



Sadržaj

Događaji

Mediji o medijima

Saopćenja za javnost

Konkursi

Najava događaja

Linija za pomoć novinarima

Druga strana medija

Piše: Radenko Udovičić

Istraživačko novinarstvo luksuz za bh. medijske kuće koje zavise od oglašavanja

Piše: Belma Buljubašić

Država i mediji: Opravdanost državnog intervencionizma u kontekstu političkog paralelizma i komercijalne instrumentalizacije medija

Piše: Anđela Kuprešanin Vukelić

Mediji između politike i tržišta – biti objektivni ili likvidan?

Piše: Šejn Husejnfendić



Sadržaj biltena E-novinar je isključiva odgovornost 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 prioriteta za integraciju Bosne i Hercegovine u EU¹. 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“, koji je bh. javnosti [predstavljen](#) 18. novembra 2016. u Sarajevu. 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.

*Ovaj broj E-novinara je prvo izdanje specijalnog serijala BHN online biltena koji se realizira u okviru projekta „Mediji i javni ugled“, kao doprinos javnoj raspravi o temi transparentnosti medijskog vlasništva i zagovaranju donošenja zakona za unapređenje medijskog prostora i tržišta informacija u BiH. Kroz serijal od pet izdanja publiciraćemo stručna mišljenja i analize predstavnika/ca akademske zajednice, medijskih djelatnika/ca, pravnika/ca i nosilaca relevantnih javnih funkcija. Za prvi broj specijalnog serijala E-novinara pišu viši asistent na Odsjeku za žurnalistiku Filozofskog fakulteta u Tuzli **Šejn Husejnfendić**, viša asistentica na Odsjeku žurnalistike Fakulteta političkih nauka u Sarajevu **Belma Buljubašić**, viša asistentkinja na Fakultetu političkih nauka u Banjaluci **Anđela Kuprešanin Vukelić** i direktor Mediaplan instituta **Radenko Udovičić**.*

Arman Fazlić, urednik E-novinara

¹ [Izvještaj](#) o napretku Evropske komisije iz 2016. godine, str. 5

Događaji

25.07.2017.

Doha: BH novinari na međunarodnoj konferenciji "Freedom of Expression: Facing up to the Threat"

20.07.2017.

EU pomaže BiH u promovisanju i odbrani ljudskih prava u medijima

18.07.2017.

Novinarska akademija 2017: Mediji da vrše javni pritisak na rješavanje sudskih procesa koji se tiču ratnih zločina

17.07.2017.

Novinarska akademija 2017: Faktografija je osnov suočavanja sa prošlošću, a novinari trebaju promovisati humanost kroz primjenu profesionalne etike

16.07.2017.

Prof. dr Enes Osmančević: Novinarstvo u BiH manje okrenuto publici, više centrima moći

11.07.2017.

BH novinari na trećem Forumu civilnog društva u Trstu

20.06.2017.

Međunarodna konferencija u Sarajevu: javni servisi se ne smiju ugasiti

Saopćenja za javnost

30.08.2017.

Podrška Posebnom izvještaju Institucije ombudsmena o pravima novinara u BiH

28.08.2017.

Novinarska udruženja iz regiona osudila tri napada na novinare u Slavonском Brodu (Hrvatska), Skoplju (Makedonija) i Partešu (Kosovo)

25.08.2017.

Protest ministru sigurnosti Draganu Mektiću

20.08.2017.

Novinarska udruženja iz regije oštro osuđuju napad na Olluria, novinara istraživačkog novinarska, i njegovu zaručnicu

08.08.2017.

Novinarska udruženja iz regiona pozdravljaju hapšenje osobe koja je prijetila novinaru Draganu Bursaću

04.08.2017.

UO BH novinari: Podrška naplati RTV takse putem računa za struju

Mediji o medijima

02.09.2017.

Rukovodstvo RTRS-a odbija postupiti po odluci RAK-a

Druga strana medija

Piše: Radenko Udovičić

Bosna i Hercegovina je prije svega entitetski, potom etnički, a onda i politički duboko podijeljena zemlja. To se oslikava i u medijskoj sferi. Kao rezultat takvog društvenog ambijenta politički klijentelizam u medijima je dominantan. Baziran je na nekoj vrsti autocenzure vlasnika, urednika i novinara. U značajnoj mjeri autocenzura je rezultat uvjerenja pojedinaca da je stav njegovog naroda ispravan, što ne mora uvijek biti tačno. Takvo uvjerenje u novinarskom poslu se može oslikavati na kroz neprofesionalan način medijske produkcije - selekciju informacija, potenciranje tema koje potvrđuju stavove te grupacije, negativne komentare prema onima koji su, po uvjerenju dominantne nacionalne politike, protivnici. Ove metode nekada nisu lako uočljive i, za razliku od drugog manipulativnog kadriranja kao klevete, a pogotovo netačne informacijene, teško se mogu procesuirati regulacijom ili samoregulacijom medija. Upravo zbog toga brojni mediji u BiH tvrde da su objektivni jer, npr. daju priliku svima da nešto kažu. Naravno da daju. Ali na koji način i u kojem kontekstu.

Drugi razlog političkog klijentelizma je materijalni interes. Ako ste u skladu sa većinskim javnim mnijenjem odnosno uticajnim političkim i ekonomskim faktorima, sam medij, odnosno vlasnik, ili ako je javni medij - direktor, a indirektno i urednici, mogu imati korist. To je posebno proteklih godina uočljivo vezano za tri servisa unutar Javnog RTV sistema BiH. U Republici Srpskoj RTRS po monitorinzima Media plan instituta proizvodi program koji je izrazito na strani vladajuće koalicije, ili bolje rečeno najjače stranke. To je na neki način i logično jer vladajuća elita RTRS smatra državotvornim elementom. U Federaciji BiH vladajuće i opozicione stranke, javne servise nisu doživjeli kao svoje dijete, već kao opasnost za ugrožavanje svojih pozicija usljed kritičkog izvještavanja. To je rezultovalo negativnim revizorskim izvještajima, odbijanjem projektne tehničke pomoći za nova postrojenja i centre, skrivenim pritiscima na članove upravnih odbora (pogotovo one koji su na funkcije došli njihovim lobiranjem). U takvim igrama ni direktori ni glavni urednici nisu mogli da izađu potpuno nevini i objektivni. Kada jedna politička struja nije zadovoljna izvještavanjem javnog servisa, sve je spremna da učini da je potpuno uništi. Apolutno destruktivno djelovanje mimo svakog političkog razuma i logike. Ako nešto propadne, onda se time ne može ovladati. Cijenu toga plaćaju sada posebno dva javna servisa sa sjedištem u Sarajevu. Zbog političkog nesuglasja između etnički podijeljenih stranaka, nemaju zakonski način ubiranja RTV takse, a ne vidi se nikakva nada za iznalaženje rješenja što vodi u nestanak javnog emitovanja na osnovama kakve su bile zadnjih 15 godina.

