

Ekonomski pritisci na medije u BiH

EKONOMSKI PRITISCI - INSTRUMENT POSTIZANJA POLITIČKIH CILJEVA

Dušan Babić

20. april 2005.

Post-dejtonska Bosna i Hercegovina je zemlja prepuna paradoksa. Brojni eksperti, svjetski i domaći, slažu se kako je BiH jedinstvena država u svijetu po svojoj složenosti i komplikovanosti, nefunkcionalnosti, neracionalnosti i neefikasnosti. «Kruna» svega «naj», u negativnom kontekstu, predstavlja nacionalni koncept vlasti, koji je po svim relevantnim parametrima promašen koncept, ali se na njemu uporno istrajava. Zasebno je pitanje – da li je to istrošen politički koncept? Verbalno i gotovo horski se osuđuje nacionalni koncept vlasti, ali on još uvijek istrajava na ovim prostorima.

Raširena i opšteprihvata teza, kako su mediji ogledalo društva, najjasnije se potvrđuje upravo na primjeru post-dejtonske BiH. Ovdašnji mediji po svemu dijele sudbinu totalno raspolučene zemlje. S rijetkim izuzecima, ovdašnji mediji su pouzdan barometar i jasan refleks duboko podijeljene zemlje – geopolitički, strateški, ekonomski, društveno, kulturno, vjerski, tribalistički i na svaki drugi način. Posebno je izražena kriza identiteta, jer nema saglasnosti oko temeljnih vrijednosti ove zemlje i ovog društva. Šta je to BiH danas? Državna zajednica, labava federacija, konfederacija ili nešto treće? Nema saglasnosti oko nekih polaznih društvenih i historijskih premisa. Nema, u prvom redu, saglasnosti oko karaktera rata. Za jedne je to bila agresija, za druge domovinski ili otadžbinski rat. Za svijet s polja, najčešće je u upotrebi sintagma «građanski rat», sa elementima vjerskog i rata za teritorije, što je objektivno govoreći, najbliže istini.

Indikativan je u tom smislu pokušaj ustanovljenja Komisije za istinu i pomirenje, iniciran prije tačno pet godina, ali je sve ostalo na pokušaju, radi snažnih otpora, koji su prvenstveno dolazili iz reda bošnjačkog naroda, odnosno njihovih predstavnika. Otpori su pretežno motivisani strahom kako bi rezultati Komisije predstavljali pokušaj izjednačavanje krivice za počinjene zločine u proteklom ratu, ili neku vrstu historijske uravnilovke. S druge strane, uporno licitiranje brojem žrtava samo ilustruje hipokriziju i neiskrenost naprasno deklariranih vjernika, koji ignorišu poruke iz svetih knjiga, po kojima su brojke žrtava apsolutno irelevantne, jer su bitne nakane da se jedan život, ili životi, spasi ili unište.

Specifičnost post-dejtonske BiH je sadržana i u činjenici da se zbivanja u njenom susjedstvu prelijevaju ovdje po zakonu o spojenim posudama. Ništa na ovim prostorima nije izolovan slučaj, pa se ta razljevenost u BiH negativno manifestuje, radi njene karakteristične historijske pozicije. BiH je naime u novijoj historiji bila u procijepu između dva paternalizma i hegemonizma – srpskog i hrvatskog. Te negativne refleksije su posebno vidljive u sferi ekonomije, biznisa, trgovine, uključujući i sektor medija. Nije pretjerivanje ako se kaže kako je današnja BiH u kolonijalnom položaju u odnosu na svoje susjede. Naravno, niko razuman neće zagovarati zatvaranje u sopstvene atare, granice i izolacionizam i to u vrijeme sve izraženije međuzavisnosti svijeta, njegove tijesne isprepletenosti u svim sferama života. Međutim, te žive veze i ta prožimanje treba da se odvijaju koliko je moguće na ravnopravan način, što ovdje očito nije slučaj.

Paradoks definisanja političkog i ekonomskog interesa

Čak ni čuvena Klauzeviceva izreka, kako je rat nastavak politike drugim sredstvima, nije primjenjiva u BiH. Dakle, ako je rat u ravni politike, odnosno jedan od instrumenata politike, to onda podrazumijeva kako je politika generalno uzevši, instrument ostvarivanja određenih interesa – teritorijalnih, strateških, geopolitičkih, ali u suštini - ekonomskih interesa. Dakle, ekonomski interesi su onaj pokretački motiv.

