima (kojih je malo u našoj zemlji) cilj trebalo da bude zadovoljavanje i potreba građana, nacionalnih zajednica i institucija društva. Ovu funkciju oni ne ispunjavaju i uglavnom su indiferentni prema zahtjevima civilnog društva da vlastitom analizom sadržaja svojih medija i korišćenjem istraživanja nezavisnih institucija ustanove u kojoj mjeri i kako pokrivaju sve javne interese i specifične potrebe građana. Umjesto toga, javnošću i javnostima vlada politička predodžba o ulozi medija, a u javnim medijima osjećanje da je program roba i da je prvenstveni cilj snaći se na marketinškom tržištu.

E-novinar: Da li građani vjeruju medijima u BiH?

Udovičić: Prema istraživanju Media plan instituta iz 2009. godine, 57 posto ispitanika vjeruje u objektivnost samo jednog



Linija za pomoć novinarima

Aktuelni slučajevi:

- **Dragica Vukalo** - Četvrtog aprila 2013. godine Osnovni sud u Banja Luci po postupanju sudije Dragane Kovačević donio je presudu u predmetu Dragica Vukalo -RTRS u korist tuženog RTRS-a. Dragica Vukalo je 9.4.2013. dostavila VSTV-u pritužbu na rad sudije.

- **Marijo Pejić** - 23. aprila okončan je disciplinski postupak protiv direktora BHT 1 Marija Pejića. Tročlana komisija je izricanje odluke zakazala za petak 26.04.2013.

- **Branka Kusmuk** - Novinarica RTRS-a Branka Kusmuk i snimatelj Obrad Mladen privedeni su 29. marta u PU Novo Sarajevo radi davanja izjave koju su potpisali kao svjedoci jednog događaja. Linija za pomoć novinarima je 04.04.2013. Policijskoj stanici Novo Sarajevo poslala dopis za informaciju o privođenju novinarke Kusmuk i snimatelja Mladena.

- **Azemina Smailbegović-Mulahu-seinović** - Direktorica Radija ZOS iz Doboja prijavila je Liniji za pomoć novinarima da je Radiju ZOS oštećena emisiona oprema. FMHL je poslala dopis PS Tešanj da se ispita slučaj i poduzmu potrebne radnje.

- **Predrag Lucić** - Na osnovu prijave urednice portala Tačno.net iz Ljubuskog, Štefice Galić, Udruženje BHN je poslalo Prijavu Tužilaštvu BiH kojom traži da se zaštiti književnik i novinar Predrag Lucić kojem je javno sa fb profila Hafiz Ef. Halid Hadžimulić prijetio smrću i širio govor mržnje prema novinaru. Istim dopisom je tražena zaštita novinara i uposlenika portala Tačno.net.

medija, dok blizu 30 posto ne vjeruje nijednom mediju. Ovaj podatak je porazan, a iako su od istraživanja prošle četiri godine, malo je vjerovati da se situacija bitno promijenila. Podatak da 57 posto ispitanika vjeruje samo jednom mediju mogao bi se protumačiti kao podijeljenost medijske zajednice na visoko profesionalne i neprofesionalne medije, međutim, analiza je pokazala da je povjerenje u medije duboko zasnovano na nacionalno entitetskim kriterijima, odnosno osjećanju ispitanika koji je „njihov“ medije, a koji nije „njihov“ medij. Tako je u RS najobjektivniji RTRS, a mediji iz Federacije su neobjektivni. U Federaciji je obrnuto. Kad je riječ o 30 posto ispitanika koji ne vjeruju nijednom mediju, analiza odgovora pokazuje da su oni generalno sumnjičavi prema objektivnosti medija zato što su zbunjeni kontroverznošću političke i društvene situacije u zemlji, mijenjanjem političkih dresova i stranaka i medija, nevjericom u nezavisne medije „koji nisu njihovi“, izdajom političkih principa i savezništava koje su navikli da prate u „svojim“ medijima.

E-novinar: Šta je po vama tabloidno novinarstvo?

Udovičić: Postoje različite predstave o tome šta je tabloid i tabloidno novinarstvo. Izvorno, tabloid je medij (u početku samo novina) čije su karakteristike nekonvencionalnost u nalaženju informacija, senzacionalističko pisanje bez provjere tačnosti informacija, česta upotreba komunikacijskih provokacija, negativna selekcija bitnih činjenica za poruku i informaciju, isticanje naslova i međunaslova koji nisu u saglasju sa sadržajem teksta, atraktivan dizajn. Tabloidno novinarstvo je nastalo kao potreba vlasnika medija da na atraktivan i provokativan način vežu za sebe publiku, podražavajući i neke niske strasti, što će povećati šanse medija na tržištu. Tabloid je na granici neprofesionalnog novinarstva. Ipak, neke njegove karakteristike mogu dobro doći tradicionalnim medijima koji su bolovali od komunikacijske hladnoće. Neki medijski kritičari znaju današnjim medijima zamjeriti na „grafičkom kičeraju“ zanemarujući pri tome da nijedna čokolada bilo kakve kvalitete i ukusa neće proći na tržištu ako nije dobro upakovana, ako nije nađen dobar put do kupca. Internet nema svoju istorijsku baštinu, pa zato s njome nije ni opterećen, te su zato vrlo hrabro internet portali sjajnim dizajnom i alatima komunikacije postigli izuzetnu privlačnost za publiku. Često se manipulantska uređivačka politika tabloida zna useliti i u medije koji se ne kite tabloidnim novinarstvom, pa se pod plaštom atraktivnog teksta ili tv programa plasiraju različite političke konstrukcije, obračuni, niski medijski udarci, neistine. Takve situacije nastoje vješto koristiti i mnogi oponenti slobodnog, nezavisnog i modernog novinarstva, dijeleći na svaku kritičku riječ ili istraživački postupak etikete tendenciozno, tabloidno, neistinito.

E-novinar: Mnogi opravdavaju tabloidno novinarstvo kao legitiman način opstajanja na tržištu, mogu li se RTV servisi oduprijeti tom trendu?

Udovičić: Nažalost, i javni servisi i komercijalne televizije danas su taoci marketinškog tržišta i marketinških agencija. Utrka za podjelu malog marketinškog kolača dovodi

ih često u poziciju da od karakteristika tabloidnog novinarstva uzmu ono najgore. Javni RTV servis se tome može oduprijeti samo ako stekne stabilnu ekonomsku poziciju koja će mu omogućiti da proizvodi više različitih programa sa širokim spektrom interesa građana i koji će ga staviti u središte uticaja javnosti, a ne politike i marketinga.

Razgovarao Adis Šušnjar

Impressum

Redakcijski kolegij biltena

Velida Kulenović

Mirza Sadiković

Siniša Vukelić

Admir Kadrić

Vladimir Šušak

Alena Beširević

Urednik

Adis Šušnjar

Tehničko uređenje

Arman Fazlić

Udruženje/udruga BH Novinari

Kralja Tvrtka 5/5, Sarajevo, Bosna i Hercegovina

Tel/Fax +387 33 223 818; + 387 33 443 072

e-mail: bhnovinari@bhnovinari.ba;

web: www.bhnovinari.ba