Političkom klijentelizmu su privatni mediji najviše izloženi prilikom odabira za oglašavanje od strane državnih institucija, državnih firmi i političkih stranaka. Očigledno je da se u okviru svake etničke zajednice daje „svojim“ medijima, a onda dalje unutar tih „svojih“ traži se onaj što je više politički podoban. Dnevni avaz je godinama dobijao ogromna sredstva iz državnih oglašivača. Nakon što je Fahrudin Radončić osnovao svoju partiju, dio tih sredstva je nestao. Dok sam bio član Upravnog odbora RTV FBiH, ovaj medij je konstantno morao balansirati između „sdeavovskih“ i „sdpovskih“ firmi kako bi zadržao marketinške ugovore. Bilo je slučajeva kada je BH Telekom odbijao da produži ugovor zbog kritički nastrojenog priloga u emisiji „60 minuta“. Ili obrnuto, urednik te emisije je bio jednom suspregnut da objavi nešto dok se na zaključi ugovor. U suštini, u BiH su ovakvi ekonomski pritisci na medije često politički motivisani. Ipak, postoji i niz više-manje čistih ekonomskih pritisaka u vidu insistiranja na podršci ili barem na odsustvu kritike. Komercijalne kompanije to ne rade samo kroz ucjene za oglašavanje, već često imaju za metu same novinare koji zbog niskih

Određena vrsta pristrasnosti nije karakteristična samo za tri konstitutivna naroda nego i za ideju tzv. bosanstva koju posebno baštini građanska opcija. Netolerancija, prema drugačijem, isključivi pristupi prema državi BiH, što naizgled djeluje prihvatljive nego nacionalne opcije, kao i autocenzura su prisutni i na tako profilisanim medijima. Rješavanje ovog problema je moguće samo otopljavanjem ukupnih etnonacionalnih i političkih suprostavljanja u BiH. U tom pravcu trenutno ne ide.

28.08.2017.

Izveštaj Institucije ombudsmana BiH: Stanje u medijima gore nego ranijih godina

22.08.2017.

ECPMF nudi pravnu pomoć novinara koji rade u Evropi

16.08.2017.

Milinović: RTRS podržava ideju o snimanju filma o Radovanu Karadžiću

16.08.2017.

Samostalni sindikat radnika BHRT-a: Upravni odbor nije ispunio obećanje, situacija je katastrofalna

30.07.2017.

Izveštaj EBU: Javni servisi za informisanje suočavaju se sa „savršenom olujom“

29.07.2017.

Vijeće Evrope pozvalo zemlje članice da prepoznaju „pravo zvizdača“

23.06.2017.

Vijeće za štampu: Za mnoge medije u BiH se ne zna ko su vlasnici

Konkursi

ATV Banjaluka traži kamermana, realizatora programa i grafičkog dizajnera. **Rok za prijavu je 08.09.2017.**

[Detalji](#)

Univerzitet Columbia nudi Dart Ochberg stipendije koje omogućavaju svim zainteresovanim prisustvo seminaru u oblasti novinarstva. Stipendijski program će trajati od 15. do 20. januara 2018. godine i održaće se u Njujorku. **Rok za prijavu je 22.09.2017.**

[Detalji](#)

Iz Generalnog konzulata Srbije u Banjaluci saopšteno je da je počeo novi ciklus prijavljivanja na javni poziv za praksu novinara iz regiona, namijenjenu pripadnicima srpske zajednice koji deluju u okviru srpskih medija ili organizacija i udruženja. **Rok za prijavu je 01.10.2017.**

[Detalji](#)

Content developer/marketing text writer. **Rok za prijavu je 01.10.2017.**

[Detalji](#)

Fondacija Novi Vidici, Sarajevo objavljuje oglas za poziciju kamermana i montažera u fondaciji. **Rok za prijavu je 20.09.2017.**

[Detalji](#)

plata pristaju da za mali honorar napišu tekst ili naprave prilog koji ima promotivne elemente. Teško se otkriva i teško je dokazivo.

Kako je moguće protiv ovakvih stvari boriti se, odnosno nadvladati ih? Vrlo teško. Samocenzura je vezana za duboke etničke i političke preferencije koje postoje u BiH. Određena vrsta pristrasnosti nije karakteristična samo za tri konstitutivna naroda nego i za ideju tzv. bosanstva koju posebno baštini građanska opcija. Netolerancija, prema drugačijem, isključivi pristupi prema državi BiH, što naizgled djeluje prihvatljive nego nacionalne opcije, kao i autocenzura su prisutni i na tako profilisanim medijima. Rješavanje ovog problema je moguće samo otopljanjem ukupnih etnonacionalnih i političkih suprostavljanja u BiH. U tom pravcu trenutno ne ide.