Kad govorimo o pritiscima na medije u BiH, na djelu je još jedan u nizu paradoksa. Čak i ovlašna istraživanja potvrđuju kako su ekonomski pritisci na medije u BiH politički motivisani. Otuda i paradoks pokušaja definisanja političkog i ekonomskog interesa u BiH. Naime, ekonomski pritisci na medije u BiH su u suštini instrument postizanja određenih političkih ciljeva. Na Zapadu je to obratno. Tamo su politički pritisci instrument ekonomskog ovladavanja i potčinjavanja, odnosno sticanja profita i bogatstva. Doduše, posljednja zbivanja na američkoj medijskoj sceni kao da dovode u pitanje ovu tezu. Nekad smatrana citadelom slobodne štampe u svijetu, Amerika nakon 11. septembra 2001. godine ozbiljno remeti tu sliku, sa već brojnim primjerima uplitanja politike u uređivačku i programsku orijentaciju medijskih kuća.

Naravno, fenomenologiju ekonomskih i srodnih pritisaka na medije ne treba redukovati, ili vulgarizovati, već posmatrati u širem kontekstu složene sfere interpretacijskih kategorija politike. To podrazumijeva i definiciju interesa, kao dominantne kategorije koja se mora uvažavati i istraživati.

Glavna poluga ostvarivanja određenih političkih, ekonomskih i drugih interesa jeste manipulacija i instrumentalizacija javnim mnjenjem, u cilju pribavljanja legitimiteta i legaliteta za konkretne političke programe. Naravno, to se najefikasnije artikuliše posredstvom medija, ali problem je uvijek odsustvo političke korektnosti u artikulaciji takvih interesa.

Da bi određena interesna grupa ovladala medijima, ili barem imala uticaj na medije, mora posjedovati političku, ekonomsku i drugu moć. Moderna istorija potvrđuje kako je ekonomska i finansijska moć daleko efikasnija od proste fizičke sile i prinude. Otuda su ekonomski i finansijski pritisci provjeren instrument političkog i svakog drugog disciplinovanja. Funkcionalno posmatrano, politička moć je zapravo transformisana ekonomska i finansijska moć.

Tabloidizacija medija

Naravno, društva sa razvijenom demokratskom tradicijom, sa snažno profilisanim i artikulisanim javnim mnjenjem, ne uvažavaju medije patronizovane od političkih i ekonomskih centara moći. U tom kontekstu treba posmatrati i globalni trend tabloidizacije medija.

U izvornoj definiciji, tabloid je novina malog formata, sa kratkim vijestima, laganim štivom, obiljem fotografija, ilustracija i sl. Poenta nastanka tabloida je – zabaviti i informisati čitaoce istovremeno. Formula se pokazala uspješnom pa su recept prihvatili radijski i TV djelatnici. Otuda se sintagma *tabloidizacija medija* odnosi na sve medije – štampane i elektronske. Zvuči paradoksalno, ali čini se kako je samo online novinarstvo ostalo izvan tokova tabloidizacije, pa se danas serozni tekstovi, komentari, eseji i slične novinarske i spisateljske forme mogu naći jedino na Internetu. Objašnjenje je kako Internet još uvijek nije biznis u pravom smislu te riječi, već je u izvjesnom predbiznis stanju, dok se ne stvore uslovi za njegovu snažniju ekspanziju na sticanju profita.

Nužno je naglasiti razliku između evropskih i američkih tabloida. Prvi kombinuju vijesti i senzacije, dok drugi apsolutno ignorišu političke, ekonomske, finansijske i slične teme iz tzv. visoke politike, već su isključivo fokusirani na zabavna štiva, senzacije i skandale.

U najkraćem, odrednica *tabloid* je pretrpjela značajan semantički pomak, te je od izvorne bitne značajke vezane uz format novine, težište pomjereno na samo posredovanje informacija, odnosno vrstu i način prezentacije sadržaja, ne samo u štampi, već i na radiju i televiziji.

Proces tabloidizacije medija nije mimoišao ni zemlje u tranziciji, uključujući i države nastale na prostoru bivše Jugoslavije, a samim tim i Bosne i Hercegovine koja je tema ovog teksta.

Uočljivo je kako su gotovo svi tabloidizovani mediji kvalitet sadržaja podredili senzacionalizmu, jer to diktira tržište. Ako se obrađuju političke teme, onda se prednost daje ispraznoj retorici političara, ili detaljima iz njihovog privatnog života, obrađeni i plasirani na senzacionalistički način. Očito da takav pristup i uređivačka orijentacija ne iziskuju poseban profesionalizam, što se izvrsno uklapa u blijedu sliku stanja medija i njihovih protagonista.

