



Sadržaj

Događaji

Saopćenja za javnost

Mediji o medijima

Konkursi

Linija za pomoć novinarima

Mediji u BiH između vlastite slobode i javnih finansija

Piše: *Žarko Marković*

Netransparentnost u medijskom sektoru na štetu publike i medijskih profesionalaca

Piše: *Brankica Spasenić*

Ja, novinar u Bosni i Hercegovini – radni, socijalni i profesionalni položaj novinara unutar medijskog tržišta

Piše: *Enita Čustović*

Manipuliranje lokalnim medijima pomoću financija

Piše: *Sanja Tirić*

(Ne)transparentnost u lokalnim medijima

Piše: *Slobodan Kovač*

Javni servisi na rubu demokratije

Piše: *Mirza Mehmedović*



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.

Mediji u BiH: Između borbe za opstanak i naloga finansijera

Prognoze za budućnost u kontekstu mogućnosti finansiranja medija u Bosni i Hercegovini ne čine se nimalo optimističnim. Prema procjenama stručne zajednice, vrijednost tržišta oglašavanja u našoj zemlji je sve manja iz godine u godinu, a veliki oglašivači privatnog vlasništva posljednjih godina pažljivo razmatraju kako će da potroše novac predviđen na marketing obzirom na upitnost kredibiliteta dostupnih podataka o publici.

Rijetke su medijske kuće u BiH koje uspijevaju osigurati vlastita sredstva za normalno funkcionisanje. Njihov opstanak i rad često zavise od volje lokalnih zvaničnika i donosilaca odluka o direktnom finansiranju ili dodjeli grantova medijima. Pozicija finansijske ovisnosti, koja uvijek u sebi sadrži i zahtjeve političke odanosti i služenja određenim političkim, nacionalnim, ekonomskim ili drugim lobijima a ne javnosti, dovodi u pitanje javni ugled medija, njihovu vjerodostojnost i povjerenje građana u medijske sadržaje koje objavljuju.

Procjene nevladinog sektora su da se iz javnih budžeta godišnje izdvaja desetina miliona maraka za medije i medijske sadržaje, a da pritom nije omogućen adekvatan uvid javnosti u dodijeljene iznose i u procedure dodjele tih sredstava. Ukoliko ove transakcije nisu u potpunosti transparentne, odnosno ukoliko ne postoje jasno utvrđeni kriteriji za dodjelu javnih sredstava medijima, štetne posljedice trpe medijski profesionalci i objektivno izvještavanje, ali i društvo u cjelini. Istraživanje koje je provedeno u okviru projekta „Mediji i javni ugled“¹ pokazalo je kako u BiH ne postoje javno dostupni i jasni kriteriji za dodjelu sredstava medijima iz javnih budžeta niti je pouzdano moguće utvrditi koliko novca pojedinačno dobijaju medijske kuće.

Neizostavan i centralni akter medijskog tržišta BiH je javni servis, čija je javna komunikacija prepuštena velikim dijelom htijenjima vanjskih faktora (uglavnom političkih), dok interes građanina, kao glavnog finansijera, nije prepoznat kao faktor očuvanja nezavisnosti javnog emitovanja. Stalna privatizacija javnih servisa i ukupnog sistema javne komunikacije kroz političko upravljanje ostavlja javni interes na marginama djelovanja javnih emitera.

O navedenim problemima, u 56. broju E-novinar biltena publiciramo tekstove koji su ujedno doprinos javnoj raspravi sa ciljem kreiranja prijedloga zakona o transparentnosti vlasništva i finansiranja medija te uređenja tržišta oglašavanja. Autori tekstova su novinari iz Banjaluke **Žarko Marković** i **Brankica Spasenić**, slobodna novinarka iz Mostara **Sanja Tirić**, novinar iz Foče **Slobodan Kovač**, mr. sc. **Enita Čustović** sa Fakulteta političkih nauka UNSA, te doc.dr. **Mirza Mehmedović** sa Filozofskog fakulteta Univerziteta u Tuzli.

Arman Fazlić, urednik E-novinar

¹ Projekat „Mediji i javni ugled“ realizuje Konzorcij koji čine: Udruženje/udruga BH novinari, Fondacija Media centar, Vijeeće za štampu i online medije u BiH i NVO JaBiHEU.



Mediji u BiH između vlastite slobode i javnih finansija

Kupovina mira i stabilnosti

Velike medijske sisteme sve je teže finansirati, a u najgorem položaju je štampa. Proizvodnja novina postala je izuzetno skup posao, a niko ne garantuje da će uloženi novac biti vraćen, kako zbog pada tiraža, tako i zbog smanjenih prihoda od marketinga. Imajući u vidu da velike privatne kompanije posljednjih godina pažljivo vagaju kako će da potroše novac predviđen na marketing, prognoza za predstojeći period nimalo nije optimistična, ne samo u štampi. Iz tog razloga finansiranje medija državnim parama ostaje, na žalost, gotovo pa jedina opcija.

Piše: Žarko Marković

Prije mjesec i po dana na poslovnom portalu capital.ba objavljen je tekst pod naslovom „Kako stranke finansiraju kampanju iz budžeta lokalnih zajednica“. U tekstu je napravljen uporedni presjek planova javnih nabavki pet gradova u Republici Srpskoj u prošloj i ovoj godini, sa posebnim naglaskom na infrastrukturne projekte te izdvajanja za medije.

Utvrđeno je da su Banjaluka, Doboj, Prijedor, Bijeljina i Trebinje redom ove godine povećali budžete za asfaltiranje i javnu rasvjetu i da će pod svojevrstnim motom „Asfaltiraj, obasjavaj i zovi medije da to proprate“, samo iz budžeta ovih pet gradova na račune medijskih kuća u Srpskoj biti uplaćeno oko 400.000 maraka i to bez Banjaluke i Trebinja koji podatke o davanjima medija još nisu objavili.

Na ovaj način se budžeti lokalnih zajednica direktno stavljaju u službu političkih partija u izbornoj godini, jer ima li bolje prilike za promociju od presjecanja svečane trake, razvijanja šatora, nabijanja par prasića i jagnjica na ražanj (ponegdje i cijelog vola ispeku) što je sve prateći folklor za otvaranje cijelih 1,2 kilometra novoasfaltiranog puta koji će dramatično da olakša život lokalnim mjesnim zajednicama.

Takav pristup i dalje ima prolaz kod birača iako tim novim putevima građani uglavnom odlaze iz ove zemlje. Riječ je o stvari koja je za obične građane prilično opipljiva, odnosno „dokazuje“ da vlast nešto radi u njihovu korist, još ako se pod šatorom najedu i napiju, glasovi sami dolaze na birališta.

U ovom tekstu, dakle, obrađeno je samo pet lokalnih zajednica i njihovi planovi samo u 2018. godini. Stvari na višim nivoima izgledaju mnogo ozbiljnije i u pitanju su mnogo veće cifre, a novac za medije ne usmjera se samo iz budžeta, nego i iz velikog broja javnih preduzeća koja su potpuno pod kontrolom vladajuće garniture.

Prema nedavnom izvještaju Media-centra Sarajevo, javni sektor godišnje izdvaja desetine miliona maraka za medije i medijske sadržaje, a da pritom nije omogućen adekvatan uvid javnosti u dodijeljene iznose i u postupke dodjele tih sredstava.