Jedno od zapadnih rješenja za brorbu protiv klijentelizma je konstruktivna edukacija studenata novinarstva koji bi sa više svjesnosti i odgovornosti nakon fakulteta ušli u profesiju. No, evo nekoliko elemenata kvantitativne situacije sa ovim vidom obrazovanja koji su objavljeni u [analizi](#) Medijskih inicijativa koja govori o obrazovanju novinara u BiH. Nakon rata je došlo do ekspanzije odsjeka na fakultetima koji obrazuju novinare. Najveći je Odsjek žurnalistike FPN u Sarajevu, koji upisuje svake godine 120 studenata, od čega je 40 onih koji se školuju uz rad. Katedra za žurnalistiku Filozofskog fakulteta u Istočnom Sarajevu upisuje godišnje 30 studenata, Katedra za novinarstvo i komunikologiju FPN u Banja Luci 50, Odsjek za žurnalistiku Filozofskog fakulteta u Tuzli 45. Mostar je jedini grad u BiH koji ima dva univerziteta, što je rezultat duboke podijeljenosti grada između Hrvata i Bošnjaka koji su tamo većinski narodi. Tako Odsjek za novinarstvo Filozofskog fakulteta u Mostaru upisuje 40, a Odsjek komunikologije Fakulteta humanističkih nauka u Mostaru 70 studenata.

Dalje se u analizi navodi da postoje i dva privatna fakulteta – Komunikološki fakultet u Banja Luci, koji upisuje 100 studenata na odjel komunikologije te Katedra za informatiku i komunikologiju Fakulteta društvenih znanosti u Međugorju, koja ima malu grupu do 10 studenata. Ovoliki broj žurnalističkih fakulteta odnosno odsjeka novinarstva nije rezultat stvarnih potreba medija i komunikacijskih institucija, već je posljedica atomizacije države na entitete i kantone, ali još više je posljedica etničke isparcelisanosti države. Može se reći da svaka vlast odnosno etnička politička struktura školuje za sebe „svoje“ novinare.

Dakle, svake godine u BiH se upiše ukupno 465 budućih novinara odnosno onih koji trebaju da postanu profesionalni komunikatori. Godišnje diplomira, kako na kojem fakultetu, od 30 do 70 posto apsolvencata što je ukupna brojka oko 200 studenata. Po procjenama Media plan instituta, još toliko studenata sa drugih fakulteta se odluči da se isproba u novinarskim i PR vodama, tako da je na tržištu formalno svake godine 400 onih koji traže, ili koji bi mogli obavljati posao profesionalnih komunikatora. U tolikoj konkurenciji vrlo je teško naći posao. Ovi mladi ljudi, i ako ga nađu, pristaće bez obzira kakvo obrazovanje imali, na političke kompromise u redakcijama, ili služenje političkim ciljevima medija. Obzirom da će imati male plate (samo tri medija, i to strana, imaju natprosječne plate u BiH (dakle, više od 827 KM). U ovo se ne računaju glavni urednici. Mnogi od njih će biti spremni da za sto maraka bar malo friziraju tekst u cilju promocije neke kompanije odnosno aktivnosti njenog PR-a.

Zaključak može biti da se napredak na ovom polju može ostvariti uz više tolerancije i više novca (često jedno uzrokuje ili generiše drugo). Trenutno nismo na liniji povećanja ni jednog ni drugog. Ali gore od toga može biti samo da se prestanemo za to boriti.

Najava događaja

- Radionica za novinare/ke i predstavnike/ce civilnog društva iz Iraka i Sirije: **“Novinarski doprinos obnovi mira, pomirenju i toleranciji u društvu”**, Sarajevo, 13-19. septembra 2017.

- Komunikacijski trening u okviru **Regionalne platforme Zapadnog Balkana za zagovaranje medijskih sloboda i bezbjednosti novinara**, Priština, septembar 2017.

Linija za pomoć novinarima

Aktuelni slučajevi:

1. Dragan Bursać, slobodni novinar, zbog objavljivanja teksta pod nazivom „Slavi li Banja Luka srebrenički genocid“ dobio prijetnje smrću. Udruženje BHN i Linija za pomoć novinarima uputili su prijavu napada Ministarstvu unutrašnjih poslova RS. Predmet je istražen od strane MUP RS-a.

2. Leila Kurbegović, novinarka TVSA, spriječena u obavljanju novinarskih zadataka na posthumnoj izložbi slikara Mersada Berbera u sarajevskoj Vijećnici. Njena priča o događaju u Vijećnici je cenzurirana od strane uredništva. Linija za pomoć novinarima pružila je pravno savjetovanje kolegici Kurbegović. Iz FMHL upućeno je protestno pismo direktoru JP TVSA kao i odgovor na dopis o izjašnjanju povrede radne etike novinarke Kurbegović. U odgovoru koji je stigao iz TVSA potvrđeno je da će kolegica Kurbegović biti sankcionirana za povredu radne etike.

3. Eldin Hadžović, slobodni novinar, dobio je prijetnje smrću putem društvene mreže Facebook, zbog objave komentara na tekst „Selamun Alejkum pederdefendija“. Linija za pomoć novinarima uputila je dopis MUP KS-a.

4. Sunčica Šehić, novinarka TVSA, trpila politički pritisak od strane direktora TVSA Elvira Resića, a nakon objavljenog priloga o redukciji vode u Sarajevu. Novinarke Šehić je onemogućen rad isključivanjem intereneta na radnom mjestu. Linija za pomoć novinarima obratila se direktoru TVSA Elviru Resiću protestnim pismom.

5. Emir Felić, novinar/urednik FENA. Dejan Jazvić, glavni ure-

Istraživačko novinarstvo luksuz za bh. medijske kuće koje zavise od oglašavanja

Piše: *Belma Buljubašić*

U teoriji učimo da informacijsko-komunikacijski sistemi trebaju biti oslobođeni bilo kakvih političkih i ekonomskih utjecaja i pritisaka, što naravno treba da predstavlja garant neovisnosti medija. Međutim, šta nam kazuje praksa? Mediji su opterećeni raznim problemima, a sam novinarski rad je ozbiljno ugrožen. Osim sve izraženijih političkih pritisaka na medije, bosanskohercegovački mediji su odavno i pod pritiskom oglašivača, koji imaju sve više utjecaja na (ne)objavljivanje medijskih sadržaja. Mediji pristaju na razne nepovoljne kompromise, a sve u cilju obezbjeđivanja finansija, jer uposlenici/e moraju živjeti od nečega.

Ovaj negativni trend nije nikakav izuzetak u Bosni i Hercegovini, prije bismo ga mogli nazvati globalnim trendom o čemu pišu i vodeći/e svjetski/e autori/ce iz oblasti komunikologije, kao i domaći/e i autori/ce iz regiona.