Tabloid novinarstvo je, dakle, po karakteru i po definiciji, podložnije političkoj instrumentalizaciji i manipulaciji, od tradicionalnih medija, što nužno vodi gubitku vjerodostojnosti. Međutim, niko se puno ne uzbuđuje što je u ekspanziji senzacionalističko i tendenciozno novinarstvo na uštrb kritičkog, koje neumitno uzmiče. Očito je kako medijske mega-grupacije bacaju pod noge postulate slobodne štampe, odnosno profesionalizma, jer ne mare puno, ili nikako, za tačno, provjereno, nepristrasno i blagovremeno izvještavanje.

Paleta pritisaka

Paleta pritisaka na medije u Bosni i Hercegovini je raznolika:

- nenajavljen upad finansijske policije;
- odbijanje firmi i kompanija da oglašavaju u određenim medijima;
- poziv javnosti da odbijaju plaćati rtv pretplatu (taksu), što je inače zakonska obaveza;
- sudski procesi i visoke kazne, s ciljem da se određeni medij finansijski uništi;
- podmićivanje novinara.

Naravno, ovim se paleta ekonomskih i drugih pritisaka na medije ne iscrpljuje, kao ni njihovi uslovi i modaliteti.

Osim otvorenih i ponekad nasilnih, svjedoci smo i prikriivenih i suptilnih pritisaka, sve s ciljem političkog disciplinovanja medija. Posebno mjesto pripada političkoj manipulaciji i instrumentalizaciji. Poenta je da se otvoreno utiče na uređivačku i programsku politiku i orijentaciju medija.

Ambijent za manipulisanje javnostima i medijima je izuzetno povoljan, što je najprije posljedica ukupno niskog nivoa kulture stanovništva na ovim prostorima, a to znači nepostojanje političke kulture, te nerazvijenog i neartikulisanog javnog mnjenja. Novinari, pa

čak i urednici, nedovoljno su obrazovani i profesionalno osposobljeni, te kao takvi sklone manipulaciji i instrumentalizaciji. Ako su nedovoljno plaćeni, onda su sklone mitu i korupciji.

Ukupno loše stanje u zemlji, ekonomska pustoš, besperspektivnost, odsustvo pravne države, korumpirani i nesposobni političari, pogoduju stvaranju ukupno nepovoljnog ambijenta za medije.

Poseban problem predstavlja tzv. međunarodna zajednica u BiH, šta god se pod tom fluidnom i rastegljivom sintagmom podrazumijevalo. Većina ključnih zakona i odluka je nametnuta od strane Visokog predstavnika (OHR), ali kad se dođe na teren njihove implementacije, onda međunarodna zajednica uzmiče, pod pretekstom: «Ovo je vaša zemlja», «Odluke su vaše» i sl. Sve to dodatno opterećuje ukupno nepovoljno stanje i odnose u zemlji, usključujući i sektor medija, u sferi poslovanja. Naime, intervencija međunarodne zajednice u rekonstrukciji medija i uvođenju zapadnoevropskih medijskih standarda, predstavlja pozitivan primjer angažmana međunarodne zajednice u BiH, naročito u kontekstu sramne uloge medija u raspirivanju etničke, nacionalne, vjerske i druge netrpeljivosti i mržnje, što je dovelo do tragičnih ratnih sukoba.

Već spomenuta niska kultura stanovništva, te dramatična demografska pomjeranja dovela su do ruralizacije urbanih sredina, što se posebno nepovoljno odražava na štampane medije. Broj nepismene i funkcionalno nepismene populacije u gradovima, kao potencijalno najvećim konzumentima štampe, rezultirao je poražavajućim podatkom, prema kojem manje od 5 odsto ukupne populacije u zemlji kupuje novine. Naravno, ekonomska (ne)moć stanovništva snažno pogoduje tom nepovoljnom trendu.

Nedavno usvojen Zakon na dodatnu vrijednost (PDV), planiran da stupi na snagu 1. septembra ove godine, dodatno će pogoršati ionako loše stanje štampanih medija. Naime, PDV podrazumijeva ekstra porez (za sada 17 odsto), na štampu i knjige, uključujući čak i školske udžbenike.

Normativna projekcija i faktičko stanje

U poređenju sa susjedima, Bosna i Hercegovina ima solidan pravni okvir u kojem mediji djeluju. Regulatorna agencija za komunikacije (RAK/CRA) je odgovorna za radio i TV stanice, kao i za sektor komunikacija na nivou države. RAK izdaje dozvole rtv stanicama za njihov rad, te prati poštivanje Kodeksa ponašanja rtv emitera. Aspekt programskih sadržaja je u fokusu, a strožijij kriteriji se primjenjuju prema javnim emiterima, s obzirom na njihovu poziciju i način finansiranja.