Prema nedavnom izvještaju Media-centra Sarajevo, javni sektor godišnje izdvaja desetine miliona maraka za medije i medijske sadržaje, a da pritom nije omogućen adekvatan uvid javnosti u dodijeljene iznose i u postupke dodjele tih sredstava.

Događaji

29.06.2018.

Novinari u Zenici: Stečajni postupak kao model za legalnu političku kontrolu javnih lokalnih medija

23.06.2018.

Završen trening za novinare i aktiviste iz Sirije i Iraka o izvještavanju i tranzicijskoj pravdi

21.06.2018.

Uz podršku EU do urednijeg oglašivačkog tržišta u BiH

12.06.2018.

Bihać: Upitna zakonitost imenovanja upravnih tijela javnih medija

Saopćenja za javnost

29.06.2018.

Regionalna platforma oštro osuđuje prijetnje i pritiske upućene novinarkama i rukovodstvu RTV USK

29.06.2018.

BHN Klub novinara Banjaluka: Predsjednik RS izjavama etiketira i ugrožava bezbjednost novinara

23.06.2018.

Protest zbog političkih pritisaka na rukovodstvo i novinare RTV USK

12.06.2018.

Organizacije civilnog društva: Najava donošenja Zakona o stranim donacijama prijetnja po slobodu udruživanja i izražavanja

Mediji o medijima

28.06.2018.

[Zapadni Balkan: Javni medijski servisi potpisali memorandum o razumijevanju](#)

20.06.2018.

[Javni servisi BiH kriju podatke o naplati RTV takse dok je sistem naplate nezakonit](#)

14.06.2018.

[EU povećava budžet za Zapadni Balkan 20 odsto](#)

Konkursi

[Online Magazin NEWSBLIC traži novinara \(m/ž\). Rok za prijavu je 4. juli 2018.](#)

[Otvorene prijave za BIRN ljetnu školu istraživačkog novinarstva. Rok za prijavu je 15. juli 2018.](#)

[UNESCO poziva profesionalne fotografe da prijave svoje radove na konkurs za fotografiju koja ilustruje novinarski posao. Rok za prijavu: 15. juli 2018.](#)

Odnos snaga praktično tjera tradicionalne medije da novac za vlastiti opstanak potraže u javnim preduzećima i budžetima države, entiteta i lokalnih zajednica. A to onda stvara začarani krug zavisnosti jer teško je očekivati da medij koji praktično živi od sredstava iz javnih kompanija profesionalno ukazuje na nepravilnosti ili čak kriminal u njihovom radu.

U izvještaju se navodi da se novac dodjeljuje sa svih administrativnih nivoa u BiH, kroz različite procedure i za različite namjene, uključujući redovno sufinansiranje javnih medija, kratkoročnu dodjelu sredstava za konkretne medijske sadržaje i pokrivanje određenih tema, te različite druge vrste pojedinačne pomoći, poput dodjele viška prihoda iz javnih institucija i preduzeća medijima. Prema nekim nepotvrđenim informacijama, na godišnjem nivou medijima se iz budžeta i javnih preduzeća u BiH godišnje proslijedi vrtoglavih 30 miliona maraka.

U vremenu kada na godišnjem nivou bude ugašeno nekoliko tzv. tradicionalnih medija, među kojima je u najtežoj poziciji štampa, ovi podaci praktično govore da bi bez javnog novca, situacija na medijskom tržištu bila katastrofalna. Velike medijske sisteme sve je teže finansirati, a u najgorem položaju i dalje je već pomenuta štampa. Proizvodnja novina postala je izuzetno skup posao, a niko ne garantuje da će uloženi novac biti vraćen, kako zbog pada tiraža, tako i zbog smanjenih prihoda od marketinga. Imajući u vidu da velike privatne kompanije posljednjih godina pažljivo vagaju kako će da potroše novac predviđen na marketing, prognoza za predstojeći period nimalo nije optimistična.

S druge strane, u svim vodećim dnevnim listovima i dalje se reklamira većina većih trgovačkih lanaca, te kompanije poput auto-kuća i drugih firmi koje još raspolažu ozbiljnim novcem na našem tržištu, ali veliko je pitanje koliko koristi imaju od tog vida oglašavanja imajući u vidu smanjen domet prema budućim kupcima iz prostog razloga što su tiraži katastrofalno niski. Stoga nije nikakva mudrost izvući zaključak da većina marketinškog kolača u štampu odlazi zahvaljujući nekim drugim kombinacijama, a ne zbog tržišne opravdanosti.

Upravo takav odnos snaga praktično tjera tradicionalne medije da novac za vlastiti opstanak potraže u javnim preduzećima i budžetima države, entiteta i lokalnih zajednica. A to onda stvara začarani krug zavisnosti jer teško je očekivati da medij koji praktično živi od sredstava iz javnih kompanija profesionalno ukazuje na nepravilnosti ili čak kriminal u njihovom radu.

Na ovaj način rukovodioci tih preduzeća, sve redom stranački ljudi, na direktan način medijima daju, a sebi kupuju stabilnost. I da stvar bude gora, ništa ne sluti da će ta praksa da se promijeni, bez obzira ko je vlast i ko vodi medije.

Iako prethodni redovi nekome mogu da zazvuče kao opravdanje, nije riječ o tome, nego o sumornoj svakodnevnici u kojoj se mediji u BiH nalaze. Jer, od pretplate danas ne može da opstane niko, jer da je tako, ne bi javni servisi zapomagali na sav glas. Komercijalne televizije ne mogu da opstanu od „zdravog“ marketinga koji ubiru gledanošću, štampa ne živi od tiraža, niti portali od broja klikova i svi su stoga prinuđeni da idu linijom manjeg otpora.

U tom smislu trenutno „najslobodniji“ izgledaju mediji u BiH koji se finansiraju iz inostranstva, ali i to je dvosjekli mač, jer bi dubinska analiza prihoda koje ti mediji ostvaruju mogla dovesti i do pitanja kakva je razlika između medija koje finansiraju domaće i medija koje plaćaju strane vlade. U načelu – nikakva, i jedni i drugi, ako smo dovoljno zlobni, mogu da se svrstaju u kategoriju plaćenika.

—



Netransparentnost u medijskom sektoru na štetu publike i medijskih profesionalaca

Piše: Brankica Spasenić

Stepen netransparentnosti vlasništva u medijima u Bosni i Hercegovini, te posljednja poplava portala bez impresuma i osnovnih podataka ko stoji iza njih i (in)direktno diktira sadržaj, postala je, usudila bih se reći, uznemirujuća.

Ispolitizovani mediji, gladni senzacije, bez jasnog profesionalnog i etičkog diskursa, postali su jedna od najjačih poluga za preuzimanje vlasti ili ostanak na njoj, a često i za finansijske malverzacije. Ovakvim tempom mnogi od njih su na dobrom putu da zarobljeni tavore u nedefinisanim okvirima, srozavajući profesionalne standarde, ugled i dostojanstvo novinarske profesije. I što je jednako tragično, dezorjentišući, pa čak i izluđujući, populus.

Koliko god to bilo porazno za društvo u cjelini i medijsku publiku, jednako je tragično i za same medijske zaposlenike. U praksi sam se na ličnom, i primjeru mojih donedavnih radnih kolega, imala priliku uvjeriti kako netransparentna privatizacija i transformacija vlasničke strukture može ugušiti medij, a njegove novinare i druge radnike preko noći ostaviti na ulici, bez konkretne adrese kome se obratiti za zaostala dugovanja, neisplaćene plate i doprinose.