Većina medija zavisi od oglašivača, izuzmemo li velike međunarodne televizijske stanice koje imaju sjedišta u našoj državi (Al Jazeera Balkans, N1) ili ako su direktno finansirani iz političkih centara, što je opet teško dokazivo ili od grantova koje daju međunarodne organizacije. Oglašavanje je neophodno da bi većina medija opstala, a najviše prihoda dolazi upravo od oglašivača. To važi za sve vrste medija, i tradicionalne i online. Rijetki štampani mediji u Bosni i Hercegovini odavno ne mogu računati na tiraž kao glavno sredstvo finansiranja, jer na medijskom tržištu štampani mediji odavno bilježe pad čitanosti.

Zavisnost medija od oglašivača je svakako jedan od vodećih razloga za sve manji broj istraživačkih tekstova i manjak ozbiljnog profesionalnog novinarstva. Utjecaj oglašivača na medije odražava se i na gubitak medijskog kredibiliteta, jer u ovom slučaju mediji prestaju raditi za javni interes i odbijaju objavljivati sadržaje koji na bilo koji način ukazuju na negativne pojave u firmama, kompanijama i institucijama koje se oglašavaju u medijima. Egzistencijalni problemi u medijima dovode medije do sluganskog odnosa prema finansijskim centrima.

Međutim, u samom procesu oglašavanja, marketinške agencije postaju glavni akteri pravila igre. Ukoliko neki medij negativno piše o poslovanju određene marketinške agencije, agencije su te koje otkazuju ugovore.

Štampani politički sedmičnik Slobodna Bosna, čitan u oba bh. entiteta od 01.01.2016. godine prestao je izlaziti u ovom formatu i preseljen je na digitalnu platformu.

Novinarka Slobodne Bosne Suzana Mijatović naglašava da je problem sa manjkom oglašivača i doveo do gašenja papirnatog izdanja ovog lista.

„Oglašivači su bili glavni izvor finansiranja ovog lista“, govori Mijatovićeva i navodi jedan od primjera na koji način marketinške agencije reaguju na objavljivanje sadržaja koji im nisu po volji. „Nakon pisanja o aferi Gibraltar u kojim sam pisala o sumnjivim poslovnim aktivnostima vlasnika marketinške agencije S.V.- RSA Nevena Kulenovića sa JP HT Mostar, povučena nam je dogovorena reklama za Chevrolet. Sve je bilo dogovoreno, međutim nakon objavljivanja teksta, javili su nam da reklama neće ići.“

Veze između političkih moćnih i agencija koji nastoje kontrolisati medijski sektor često su skrivene. „Teško je dokazati i utvrditi ko je s kim uvezan“, naglašava Suzana Mijatović navodeći primjer kada je jedna od marketinških agencija kao razlog zašto higijenske proizvode ne želi oglašavati u Slobodnoj Bosni navela da je ovaj magazin namijenjen muškoj populaciji. „Taj potpuno besmisleni razlog je valjda trebao ukazati da žene samo čitaju modne časopise ili časopise o ljepoti i zdravlju, te da se ne bave politikom“, navodi Mijatovićeva.

Istraživačko novinarstvo odavno zavisi od međunarodnih grantova. Ovi grantovi osim što obezbjeđuju egzistenciju za novinare, omogućavaju novinarima i da istražuju o ozbiljnim društvenim problemima, korupciji, nezakonitim poslovanjima, itd.

Online magazin Žurnal (zurnal.ba) jedan je od rijetkih medija koji se bavi istraživačkim novinarstvom. Novinar ovog portala Semir Mujkić navodi da je upravo bavljenje ovom vrstom novinarstva rezultiralo i nezainteresovanošću oglašivača za ovaj portal. „Najveći oglašivači u državi su državne firme, a mi smo o gotovo svakoj pisali i istraživali članove uprave, tako nemamo ni reklama“, navodi Mujkić.

Mujkić naglašava da kao novinar i ne razmišlja o oglašivačima, jer radi u redakciji koja trenutno nema niti jednu plaćenu reklamu. „Od kada je Žurnal osnovan 2009.



dnik FENA-e koji je imenovan za člana Upravnog odbora te novinske agencije, prijetio je novinari-ma Emir Felčiću i još dvojici kolega zbog prijave nezakonito izabranih članova UO. Udruženje BHN i Linija za pomoć novinari-ma uputili su pismo Vladi Federacije BiH u kom se od vlade traži izjašnjenje o slučaju izbora članova UO Federalne novinske agencije.

6. Josip Šimić-Đinđić, novinar portala Dnevno.ba. Na press konferenciji koja je održana 23.08.2017. godine državni ministar sigurnosti Dragan Mektić javno je iznio lične podatke novinara Šimića. Udruženje BHN i Linija za pomoć novinari-ma pružili su pravni savjet novinaru Šimiću. Upućena su pisma glavnoj tužiteljici Kantonalnog tužilaštva Sarajevo i policijskoj stanici Pale u vezi sa prijetnjama koje je Šimić dobio putem društvene mreže Facebook. Pismo je upućeno i Državnoj agenciji za istrage i zaštitu (SIPA) zbog saslušanja Šimića u prostorijama Agencije.

klama a ne u redakciji koja se finansira od donacija”, prisjeća se Mujkić početaka svoje novinarske karijere i situacije u mediju u kojem trenutno radi.

Ovakav odnos oglašivača prema medijima dovodi do jačanja i cenzure i autocenzure, jer su novinari/ke svjesne da im egzistencija može biti dovedena u pitanje ukoliko “otvore” nepoželjne teme a koje su u vezi sa oglašivačima.

Sa tvrdnjom da odnos oglašivača prema medijima snažno učvršćuje cenzuru, slaže se i Semir Mujkić. “Ne tvrdim da novinari koji razmišljaju o oglašivačima na taj način i rade svoje tekstove ali smo svi svjesni da je danas ekonomski uticaj oglašivača na medije najefikasniji način cenzure odnosno ucjenjivanja medija. Zaista cijenim kolege i medije u BiH koji su na tržištu i pokušavaju kvalitetno raditi svoj posao, posebno jer su najveći oglašivači u našoj državi upravo državne firme pod kontrolom stranaka a direktori i rukovodstvo tih firmi su najveći izvor inspiracije za istraživanja i novinarske tekstove.”

Ovakav vid poslovanja oglašivača možemo nazvati i ucjenom. Otprilike, ukoliko se budete ponašali prema našim pravilima, mi ćemo se i oglašavati kod vas. Primjer koji navodi Mujkić oslikava taj odnos. “Mi nikada nismo imali reklamu neke od firmi u državnom vlasništvu i ne vjerujem da ćemo ikada imati jer smo o većini njih, odnosno njihovom rukovodstvu, pisali. Dok je jedna od takvih firmi, u vrijeme našeg istraživanja još uvijek je Vlada Federacije bila najveći pojedinačni dioničar, bila predmet interesovanja novinara Žurnala, ljudi iz marketinga firme čije ime nije toliko bitno ali jeste praksa, su nam ponudili da se oglašavaju na Žurnalu. To smo valjda trebali čitati i na način da ćemo dobiti reklamu ukoliko prestanemo sa istraživanjem. Reklamu nismo odbili ali smo odbili da prestanemo sa istraživanjem. O toj firmi pišemo već godinama. Reklamu nikada nismo dobili.”

Izuzetno je važno za društvo da na ovom prostoru egzistiraju portali koji se bave istraživačkim temama. Međutim, kako navodi i Mujkić, to je luksuz koji Žurnal može sebi priuštiti, s obzirom da ne zavisi od oglašivača, već se finansira od stranih donacija.

Ostaje otvoreno pitanje šta će se desiti sa istraživačkim novinarstvom i redakcijama u kojima se mediji budu zaista htjeli baviti novinarstvom, a ne pristajati na nove forme koji idu na štetu javnog mnijenja, čineći ga apolitičnim i nesposobnim za bilo kakvo aktivnije političko učešće ili rasuđivanje.

Iako nam se često servira priča kako se mediji povode za željama publike, pa otuda i poplava tabloidnih sadržaja i senzacionalizma umjesto istraživačkog novinarstva, neozbiljno je takvo generalizovanje, jer dio društva i dalje želi čitati i gledati ozbiljne sadržaje. Uostalom, zadaća medija je i da rade na političkom opismenjanju stanovništva i objavljuju ozbiljne informativne i edukativne teme. Ovakav stav većine medija izgleda kao kad bi učitelji/ce prvačićima, kojima je u prvom razredu više do igre nego do škole, dopuštali da cijeli radni dan provedu na igralištu, jer je to njihova želja, a oni im je ispunjavaju.

godine imali smo svega nekoliko, dvije do tri, plaćene reklame na stranici. Na stranici magazina trenutno imamo google oglase od kojih je zarada jedva simbolična i ne može se uopšte smatrati oglašavanjem. O oglašivačima, iskreno, nisam razmišljao niti kada sam radio u printanom dvosedmičnom magazinu niti je to uticalo na moj rad ali vjerujem da svi novinari u BiH razmišljaju ko su oglašivači u mediju u kojem rade. Da budem do kraja iskren, vjerovatno bih i ja danas razmišljao o oglašivačima da radim u redakciji koja ‘živi’ isključivo od re-

Ostaje otvoreno pitanje šta će se desiti sa istraživačkim novinarstvom i redakcijama u kojima se mediji budu zaista htjeli baviti novinarstvom, a ne pristajati na nove forme koji idu na štetu javnog mnijenja, čineći ga apolitičnim i nesposobnim za bilo kakvo aktivnije političko učešće ili rasuđivanje.



DRŽAVA I MEDIJI

Opravljanost državnog intervencionizma u kontekstu političkog paralelizma i komercijalne instrumentalizacije medija

Piše: Anđela Kuprešanin Vukelić

Sintagma državni intervencionizam u sferi medija ne podrazumijeva nužno negativno značenje. Pojedine uloge države u odnosu na medije su poželjne, pa čak i neophodne u smislu sprečavanja negativnih i veoma izraženih savremenih fenomena, poput nekontrolisane koncentracije vlasništva nad medijima, nekontrolisanog upliva inostranog i globalnog medijskog kapitala, neravnopravnog dodjeljivanja dozvola za rad medija i nedovoljno razvijenih mehanizama za sankcionisanje društveno neodgovornih medija. Za svaku od navedenih pojava država ima na raspolaganju mehanizme posredstvom kojih njihove negativne posljedice poput narušavanja slobode medija, neravnopravne i nedovoljno efikasne konkurencije i neodrživosti društveno odgovornih medija, može suzbijati ili ih u izvjesnoj mjeri ublažiti. U tom kontekstu naročito značajna je uloga države kao regulatora ili zakonodavca. Nužnost ove uloge države proističe iz nekoliko razloga. Naime, struktura savremenih medijskih sistema je sve kompleksnija u smislu produkcionog podsistema, odnosno, medijskog kompleksa koji najčešće čine brojni i raznovrsni mediji, kako prema tehnikama komuniciranja na kojima se zasnivaju (štampa, radio, televizija, on-lajn mediji), tako i prema vrsti vlasništva nad medijima (javni, privatni, civilni mediji) i prema načinu upravljanja i njihovog finansiranja. Zatim, strukturu savremenih medijskih sistema dodatno usložnjavaju sve prisutniji društveni subjekti koji na neposredan ili posredan način u većoj ili manjoj mjeri utiču na način funkcionisanja medija, na osnovu čega je sasvim opravdano kvalifikovanje ovih subjekata kao agensa medijskih sistema (organi vlasti, političke partije, vlasnici kapitala, oglašivači, vjerske zajednice, nevladine organizacije i dr.). Interesi navedenih agensa mogu značajno ugroziti autonomiju profesionalnih komunikatora (menadžera medija, urednika i novinara), zbog čega im je neophodno obezbijediti određenu pravnu zaštitu. Takođe, opravdanost uloge države kao regulatora u savremenim medijskim sistemima proističe iz potpune izloženosti medijskih tržišta procesima komercijalizacije, privatizacije i koncentracije medijskog kapitala, koji je nerijetko posredstvom preuzimanja, pripajanja ili zajedničkih ulaganja, povezan sa kapitalom iz druge industrije.