Činjenica je da bh. mediji dijele usud brojnih drugih oblasti u zemlji u kojima netransparentnost vlasništva i (ruko)vođenja, te finansijska zavisnost, otvaraju nepregledan prostor za zloupotrebe, najčešće u političke, a nerijetko i kriminalne svrhe. Kriminalne, jer tekst bez jasno navedenog autora, objavljen u mediju za koji se ne zna ko ga uređuje, izdaje ili finansira, a uz to tekst koji obiluje brojnim poluinformacijama, neproverenim podacima i neutemeljenim kvalifikacijama, često ima „reketašku“, klevetničku ili diskreditujuću namjeru.

Transparentnost vlasništva i uredništva jedan je od glavnih uslova medijske slobode i uređenosti. Nažalost, između te dvije stavke trenutno stoji zid. Taj zid mora da se ruši sa obe strane. Medijski radnici i novinari nemaju snage, kapaciteta, često ni vremena ni uslova da ga sami ruše. U tom smislu trebaju pomoć državnih i entitetskih institucija, regulatora, zakona i legislative koja će taj zid rušiti sa svoje strane, a na odmet nije ni međunarodna saradnja. Čak i ako ga ne sruše u potpunosti, obezvrijedili bi ga ili poljuljali do mjere da bi se vremenom sam urušio.

Niko ne gaji utopističku nadu niti lažni optimizam da je u BiH u bilo kojoj oblasti, pa tako i u medijima, moguće uspostaviti stopostotnu transparentnost posebno kada je u pitanju protok novca.

Posljednja istraživanja o klijentelizmu, odnosno (ne)transparentnosti vlasništva u medijima u zemljama jugoistočne Evrope pokazala su da u odnosu na godinu ranije, indeks pada. U padu je kvalitet i transparentnost podataka u medijskom sektoru.

Na skupovima medijskih radnika i novinara u BiH često se ukazuje na problematiku netransparentnosti medijskog vlasništva posebno kada su u pitanju online mediji. Predstavnici Upravnog odbora Vijeća za štampu BiH su ukazali da je takav slučaj tipičan za oko 60 odsto online medija.

Ocijenjeno je da takvo stanje predstavlja problem i Žalbenoj komisiji Vijeća za štampu jer je teško stupiti u kontakt s takvim medijima obzirom na činjenicu da je njihov jedini kontakt marketing koji je obično samo email adresa.

Linija za pomoć novinarima

Aktuelni slučajevi:

Radio televizija Unsko - san-skog kantona - mjesecima članovi Vlade i Skupštine USK prijete novinarima i urednicima RTV USK i pokušavaju da imenuju novi Nadzorni odbor koji bi odgovarao vladajućim strankama u ovom kantonu. Udruženje BH novinari i Linija za pomoć novinarima izdali su saopštenje za javnost.

Radnici RTV Visoko - RTV Visoko, čiji je osnivač i vlasnik opština Visoko, je u stečajnom postupku. Istovremeno Radio i televizija Visoko dobija dozvolu od RAK-a da djeluje u sklopu JU „Centar za kulturu i informisanje Visoko“, a radnici dobivaju otkaze. Iz Linije za pomoć novinarima pružena je usluga pravnog savjetovanja bivšim uposlenicima RTV Visoko.

Marija Manojlović - Novinarki je uručeno rješenje otkaza ugovora o radu, sa obrazloženjem da je došlo do smanjenja obima posla na radnom mjestu koje je novinarka obavljala. Pri tome je na njenom radnom mjestu zaposlena druga novinarka. Sumnja se da je ova novinarka zaposlena „na crno“, da nema adekvatan ugovor. Iz Linije za pomoć novinarima upućen je dopis Herceg televiziji.



Ono što je karakteristično za skoro svaku od spomenutih zemalja, a što posebno dolazi do izražaja u BiH gdje je politička kriza više pravilo nego izuzetak, jeste politička praksa da najveći kolač javnih medija dobija izborni pobjednik. To nikako ne znači da su privatni mediji oslobođeni političkog uticaja. Naprotiv. Čak i bez javno obznanjenog vlasništva u medijima, javna je tajna koja stranačka struja, partija ili čak partijski prvak, u svom vlasništvu ima koji medij.

Često se postavlja pitanje ko bi trebao kontrolisati i sankcionisati medije koji ne prikazuju ili lažno predstavljaju podatke o vlasnicima, finansijerima i urednicima. Prije svega, objava impresuma je zakonska obaveza. U doslovnom prevodu impresum znači 'ono što je utisnuto'. Utisnuto kako u pogledu odgovornosti, tako i uticaja na sam sadržaj, odabir teme, opremu teksta, pozicioniranje na portalu ili u štampi i slično.

Najčešći su prijedlozi da bi taj posao trebalo prepustiti nezavisnom tijelu koje je ovlašteno za taj rad i osposobljeno za praćenje medija i obezbjeđivanje usklađenosti njihovog djelovanja sa zakonskim okvirom. U njihovoj nadležnosti bi svakako posebna stavka morala biti mogućnost sankcionisanja onih medija koji ne ispunjavaju svoje obaveze ili čak objave lažne vijesti.

Istražujući ovu tematiku, naišla sam na obeshrabrujuća iskustva u Hrvatskoj, koja ima zakonski regulisano pitanje vlasništva nad medijima. Naime, pokušaj istraživanja koliko se taj zakon poštuje i da li su do sada ikada izreknute sankcije za prekršioce, pokazao je da su zakonski članovi ostali samo mrtvo slovo na papiru.

Pitanje vlasništva nad medijima u Hrvatskoj je propisano Zakonom o medijima i Zakonom o elektroničkim medijima.

Kada su u pitanju, primjera radi, štampani mediji, u članu 31 Zakona o medijima Republike Hrvatske propisuje se da dionice izdavača koji obavlja djelatnost javnog informisanja moraju glasiti na ime, a člana 32 da su izdavači "dužni do 31. januara svake kalendarske godine Hrvatskoj privrednoj komori dostaviti podatke o kompaniji i sjedištu, odnosno imenu i prezimenu te prebivalištu svih pravnih i fizičkih osoba koji neposredno ili posredno imaju dionice ili udio u tom pravnom licu s podatkom o postotku dionica ili udjela". Posljednjim izmjenama i dopunama Zakona o medijima iz 2011. godine, članu 32 dodan je stav 6, kojim se "zabranjuje prikrivanje vlasničke strukture izdavača ili vlasništvo dionica ili udjela u pravnom licu".

Istraživači postala fairpress.eu pokušali su preko Hrvatske privredne komore, Ministarstva kulture Hrvatske i DORH-a, doći do podataka koje tijelo je nadležno za nadzor nad provođenjem odredbi koje regulišu vlasništvo i koliko je bilo slučajeva njihovog kršenja. Međutim, i pored obraćanja na više adresa, ostali su uskraćeni za konkretan odgovor.

- Evidentno je da nadležno tijelo ne postoji, niti je ikada pokrenut bilo kakav prekršajni postupak koji bi se odnosio na postupanje suprotno odredbama Zakona o medijima koje regulišu vlasništvo – navedeno je na kraju spomenutog istraživanja.