Međutim, za potpuno opravdanu ulogu države kao regulatora neophodno je na državnom nivou donošenje sadržajno kvalitetnih i u novinarskoj praksi korisnih i primjenjivih pravnih propisa, kao i osmišljavanje efektivnih mehanizama sankcionisanja u slučaju njihovog kršenja. Takođe, neophodno je njihovo usklađivanje sa međunarodnim dokumentima u kojima su sadržani univerzalni principi kojima je u većoj ili manjoj mjeri obuhvaćena i sfera medija. Hiperprodukcija medija i medijskih sadržaja, kao jedno od dominantnih obilježja savremenih medijskih sistema iziskuje i veću kontrolu nad njima koja nužno ne podrazumijeva narušavanje njihove autonomije, naročito ako je kontrola usmjerena na vrijednosnu dimenziju medija u smislu njihove društvene opravdanosti, odgovornosti i svrsishodnosti. Hiperponuda medijskih sadržaja i brojnost medija sami po sebi nisu dovoljni za dostizanje medijskih sloboda, niti su relevantni pokazatelji nivoa demokracije pojedinačnih medijskih sistema. Naprotiv, ove pojave nerijetko doprinose narušavanju autonomije medija i profesionalnih komunikatora, jer su oni često primorani na uspostavljanje kompromisa sa prethodno pomenutim agensima, a u svrhu opstanka na izdruženo usitnjenom medijskom tržištu. Ovakav trend često rezultira zastupanjem i promovisanjem interesa moćnih pojedinaca ili organizacija na uštrb javnog interesa. Takođe, jedan od negativnih trendova uzrokovan mnoštvom medija je opadanje kvaliteta medijskih sadržaja, u smislu neopravdano izražene zastupljenosti kratkih, lakih, zabavnih, neupotrebljivih i u vrijednosnom smislu neprihvatljivih medijskih proizvoda.

Sadržajno kvalitetan i primjenjiv normativni okvir, sačinjen od normi različitog stepena obaveznosti (pravne i etičke norme) i normi donesenih na različitim nivoima (norme donesene na međunarodnom nivou, nacionalnom nivou ili norme donesene na nivou pojedinačnih organizacija), jedan je od najvažnijih preduslova za suzbijanje političkog paralelizma u medijskim sistemima i komercijalne instrumentalizacije medija. Obje pojave moguće je tretirati kao

Za potpuno opravdanu ulogu države kao regulatora neophodno je na državnom nivou donošenje sadržajno kvalitetnih i u novinarskoj praksi korisnih i primjenjivih pravnih propisa, kao i osmišljavanje efektivnih mehanizama sankcionisanja u slučaju njihovog kršenja. Takođe, neophodno je njihovo usklađivanje sa međunarodnim dokumentima u kojima su sadržani univerzalni principi kojima je u većoj ili manjoj mjeri obuhvaćena i sfera medija.



fenomene u savremenim medijskim sistemima s obzirom na njihovu sveprisutnost i kao činioce koji značajno ugrožavaju slobodu medija i profesionalnih komunikatora. Na njihov značaj ukazuje i činjenica da je u izučavanju savremenih medijskih sistema, a u svrhu prepoznavanja njihove prirode i karaktera, neizostavno utvrđivanje stepena političkog paralelizma i mjere u kojoj su mediji u njima komercijalno instrumentalizovani. U jednoj od najznačajnijih komparativnih studija medijskih sistema čiji su autori Daniel Halin (Daniel C. Hallin) i Paolo Mancini (Paolo Mancini), politički paralelizam je definisan kao stepen i priroda veze između medija i političkih partija, a u širem kontekstu, kao mjera u kojoj medijski sistem odražava političke podjele društva (2004: 21). Kao najvažnije pokazatelje nivoa zastupljenosti političkog paralelizma u različitim medijskim sistemima ovi autori su izdvojili:

- sadržaj medija, tj. u kojoj mjeri različiti mediji odražavaju različite političke orijentacije kroz sadržaje koje emituju;
- organizacione veze između medija i političkih partija ili drugih vrsta organizacija koje su često povezane sa političkim partijama, poput finansiranja medija od strane političkih organizacija;
- tendenciju profesionalnih komunikatora zaposlenih u medijskim organizacijama da budu istovremeno aktivni u političkom životu
- zapošljavnje medijskog osoblja čija politička opredjeljenja odgovaraju političkoj orijentaciji medijske organizacije;
- pristrasnost medijske publike, podrazumijevajući pod tim tendenciju da pristalice različitih političkih partija koriste medije koji odgovaraju njihovoj političkoj orijentaciji;
- orijentaciju novinarske uloge i prakse od zagovaračkog novinarstva do novinarstva orijentisanog isključivo ka informaciji;
- nivo izolovanosti regulatornih tijela od političkih uticaja;
- model organizovanja i načina upravljanja javnim servisom (Hallin/Mancini, 2004: 28-32).

Neke od navedenih pojava oblika političke instrumentalizacije medija moguće je zakonski regulisati¹ i na taj način doprinijeti njihovom sankcionisanju i postizanju unutrašnjeg pluralizma u okviru svake pojedinačne medijske kuće ili organizacije. Naime, Halin i Mancini interni pluralizam koriste u svrhu označavanja onih medija koji nastoje da izbjegnju institucionalne veze sa političkim grupama i na taj način održavaju neutralnost i „ravnotežu“ u sadržaju koji diseminuju. S druge strane, manje poželjan u kontekstu suzbijanja političkog paralelizma je spoljašnji pluralizam koji navedeni autori definišu kao „pluralizam postignut na nivou medijskog sistema u cjelini, kroz postojanje niza medija ili organizacija koje odražavaju gledišta različitih grupa ili tendencija u društvu“ (Isto: 29). Za sisteme koje odlikuje ova vrsta pluralizma može se smatrati da je u njima zastupljen i visok stepen političkog paralelizma.