Ako je ovakvo stanje u Hrvatskoj, koja je prema posljednjem mjerenju indeksa klijentelizma u medijima JI Evrope sa -0,32 bila na prvom mjestu, među šest mjerenih zemalja, onda nije teško naslutiti kakvo je stanje u BiH, koja je u istom istraživanju bila na posljednjem mjestu sa indeksom -0,67. Pri tome je minus jedan najlošija, a jedan najbolja ocjena medijske slike. Dodajmo i to da nijedna zemlja, među kojima su još bile i Srbija, Crna Gora, Makedonija i Rumunija, nije bila ni blizu nule.

Ono što je karakteristično za skoro svaku od spomenutih zemalja, a što posebno dolazi do izražaja u BiH gdje je politička kriza više pravilo nego izuzetak, jeste politička praksa da najveći kolač javnih medija dobija izborni pobjednik. To nikako ne znači da su privatni mediji oslobođeni političkog uticaja. Naprotiv. Čak i bez javno obznanjenog vlasništva u medijima, javna je tajna koja stranačka struja, partija ili čak partijski prvak, u svom vlasništvu ima koji medij.

—



Ja, novinar u Bosni i Hercegovini – radni, socijalni i profesionalni položaj novinara unutar medijskog tržišta

Piše: Enita Čustović

Analizirajući uslove rada, novinarstvo kao profesija oduvijek je bilo suočeno sa različitim izazovima. Gotovo na margini, egzistira i opstaje – naročito posljednjih nekoliko decenija kada su radni, socijalni i profesionalni status novinara u bosanskohercegovačkom društvu itekako dovedeni u pitanje. Bez ugovora ili sa lošim ugovorima, sa niskom, zakašnjelom ili neadekvatnom materijalnom naknadom za svoj rad, neprijavljeni, neriješenog radnog, socijalnog i ugroženog profesionalnog statusa, nerijetko i bez naknade za topli obrok i troškove prevoza, izloženi stalnim i različitim pritiscima – danas rade novinari i drugi medijski profesionalci u Bosni i Hercegovini.

No, krenimo redom. Već od formalnog obrazovanja (budućeg) novinara mogu se uočiti određene nedosljednosti/nepravilnosti prilikom obavljanja same (studentske) prakse, recimo. Tako će budući novinari, radeći kao volonteri, nerijetko u potpunosti i ravnopravno sa novinarima (uposlenicima tog medija) obavljati sve obaveze i ispunjavati sve (dnevne) zadatke, ponekad i više od očekivanog (njihovi prilozi bivaju i “udarni”, “otvaraju vijesti” i sl.), a da za to, u većini slučajeva, neće biti vrednovani i barem minimalno priznati za svoj rad¹. Nadalje i po završetku studija novinarstva, ukoliko im se posreći da za vrijeme školovanja steknu kakvu-takvu praksu i uspiju se dokazati u nekom mediju (ili tu i ostanu), teško da će ih odmah “nakon posljednjeg ispita” i prijaviti, odnosno socijalno, zdravstveno i penziono osigurati. Nakon volonterskog, slijedi “probni rad”, kao da je bitan i formalno i suštinski različit sada ovaj novi status, pa je nakon besplatnog, sada potreban i dodatni “probni rad” (s aspekta zaposlenja opet nesigurni status). O broju godina provedenih u “ovim statusima”, također bi se dalo diskutovati. U kontekstu bosanskohercegovačkog medijskog tržišta poznati su slučajevi veoma ozbiljnih redakcija sa po 15-20 novinara, od kojih je njih svega nekoliko “prijavljeno”. Ostali su volonteri, stipendisti, pripravnici ili probni radnici. I kada nakon volonterskog, probnog, pripravnčkog i kakvog već sve ne rada, “novinar” konačno postane novinar i potpiše i neki ugovor (npr. ugovor o autorskom djelu i sl.), taj ugovor je sa aspekta uređenosti prava novinara, statusa i uslova rada nerijetko veoma loš i po novinara – veoma nepovoljan. Novinari i drugi medijski profesionalci trebali bi voditi računa o tome koje i kakve ugovore o radu potpisuju. I kada konačno i zvanično postanu “profesionalci”, novinari u Bosni i Hercegovini, tek tada se suočavaju sa stvarnim, radnim, socijalnim i iznad svega – profesionalnim izazovima.

Poznato je da su mediji ogledalo društva, pa su tako i novinari dio slike koju zrcale mediji. Ukoliko ta slika nije dobra ni njen odraz ili dio odraza ne može biti bolji. “Prema istraživanju Udruženja “BH Novinari”, 35 do 40 posto novinara u Bosni i Hercegovini radi bez potpisanog ugovora i socijalnog i zdravstvenog osiguranja, a ni oni s validnim ugovorima nisu dovoljno zaštićeni.”²

S aspekta radno-pravnog statusa novinara, može se reći da je najveća manjkavost nepostojanje kvalitetne i adekvatne zaštite novinara u većini medija

Poznato je da su mediji ogledalo društva, pa su tako i novinari dio slike koju zrcale mediji. Ukoliko ta slika nije dobra ni njen odraz ili dio odraza ne može biti bolji. “Prema istraživanju Udruženja “BH Novinari”, 35 do 40 posto novinara u Bosni i Hercegovini radi bez potpisanog ugovora i socijalnog i zdravstvenog osiguranja, a ni oni s validnim ugovorima nisu dovoljno zaštićeni.”

1 Tek posljednjih godina, stupanjem na snagu Zakona o volontiranju, situacija je nešto povoljnija za sve volontere, uključujući i volontere novinare (v. Zakon o volontiranju Republike Srpske dostupan na: http://www.volontiram.ba/wp-content/uploads/2014/09/ZAKON_FINAL.pdf i Zakon o volontiranju Federacije Bosne i Hercegovine dostupan na: http://www.volontiram.ba/wp-content/uploads/2014/09/Zakon_o_volontiranju_FBiH.pdf), mada je veoma teško ocijeniti u kojoj se mjeri ovaj zakon poštuje “na terenu”.

2 <https://www.fokus.ba/vijesti/bih/bh-novinari-oko-40-posto-novinara-u-bih-radi-na-crno/692377/>, preuzeto 10.06.2018. godine



U specifičnom okruženju kakvo je bosanskohercegovačko, unutar relativno neregulisanog medijskog prostora, važnost očuvanja integriteta i digniteta novinara nameće se kao imperativ i gotovo da bi, na listi prioriteta medijskih profesionalaca, ovaj zadatak trebao biti u vrhu. Jasno je da su pojmovi “integriteta i digniteta novinara” veoma kompleksni, pa će i pozicioniranje novinara (i njihovog statusa) u Bosni i Hercegovini, nužno uključivati pomenuta tri aspekta – uslove rada, odnosno radno-pravne odnose, socio-ekonomski segment i profesionalne izazove sa kojima se bh. novinari svakodnevno susreću.

putem kolektivnog ugovora. Zaštita prava novinara donekle bi mogla biti osigurana putem medijskih sindikata, kojih, opet nažalost, gotovo da i nema u bh. medijima. Donosioci odluka i (ne)transparentnost medijskog vlasništva u znatnoj mjeri doprinose izostanku kolektivnog ugovora i sindikata. Također, s aspekta uređenosti i zagarantovanosti autorskih prava novinara i tu je situacija zabrinjavajuća, budući da u ugovorima koje novinari potpisuju najčešće (gotovo po pravilu) nema odredbi o zaštiti autorskih prava novinara.

Posmatrano iz ugla socio-ekonomskog položaja novinara, upravo zbog neriješenog radno-pravnog statusa, znatan broj novinara je i u nezavidnom socio-ekonomskom statusu. Tako veliki broj novinara, a kako je prethodno već istaknuto, radi neprijavljen ili u nekom drugom (nepovoljnom) statusu, bez zdravstvene, socijalne, penzione zaštite. Novinari su često “na minimalcu”. Plate i naknade za rad su niske, često i neredovne, sa višemjesečnim (ponekad i višegodišnjim) kašnjenjima. U takvom okruženju i poželjno, pa čak i neophodno doobrazovanje i profesionalno usavršavanje novinara je onemogućeno, svodi se na lični angažman novinara, za što novinari nemaju adekvatna sredstva. Potplaćenosti i degradaciji novinarstva u socio-ekonomskom smislu doprinosi i činjenica da “glavni” u medijima (naročito privatnim) vrlo često promišljaju na način da je bolje zaposliti nekoga ko nije novinar-profesionalac ili još nije završio studij, te ga i socio-ekonomski tako tretirati. O kvaliteti rada i rezultatima, kao posljedici ovakvih odluka – neki drugi put.

I za kraj, kao ni prethodna dva, ni profesionalni položaj novinara nije zantano bolji. Naime, novinari su kontinuirano suočeni sa različitim izazovima, slobodno se može reći i pritiscima. Veliki broj zadataka koje na dnevnom nivou trebaju uraditi dovodi do toga da zadaci/priče ne budu realizovani kako dolikuje – profesionalno, kvalitetno i svrsishodno. Uz pomenuto, ne smiju se izostaviti i vlasnički, te urednički pritisci da sa priča vodi u, recimo, određenom pravcu, najčešće rukovođeni komercijalnim ili nekim drugim interesima, stoga su novinari dodatno “u grču” da ispoštuju i taj segment. Unutarredakcijske podjele prema različitim kriterijima i narušeni kolegijalni odnosi mogu biti dodatno otežavajuća okolnost u tom smislu. Nadalje, suočen s pomenutim ekonomskim, ali i političkim utjecajima, veliki broj novinara pristaje na (auto)cenzuru, a poznati su i slučajevi latentnih ili čak potpuno transparentnih i direktnih cenzura određenih političkih elita (npr. “nepovoljni” dijelovi intervjua ili izjava se jednostavno izbacе ili zamijene). Narušeni interpersonalni odnosi i izostanak razumijevanja, solidarnosti među kolegama novinarima, izostanak podrške javnosti – još su neke, za zadovoljstvo poslom i profesionalizam, otežavajuće okolnosti.

U specifičnom okruženju kakvo je bosanskohercegovačko, unutar relativno neregulisanog medijskog prostora, važnost očuvanja integriteta i digniteta novinara nameće se kao imperativ i gotovo da bi, na listi prioriteta medijskih profesionalaca, ovaj zadatak trebao biti u vrhu. Jasno je da su pojmovi “integriteta i digniteta novinara” veoma kompleksni, pa će i pozicioniranje novinara (i njihovog statusa) u Bosni i Hercegovini, nužno uključivati pomenuta tri aspekta – uslove rada, odnosno radno-pravne odnose, socio-ekonomski segment i profesionalne izazove sa kojima se bh. novinari svakodnevno susreću.

—



Manipuliranje lokalnim medijima pomoću financija

Piše: Sanja Tirić

Lokalni mediji imaju veliki značaj za građane u lokalnoj zajednici i trebali bi biti slobodni, nezavisni i objektivni, a jedan od osnova za ovakav ugled je transparentnost vlasničke strukture. Međutim, glavne prepreke s kojima se susreću lokalni mediji su nedovoljne marketinške mogućnosti te financijska ovisnost što dovodi do gubitka kvalitete medija.

Kvalitet povlači i pitanje *fair play*a u „tržišnoj utakmici“ ali isto tako se kroz oglasni prostor kao i kroz način obrade tema i pristupa pričama mogu iščitati vlasničke preferencije i odnosi, ili barem stanoviti utjecaj određenih političkih struktura i gospodarskih subjekata, javnih ili privatnih, koji su pod okriljem centara političke moći.

Kriza medijskoga tržišta dovela je do krize profesionalnog novinarstva i društvene uloge medija. Dugotrajni problemi na medijskom tržištu uzrokovali su pad novinarske zaposlenosti, koja je pak sa svoje strane dovela do smanjenja informativnosti i upitnosti ispunjenja funkcije koju mediji imaju u demokratskom procesu.

Od financijske do uredničke ovisnosti

Komercijalni mediji na tržištu isključivo opstaju pomoću marketinga što podrazumijeva drugačiji pristup temama gdje se gubi na kvaliteti novinarskog posla budući da ti mediji u tematskom pristupu podilaze masovnim ukusima.

U današnjem vremenu to je dominantan diskus u medijskom prostoru koji privlači veliki broj konzumenata tih informacija bez snažnijeg standarda i kriterija, a samim time, marketinška industrija se povodi tim sadržajima kao relevantnim, u smislu posjećenosti, slušanosti ili čitanosti, a pogotovo posjećenosti kada je u pitanju portalska scena.

Postavlja se pitanje, koliko pozitivno poslovanje u medijima moglo biti ako bi vlasnici medija poštovali svoje zakonske obaveze, kada su u pitanju socijalna prava djelatnika odnosno novinara?

Urednik jednog od najstarijih news portala u BiH Jurica Gudelj smatra da su mogućnosti pozitivnog poslovanja prilično male no ipak postoje. Priznaje da je teško voditi rentabilan ili samoodrživi medij. „Dnevnik.ba je tržišno orijentiran medij i najveći dio financija dolazi od marketinga, samim time postoji čitav niz subjekata koji će utjecati na rad medija no zadaća novinara i urednika jest da se odupru takvom ponašanju“, izjavio je Gudelj.

Posebno je indikativan zakup javnog prostora od strane političkih subjekata u vrijeme predizborne kampanje jer tada možemo stanovito iščitavati politički utjecaj prema određenim medijima i određenom medijskom prostoru.

„Način financiranja medija stopostotno utječe na način izvještavanja i uredničke politike“ tvrdi Dragiša Sikimić, osnivač i glavni urednik internet magazina „Moja Hercegovina“. „Najznačajniji izvor financiranja internet magazina ‘Moja Hercegovina’ čine grant/projekti (oko 90% prihoda) te marketing oko 10%. Veoma je teško istovremeno biti vidljivi i održiv jer kao ‘malom’ mediju potreban je terenski rad, angažirano i društveno odgovorno novinarstvo koje je ujedno i najskuplje“, komentirao je Sikimić.

Slobodno marketinško tržište trebalo bi biti neovisno u odnosu na centre moći i političke uticaje, a urednička neovisnost mogla bi se unaprijediti zapošljavanjem profesionalnijih kadrova i osiguravanjem financijske neo-

Komercijalni mediji na tržištu isključivo opstaju pomoću marketinga što podrazumijeva drugačiji pristup temama gdje se gubi na kvaliteti novinarskog posla budući da ti mediji u tematskom pristupu podilaze masovnim ukusima.