Pored političkih partija, sa procesima deregulacije, komercijalizacije i privatizacije medija, kao dominantni agensi u medijskim sistemima pojavljuju se i vlasnici kapitala, koji su nerijetko povezani sa političkim elitama, i oglašivači. Jedan od rezultata navedenih procesa je osnivanje mnoštva privatnih medija koji prema načinu finansiranja i funkcionisanja odgovaraju profitno-komercijalnom modelu, što istovremeno podrazumijeva uslovljenost njihove ekonomske održivosti prihodima od strane oglašivača. Njihovi pritisci na uređivačku politiku medija mogu biti veoma izraženi na medijskim tržištima koja karakterišu neproporcionalan odnos broja medija i veličine medijskog tržišta, netransparentni i neravnopravni vidovi subvencionisanja medija od strane države, ali i neadekvatna pravna zaštita medija i profesionalnih komunikatora od spoljašnjih pritisaka.² Pronalaženje i uspostavljanje balansa između

Za potpuno opravdanu ulogu države kao regulatora neophodno je na državnom nivou donošenje sadržajno kvalitetnih i u novinarskoj praksi korisnih i primjenjivih pravnih propisa, kao i osmišljavanje efektivnih mehanizama sankcionisanja u slučaju njihovog kršenja.

1 Npr. uspostavljanje profesionalnog modela javnog servisa naspram modela vlade, modela parlamentarne ili proporcionalne zastupljenosti i „korporativnog“ modela; osnivanje regulatornih organa koji su organizovani kao nezavisne javne agencije i čije se rukovodstvo bira isključivo prema stepenu stručnosti za ovu oblast nasuprot regulatornih organa koji funkcionišu pod dominantnim uticajem vladajućih političkih partija i u skladu sa njihovim interesima, što se ostvaruje kroz izbor politički podobnog rukovodstva; zabrana angažmana visokopozicioniranih političkih aktera u sektoru medija i suprotno.

2 Oblici komercijalne instrumentalizacije medija kreću se od veoma izraženih i direktnih, poput postavljanje uslova od strane oglašivača da mediji putem kojih oni reklamiraju svoje proizvode ili usluge ne plasiraju sadržaje koji bi mogli na bilo koji način ugroziti prodaju njihovih proiz-

Jedna od neizostavnih pretpostavki za osnivanje i opstanak slobodnih i društveno odgovornih medija, tj. medija orijentisanih ka javnom interesu, a ne ka interesima pojedinaca ili pojedinih organizacija, je donošenje i revidiranje sistemskih zakona koji se odnose isključivo na regulisanje medijskog sistema, polazeći od regulacije pretpostavki na kojima on nastaje i na kojima se zasniva, do regulacije ishoda njegovog postojanja, tj. javnog komuniciranja posredovanog medijima.

zadovoljavanja javnog interesa i očuvanja ugleda, s jedne strane, i postizanja ekonomske održivosti medija, s druge strane, danas je jedan od najznačajnijih zahtjeva koji se postavlja pred menadžere medijskih organizacija.

U zavisnosti od nivoa zastupljenosti političkog paralelizma i komercijalne instrumentalizacije medija u simbiozi sa drugim indikatorima prirode i karaktera medijskih sistema konfigurisali su se različiti modeli medijskih sistema. Iako su tipologije modela medijskih sistema brojne i raznovrsne, izvjesno je da medijski sistemi sa izraženim trendom politizacije medija ili njihove orijentacije isključivo ka sticanju profita, ne pripadaju modelu u kojem dominiraju slobodni i društveno odgovorni mediji. Jedna od neizostavnih pretpostavki za osnivanje i opstanak slobodnih i društveno odgovornih medija, tj. medija orijentisanih ka javnom interesu, a ne ka interesima pojedinaca ili pojedinih organizacija, je donošenje i revidiranje sistemskih zakona koji se odnose isključivo na regulisanje medijskog sistema, polazeći od regulacije pretpostavki na kojima on nastaje i na kojima se zasniva, do regulacije ishoda njegovog postojanja, tj. javnog komuniciranja posredovanog medijima. Sistemskim zakonima se reguliše „javno komuniciranje kao društveni odnos, zatim tehničke pretpostavke funkcionisanja sistema, uslovi za rad medija, međunarodni odnosi u javnom komuniciranju, interakcija profesionalnih komunikatora i ostalih društvenih subjekata, stepen moguće komercijalizacije javnog komuniciranja, itd“ (Miletić, 2014: 12). Njihov sadržaj i stepen njihove efektivne primjene značajni su parametri za definisanje prirode i karaktera određenog medijskog sistema.

Izvori:

1. Halin, C. D./Mancini, P. (2004). Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press.
2. Miletić, M. (2014). Struktura i dinamika medijskog sistema Srbije. Beograd: Jasen.

—

Mediji između politike i tržišta – biti objektivni ili likvidan?

Piše: Šejn Husejnefendić

Objektivno novinarstvo u Bosni i Hercegovini suočava se sa mnogim izazovima. Jedan od njih jeste narastajući trend finansiranja medija iz sredstava javnih prihoda – u prevodu, općinskih, gradskih i kantonalnih budžeta. Takav trend ima negativne posljedice ne samo po reputaciju medijskih kuća nego i na samu objektivnost i pristrasnost medija koji, u utrci za sredstvima i o(p)stankom na medijskoj sceni, često moraju pogledati u drugu stranu kada je riječ o profesionalnom izvještavanju o radu onih od kojih su dobili finansijske subvencije. Pod posebnim pritiskom se nalaze male medijske kuće sa skromnim materijalno-tehničkim mogućnostima i ograničenim ljudskim resursima koje, u surovoj borbi sa većim medijima, nemaju priliku privući pažnju većih i moćnijih oglašivača.