Kvaliteta rada više nije imperativ nego sami sadržaj koji bi privlačio što više publike koji se svodi na spektakularizaciju tema i događaja koji su privlačni oku današnjeg konzumenta. Sve je teže prepoznati fake news, sve je više sponzoriranih članaka koji nisu istaknuti kao takvi, u odnosu na odgovorni medijski rad iza kog stoji ime i prezime. Medijski proizvod gubi na informativnosti i, općenito, kvaliteti, što daje dodatni poticaj migraciji publika na internet, gdje su ti sadržaji slabije kvalitete barem besplatno dostupni.

visnosti.

Plati i kreiraj!

Kvaliteta rada više nije imperativ nego sami sadržaj koji bi privlačio što više publike koji se svodi na spektakularizaciju tema i događaja koji su privlačni oku današnjeg konzumenta. Sve je teže prepoznati fake news, sve je više sponzoriranih članaka koji nisu istaknuti kao takvi, u odnosu na odgovorni medijski rad iza kog stoji ime i prezime.

Medijski proizvod gubi na informativnosti i, općenito, kvaliteti, što daje dodatni poticaj migraciji publika na internet, gdje su ti sadržaji slabije kvalitete barem besplatno dostupni.

„Utjecaj neregistriranih portala bez impresuma na javno mnijenje je dvojak - s jedne strane takvi mediji imaju mogućnost ostvarivanja svojih kratkotrajnih ciljeva i agendi. No, dugoročno, takvi projekti nemaju nikakvu šansu opstati, jer publiku čine ipak inteligentni ljudi koji žele znati tko stoji iza objavljenih tekstova“, izjavio je Gudelj.

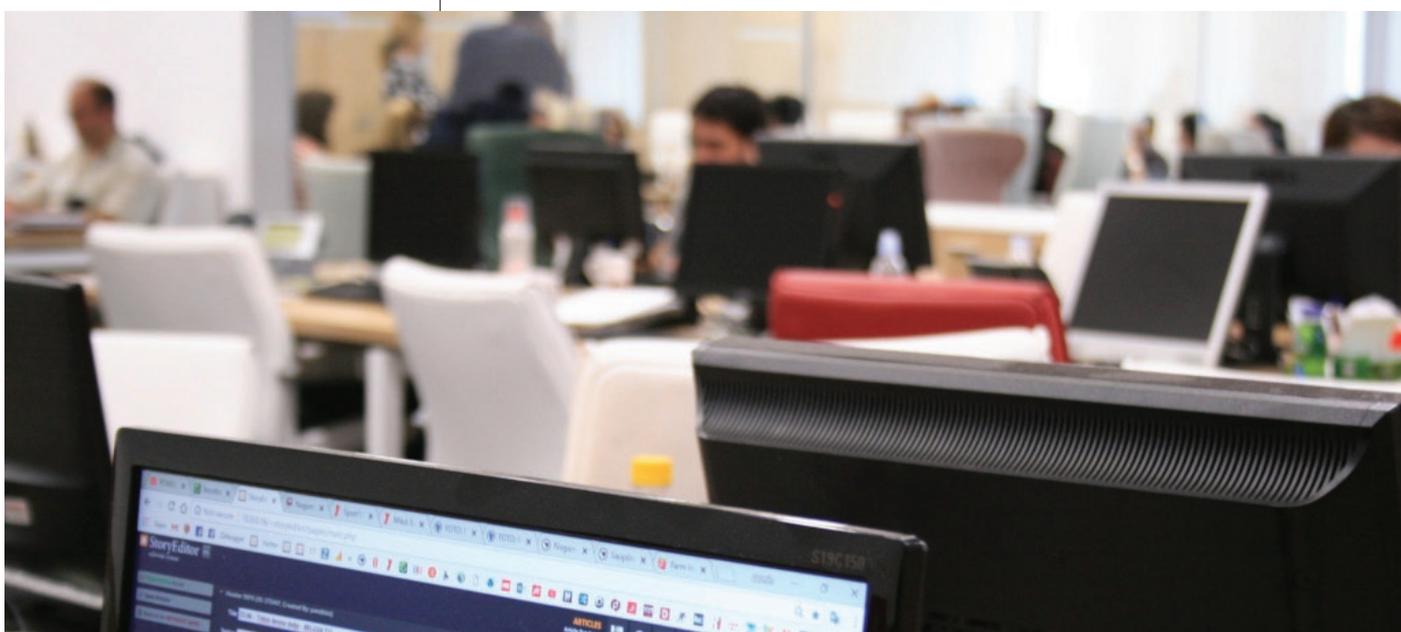
Danas je na snazi savezništvo čitatelja i oglašivača. Od novinara se traži da stvaraju „ugodno ozračje za oglase“, a to isključuje bavljenje ozbiljnim temama. Mediji se potpuno podređuju oglašivačima, a novinari na to nemaju nikakvog utjecaja. Oglašivači, nažalost, time kupuju i stanovitu zaštitu od medijskih napisa.

Novinari sve više priznaju nemogućnost eliminacije političkog utjecaja, no smatra se da publika itekako zna prepoznati neovisan sadržaj. „Vidljiv i održiv može se biti prepoznatljivom uređivačkom politikom, autentičnošću i upornošću“, tvrdi izvršna urednica Dnevnog lista Sanja Bjelica Šagovnović. Prema sadržaju, strukturi, informaciji vijesti i pristupu temama možemo ustanoviti utjecaj političkih grupacija i gospodarskih subjekata. Bjelica Šagovnović smatra da „situacija u cijeloj BiH nije dobra, a u lokalnim medijima je još teža.“

Zanemaruju se interesi nekih starosnih grupa i raznih manjina, a tako medij gubi vezu s medijskim tržištem i publikom te postaju podložni utjecajima politike i državnih institucija.

U većini slučajeva lokalnih medija, tko plaća, taj i kreira, a njihova osnovna zadaća bi trebala biti da proizvode sadržaj bitan za publiku i zadovoljavaju javni interes.

—





(Ne)transparentnost u lokalnim medijima

Piše: Slobodan Kovač

Uloga lokalnih medija je od izuzetnog značaja za svaku zajednicu, ali je njihov opstanak neizvjestan jer opštine u BiH sve manje sredstava izdvajaju za medije. Dodatni problem predstavlja konstantan pad prihoda od oglašavanja, kako zbog lošeg stanja u privredi, tako i zbog sve većih mogućnosti marketinga putem interneta. Stanje u javnim lokalnim medijima zavisi od opštine do opštine, koje su osnivači i finansijeri ovih medija. S obzirom da na entitetskom i državnom nivou ne postoji zakon kojim se definiše i reguliše finansiranje lokalnih medija, opštinske vlasti same odlučuju koliko će sredstava iz vlastitog budžeta izdvojiti za javne lokalne medije. Mali je broj opština koje mogu finansirati više medija tako da su uglavnom zastupljene radio stanice i periodični štampani mediji, dok televizije lokalnog tipa gotovo da više i ne postoje. Sa ekspanzijom interneta primjetan je i povećan broj lokalnih internet portala, a čije pokretanje i održavanje ne zahtjeva mnogo finansija, opreme i transparentnosti.