U proteklih 5 godina općina/grad Tuzla je iz budžeta izdvojila 305 000 KM za dodjelu sredstava medijskim subjektima sa područja grada Tuzle. Praksa dodjele novčanih sredstava se pokazala uspješnom za gradsku vlast koja, prema neformalnim izvorima, nije (u većoj mjeri) predmet kritike u medijima nego opaske uglavnom dolaze iz komentara posjetilaca portala koji otvoreno pričaju o zataškavanju činjenica, spinovanju informacija i dezavuiranju javnosti u vezi sa pitanjima od javnog značaja. Iako urednici i vlasnici medija ne žele direktno priznati ikakav vid pritiska sa nivoa vlasti koji ih finansiraju opravdano je postaviti pitanje: da li se na (medijskom) tržištu može ostvariti značajan novčani priliv a da zauzvrat (mediji) ne moraju vratiti uslugu? Podsjetimo, istraživanje iz 2012. godine koje je obuhvatilo osam (tada) najposjećenijih lokalnih portala na području Tuzlanskog kantona pokazalo je da je njih pet apliciralo na grantove ili javne pozive za sufinansiranje rada medija a da je polovina i dobila sred-

voda ili usluga, do nešto indirektnijih vidova uticaja oglašivača na selekciju medijskih sadržaja i načina njihovog objavljivanja.



Legalizovana korupcija u vidu javne podrške medijima kroz grantove, javne pozive i konkurse kojima svi nivoi vlasti žele “pomoći objektivno i profesionalno medijsko izvještavanje” veliki je problem radu medija. Nivoi vlasti koji plate određenim medijima (legalno, kroz javni poziv/konkurs/grant) za “objektivno i profesionalno” izvještavanje imaju direktnu korist jer su (naravno, neformalno) kupili njihovu šutnju ili barem značajno otupili njihovu kritičku oštricu.

Impressum

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

stva. Tada su urednici i novinari priznali da je pritisaka na uređivačku politiku bilo (negdje više a negdje manje). Polovina portala je priznala da je bilo ponovljenih pritisaka u vezi sa objavljenim medijskim sadržajem dok su tri portala morali nekoliko puta ukloniti ili korigovati svoj sadržaj.

Ko kome koliko i zašto daje javni novac?

U tekućoj 2016. godini grad Tuzla je podijelio ukupno 50 000 KM medijskim kućama na području grada Tuzle. Više od polovine sredstava su dobili mediji koji su i inače, protekle 3 godine, dobivali javna sredstva. Prednjači RTV Slon sa 15 000 KM a potom dva portala – String d.o.o. Tuzlarije sa 7000 KM i tuzlanski.ba sa 9000 KM. Iste tri medijske kuće su imale najznačajnije finansijske subvencije i u minuloj 2015. godini s tim da je RTV7 te godine bila druga najviše finansijski potpomognuta medijska kuća sa područja grada Tuzla. Protekle godine su web portali dobili oko polovinu od ukupnog iznosa sredstava predviđenih javnim pozivom dok su ove godine od 50 000 KM web portali dobili više od 30 000 KM. To je indikator rasta značaja informativnih web portala koji i dominiraju kao izvori informiranja za građane Tuzle (ako ne po značaju i utjecaju onda definitivno po posjećenosti i aktuelnosti). Javni novac – legalno podijeljen iz budžeta grada Tuzle – informativnim portalima i drugim medijskim kućama predstavlja loš primjer prakse koja više nije čak ni novost u bosanskohercegovačkoj medijskoj realnosti. Ta se praksa – s pravom – u medijskim krugovima naziva legalizirana korupcija. Urednici, novinari i ostali zaposleni u medijskim kućama koji ostvare sredstva na taj način čak i ne smatraju da rade nešto loše; tako urednik jednog od portala (identitet poznat autoru) koji je dobio novac na javnom pozivu za dodjelu sredstava kaže kako „biti režimski mediji danas nije sramota“ i da „tržište nikog ne pita i nema milosti pa su stoga sve sredstva dozvoljena“.

Kako riješiti problem?

Legalizovana korupcija u vidu javne podrške medijima kroz grantove, javne pozive i konkurse kojima svi nivoi vlasti žele “pomoći objektivno i profesionalno medijsko izvještavanje” veliki je problem radu medija. Nivoi vlasti koji plate određenim medijima (legalno, kroz javni poziv/konkurs/grant) za “objektivno i profesionalno” izvještavanje imaju direktnu korist jer su (naravno, neformalno) kupili njihovu šutnju ili barem značajno otupili njihovu kritičku oštricu. Ako to stavimo u kontekst zajedno sa proliferacijom novih medija (portala u prvom redu) te veoma kompleksnom i turbulentnom medijskom situacijom definiranom insuficijentnim medijskim kapitalom (ali i specifičnostima bh tržišta) teško je govoriti o nezavisnim medijima. Medij može zadržati nezavisnost (od utjecaja nivoa vlasti) na samom početku dok je nov, recentan i nekorumpiran. O neovisnosti medija i zdravoj medijskoj politici možemo govoriti uglavnom ako kapital odnosno sredstva za rad dolaze izvana (recimo Al Jazeera) gdje ne postoji potreba da se aplicira na grantove i javne pozive. Mnogi mediji nemaju takav način funkcioniranja i finansiranja i stoga polako ali mjerljivo tonemo u jednu vrstu medijskog mraka. Medijska promjena mora doći iznutra (iz medijskih kuća) i podrazumijeva postojanje kritične mase koja je spremna podnijeti žrtve kratkoročno da bi dugoročno mediji profitirali od ponovo aktuelizirane i reafirmirane uloge koju imaju u društvu uopšte. Svakako, javni novac može ostati vid finansiranja za medijske kuće što ne mora nužno biti loša odluka. Okvirni zakon o medijima ili kreiranje nove medijske politike bi mogao pomoći ukoliko bi zakon sadržavao odrednice koje će na veoma transparentan rad (kroz analizu nezavisnih posmatrača npr) pratiti koliko su izvještavanje, kritička analiza i objektivnost rada u korelaciji sa finansiranjem sa nekog nivoa vlasti. Ukoliko bi mediji zadržali svoju objektivnost i njihov profesionalan rad ne bi bio ugrožen činjenicom (i imanentnim pritiscima) da su dobili sredstva sa nekog nivoa vlasti (u što moramo biti jako skeptični) model koji za sada funkcionira bi mogao imati budućnost u kojoj se medijima vjeruje iako su finansirani iz budžeta javnih prihoda.