Kada je u pitanju brojnost medija u opštini Foča, koja ima oko 20 hiljada stanovnika, situacija je poprilično loša jer postoji samo jedna radio stanica i sve više portala koji rade na copy-paste principu. Dvomjesečni Bilten opštine Foča je bio jedini štampani medij ali je prestao da izlazi prije nekoliko godina, dok je lokalna TV stanica ugašena jos davne 1998. godine. Posljednjih godina je primjetan porast lokalnih online medija, tako da osim zvaničnog portala opštine Foča, postoje portali Radio Foča, Foča24.info, Fočak.org, Foča.live, Foča Informer, Foča Žurnal kao i portal Vijesti Iz Foče. Ova brojnost online medija ne znači da ima i medijskog pluralizma, odnosno pluralizma informacija, mišljenja i uopšte sadržaja. Uvidom u sadržaje koje plasiraju pomenuti mediji jasno je da jedino Radio Foča kreira i objavljuje vijesti dok ostali portali ih samo preuzimaju i vrlo često ne navode izvore tih vijesti. Na portalu Radio Foče se mogu pronaći aktuelne vijesti iz lokalne zajednice, najčešće su to servisne informacije, izvještaji o kulturnim i sportskim dešavanjima. Nezavisni informativni portal Foča24.info je prvi lokalni portal koji je pokrenut tako da ima i najviše posjetilaca (i pratilaca na facebook stranici) ali je poražavajuća činjenica da su sadržaji identični onim na portalu Radio Foča. Osnovna razlika je u tome što ovaj portal ima mnogo više oglašivača i veću vidljivost objavljenih tekstova. Na portalu ne postoji impresum ali je poznato građanima Foče da je glavni i odgovorni urednik portala Srebrenko Kunarac, jedan od aktuelnih odbornika u Skupštini opštine Foča, a sve to jasno ukazuje da portal može poslužiti i u političke svrhe u predizbornom periodu.³

Veliki problem predstavlja netransparentnost lokalnih medija i jednoličnost plasiranih informacija. Ako izuzmemo portal i stranicu Radio Foča koji je javni lokalni medij, gotovo svi ostali lokalni mediji djeluju pod plaštom anonimnosti. Divlji portali bez impresuma su postali gotovo uobičajna pojava, a njihove izvore finansiranje i eventualni politički uticaj je gotovo pa nemoguće otkriti. U ovakom netransparentnom i zakonski neregulisanom medijskom prostoru stvara se prostor za manipulaciju, ostvarivanje ekonomskih i političkih interesa, ali i širenje netačnih ili neprovjerenih informacija. Čak i kada se objavljuju samo istinite informacije to nam ne garantuje pluralizam mišljenja i sagledavanje istine iz više uglova. Tako dobijamo jednostrano i jednoobrazno

Nezavisni informativni portal Foča24.info je prvi lokalni portal koji je pokrenut tako da ima i najviše posjetilaca (i pratilaca na facebook stranici) ali je poražavajuća činjenica da su sadržaji identični onim na portalu Radio Foča. Osnovna razlika je u tome što ovaj portal ima mnogo više oglašivača i veću vidljivost objavljenih tekstova. Na portalu ne postoji impresum ali je poznato građanima Foče da je glavni i odgovorni urednik portala Srebrenko Kunarac, jedan od aktuelnih odbornika u Skupštini opštine Foča, a sve to jasno ukazuje da portal može poslužiti i u političke svrhe u predizbornom periodu.

³ Uspjeh: Bio je 12. na listi kao kandidat svoje stranke, a sada je odbornik u skupštini, Buka, 2016, <http://www.6yka.com/novost/114501/uspjeh-bio-je-12.-na-listi-kao-kandidat-svoje-stranke-a-sada-je-odbornik-u-skupstini>



Veliki problem predstavlja netransparentnost lokalnih medija i jednoličnost plasiranih informacija. Ako izuzmemo portal i stranicu Radio Foča koji je javni lokalni medij, gotovo svi ostali lokalni mediji djeluju pod plaštom anonimnosti. Divlji portali bez impresuma su postali gotovo uobičajna pojava, a njihove izvore finansiranje i eventualni politički uticaj je gotovo pa nemoguće otkriti.

izvještavanje, a autocenzura dodatno urušava integritet novinarske profesije.

Diskusije o nedostatku transparentnosti u medijskom prostoru BiH su sve učestalije, ali konkretnih pomaka u pravcu zakonske regulative nema. Osim transparentnosti vlasništva medija, od posebne je važnosti omogućiti javnosti informacije o finansiranju i utrošku dobijenih sredstava javnih lokalnih medija. U Radio Foča smatraju da je „razmatranje finansijskih izvještaja na sjednicama Skupštine Opštine Foča pokazatelj višestruke transparentnosti utroška sredstava.”⁴ Međutim, ovo se može okarakterisati kao djelimična transparentnost jer entitetski zakoni o javnim preduzećima nalažu da su javne institucije i preduzeća, a to uključuje i javne medije, dužni da objavljuju informacije o svom finansijskom poslovanju i da ih učine javno dostupnim svim građanima. Iako javni mediji dobijaju i troše novac građana, praksa pokazuje da ti mediji uglavnom dostavljaju finansijske izvještaje samo vlastima koje ih finansiraju. Na portalu Radio Foča ne postoji dostupan izvještaj o poslovanju, ali na zvaničnom web site-u Opštine Foča je ipak moguće pronaći Izvještaj o izvršenju budžeta Opštine Foča za 2017. godinu. U izvještaju su dostupni podaci o utrošku dodijeljenih sredstava Centru za kulturu i informisanje u okviru koga djeluje i Radio Foča. Prema podacima najviše novca je izdvojeno za plate i naknade troškova zaposlenih dok je najmanje sredstava uloženo u nabavku materijala i opreme. Informacije o unutrašnjoj organizaciji, kadrovskoj strukturi, stanju opreme i realizovanim programima nije moguće pronaći javno dostupne.

Neophodno je podići svijest građana o ovom problemu ali zbog nedostatka medijske pismenosti ni važnost profesionalnog i transparentnog izvještavanja, kao i poslovanja medija nije shvaćena za ozbiljno.

⁴ Istraživanje Mediacentra o transparentnosti u poslovanju i uređivačkoj politici javnih lokalnih medija u BiH, 2017, <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/transparentnost-poslovanja-javnih-lokalnih-medija>



Javni servisi na rubu demokratije

Piše: Mirza Mehmedović

Izbor urednika informativnog i dokumentarnog programa državnog javnog servisa ne samo da je potvrdio direktan uticaj politike na produkciju programa u javnim emiterima, već je još jednom doveo u pitanje opstanak javnog emitovanja u Bosni i Hercegovini kao jednog od osnovnih temelja demokratskih političkih principa koje od naše zemlje očekuje Evropska unija. Upakovana u model nacionalnog ključa koji odstupa od temeljnih građanskih vrijednosti savremenih demokratskih društava, konstantna primjena (para)političkog modela upravljanja javnom komunikacijom u Bosni i Hercegovini ne samo da dovodi u pitanje slobodan protok informacija, već podriva cjelokupan nacionalni komunikacijski sistem podredivši ga isključivo političkoj dezorijentaciji građanina kao jedine potentne političke kategorije u procesu tranzicije.

U ovom kontekstu razmatranja izazova sa kojima se suočava savremeni javni radio-televizijski sistem Bosne i Hercegovine bitno je definisati upotrebu sintagme „(para)politički model“ u identifikaciji specifičnog oblika upravljanja javnim emitovanjem koji se primjenjuje u Bosni i Hercegovini. Jasno je da ograničavajući faktor za ukupnu reformu javnih poslova i organizacije političkog sistema u Bosni i Hercegovini predstavlja ustavno određenje subjekata političkih procesa kroz kategorije konstitutivnih (ustavno ravnopravnih) naroda i ostalih građana, koja se primarno primjenjuje u raspodjeli odgovornih javnih funkcija i nadležnosti. Međutim, ako analiziramo aktuelne slučajeve imenovanja na uredničke funkcije na državnom javnom emiteru, shvatamo da je nacionalni ključ, odnosno pozivanje na ustavno uređenje političkog sistema, praktično samo paravan za pozicioniranje podobnih političkih kadrova koji ne raspolažu adekvatnim kompetencijama za obavljanje određenih funkcija. Ovakvom politikom rukovođenja javnim poslovima, zanimanje javnosti je dovedeno do potpunog izostanka shvatanja javnog interesa ili uticaja politike na kvalitet života građanina, što istovremeno otvara potpunu slobodu za privatizaciju demokratskih procesa unutar političkih stranaka.

Javno finansiranje privatnih interesa

Ako imamo u vidu opštu definiciju javnih servisa kao sistema uspostavljenih od strane javnosti, te finansiranih i nadgledanih od strane građana, koji su i primarni regulator transparentnosti poslovanja javnih radio-televizijskih sistema, onda shvatamo da se proces upravljanja javnom komunikacijom u Bosni i Hercegovini kreće u suprotnom smjeru od teorijskih pretpostavki. Ma koliko bio neprihvatljiv model konstitutivnosti etničkih grupa koje žive na prostoru Bosne i Hercegovine, koji negira građanina kao univerzalnu demokratsku kategoriju, on istovremeno ne mora značiti isključivu političku intervenciju u upravljanju javnim poslovima. Konstitutivnost naroda ne isključuje kompetenciju određenih pripadnika etničkih grupa, i istovremeno ne smije biti poligon za stranačko intervenisanje unutar procesa koji se direktno odražavaju na demokratizaciju ukupnog političkog stanja u vremenu tranzicije državnih institucija.

Razloge za stanje prihvatanja privatizacije javnih poslova možemo tražiti u opštem prešutnom prihvatanju trenutnog stanja, koje se uzima kao neizbježan odnos pozicija moći u kojem građanin ne vidi sebe kao aktivnog subjekta političkih procesa, već kao žrtvu aktuelnog kulturno-historijskog konteksta, u kojem je politička stranka jedini legitimni subjekt za ostvarivanje političkog prava. S druge strane, ako za primjer uzmemo javni radio-televizijski sistem i konstantan pad povjerenja građana u distribuirane medijske sadržaje, onda ćemo jasno uočiti da je glavno težište krivice za takvo stanje u producentima (novinarima), koji su svjesno

Ovakvom politikom rukovođenja javnim poslovima, zanimanje javnosti je dovedeno do potpunog izostanka shvatanja javnog interesa ili uticaja politike na kvalitet života građanina, što istovremeno otvara potpunu slobodu za privatizaciju demokratskih procesa unutar političkih stranaka.



javnu komunikaciju prepustili na milost i nemilost vanjskih faktora (uglavnom političkih), dok interes građanina, kao glavnog finansijera, ne vide kao faktor očuvanja nezavisnosti javnog emitovanja. Reakcija na političke intervencije u procesu upravljanja javnim emitovanjem dolazi tek po okončanju procesa imenovanja odgovornih funkcija, ili kad je ugrožena lična egzistencija novinara kao uposlenika javnog sistema. U ovako postavljenom odnosu spram javne odgovornosti građanin ne želi biti finansijer javnih poslova koji, umjesto da budu u službi opšteg interesa, postaju prostor za privatizaciju javnih institucija i instrumentalizaciju demokratskih procesa s ciljem ovladavanja pozicijama moći.

Apstrakcija odgovornosti

Jedan od ključnih problema u procesu identifikacije odgovornosti za manipulaciju javnim poslovima jeste apstrahiranje subjekata koji se navode kao nosioci odgovornosti za postupke koji dugoročno negativno djeluju na javni interes. Tako se naprimjer u rijetkim kritičkim stavovima spram zloupotrebe javnih poslova kao krivci navode „političke partije“, „nadležne institucije“, „vladajuće strukture“, „skupštinski poslanici“ ili druge sintagme kojima se prikriva identitet pojedinca kao nosioca javnih poslova, koji u određenom trenutku ličnom odlukom narušava javni interes.

Tako se konkretno u slučaju imenovanja urednika informativnog i dokumentarnog programa u prvobitnim informacijama navodio tek odnos glasova unutar upravnog odbora koji je izvršio imenovanja, a da se nije dodatno elaborirao lični odnos svakog pojedinačnog člana prema konkretnom procesu, ili da se čak ponudio prikaz propisane procedure na osnovu koje se vrši ovakav izbor. S druge strane, kritika koja je upućivana na odabir kandidata takođe nije ponudila objašnjenje potrebnih korekcija u procesu imenovanja, ili primjedbe na kompetencije članova upravnog odbora koji su proveli pomenuti proces. I u kritikama ovakvog postupka se navodi kako iza procesa vjerovatno stoje „političke partije“, te da „nadležne institucije“, instrumentalizirane od strane „nacionalnih stranaka“, nemaju kapacitete da reaguju u procesu privatizacije javnih poslova. Upravo zbog ovakvih apstraktnih identifikacija javne odgovornosti građani gube interesovanje za odgovornost nosilaca javnih funkcija, a javna diskusija o aktuelnim pitanjima se završava u roku od nekoliko dana, što je bio slučaj i sa spornim imenovanjima u državnom javnom servisu.

Imajući u vidu ovakvu političku nezrelost u vođenju javnih poslova, ali i u javnoj diskusiji o odgovornosti nosilaca javnih funkcija, razumljivo je da provođenje poslova koji podrazumijevaju reformu ukupnog političkog sistema stagnira od završetka ratnih sukoba. Primjera radi, zakoni koji regulišu oblast javnog emitovanja nikada nisu u potpunosti definisani, i uprkos sugestijama evropskih institucija za monitoring reformi, odgovorne osobe koje su u određenim ciklusima obavljale funkcije iz ovog domena završile su svoje mandate bez ikakvog napretka u ovom procesu. Suprotno stalnim sugestijama za uspostavu centraliziranih organa za nadzor rada, kao što bi recimo bila Korporacija javnih servisa, sistem je očuvan na temeljima podijeljenih nadležnosti i labilnog nadzora nad kadrovskim i ekonomskim poslovima, što upravo omogućava stalnu privatizaciju javnih servisa i ukupnog sistema javne komunikacije. U ovakvim odnosima političkog upravljanja, građanin ostaje marginalizirana kategorija, a politička prava, kao i prilika za obavljanje rukovodećih javnih funkcija, ostvaruje se isključivo kroz članstvo u političkim strankama, koje u savremenom bosanskohercegovačkom političkom kontekstu predstavljaju korporacije za upravljanje javnim dobrom.

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