Na nivou zemlje je i Zakon o Javnom rtv sistemu/servisu, takođe koncipiran po zapadnoevropskim medijskim standardima. Kako su neke oblasti iz zakona bile nejasne i nedefinisane, to se pristupilo izradi amandmana. Nakon višemjesečnih usaglašavanja, Savjet ministara je dao oficijelnu preporuku da usaglašeni amandmani idu u skupštinsku proceduru na usvajanje.

Po sadašnjem zakonskom rješenju, u funkciji su tri javna emitera: Javni RTV servis, poznatiji kao BHT1, te dva entitetska javna emitera: Federalna Televizija BiH (FTV) i Radio Televizija Republike Srpske (RT RS). Postoji i četvrti pravni subjekt, poznatiji kao korporacija, koja zaokružuje sistem.

Prema posljednjim podacima RAK-a, u BiH djeluje ukupno 189 emitera, od čega su 147 radio stanice i 42 TV stanice. Mada je brojka znatno umanjena u odnosu na raniji period, odnosno prije ustanovljenja Nezavisne komisije za medije (IMC) u ljeto 1998. godine, koja je inače preteča današnjeg RAK-a, u BiH je još uvijek veliki nesrazmjer između ukupnog broja medija i broja stanovnika (3,8 miliona).

Katalog mogućih sankcija za kršenje Kodeksa ponašanja RAK predviđa pismeno upozorenje, izricanje finansijskih kazni, suspenzija licence, ulazak u objekte i prostorije, zaplijena opreme, prekid emitovanja programa, zaključno sa gašenjem licence.

U dosadašnjoj praksi, novčane kazne su bile relativno umjerene: od 3.000 do 5.000 KM (1.500 do 2.500 eura), ali je Agencija nedavno načinila presedan kaznivši lokalnu TV Alfa iz Sarajeva sa 50.000 KM, jer je u programu imala sadržaj vrijeđanja na rasnoj i vjerskoj osnovi. Tačnije, u predbajramskoj hutbi (Ramazan bajram, novembar 2004.), gost u emisiji, jedan vjerski dužnosnik, prenosio je antisemitske poruke i otvoreno pozivao na linč nevjernika.

U obrazloženju kazne stoji kako je TV Alfa ranije učestalo kršila Kodeks, te da bi vjerovatno pored novčane kazne uslijedila i suspenzija. Do toga ipak nije došlo jer je ova TV stanica u međuvremenu prestala emitovati program, prodavši svoju licencu/frekvenciju kompaniji NIP Avaz, u čijem je vlasništvu *Dnevni avaz*, list sa najvećim tiražem u BiH.

Fenomen kompanije Avaz biće posebno obrađen na drugom mjestu u ovom tekstu, jer po brojnim indikatorima predstavlja paradigmatičan slučaj koji jasno odlikava medijsku scenu BiH, upravo u kontekstu istraživanja fenomenologije i tipologije ekonomskih i drugih pritisaka na medije u ovoj zemlji.

Štampani mediji u BiH su prepušteni konceptu samoregulacije. Izvorno je bilo planirano da ondašnja Nezavisna komisija za medije (IMC) bude odgovorna i za štampu, ali

je preovladao stav međunarodnih predstavnika (dominantno britansko stajalište), kako štampa u BiH treba biti prepuštena samoregulaciji. BiH je u tom smislu prva zemlja u regionu koja je ustanovila samoregulaciono tijelo nazvano Savjet za štampu, sastavljen od predstavnika profesije i nevladinog sektora, civilnog društva, odnosno građana. U ovom tranzicijskom periodu na čelu Savjeta je stranac (Britanac), što već predstavlja određeni anahronizam i čak u izvjesnoj mjeri opterećuje složen i suptilan proces samoregulacije. Ako je Regulatorna agencija za komunikacije već treću godinu u cijelosti sastavljena od domaćih ljudi, onda se i Savjet za štampu trebao zahvaliti Robertu Pinkeru i na svoje čelo postaviti domaćeg čovjeka. Izrađen je i Kodeks za štampu, koji uglavnom predstavlja kompilaciju postojećih etičkih kodeksa, uz ugrađivanje određenih paragrafa, primjerenih specifičnom ustrojstvu post-dejtonske BiH.

Savjet za štampu je postao operativan prije dvije godine, ali su njegovi dosadašnji učinci i dometi veoma skromni. Da podsjetimo, sama sintagma *samoregulacija medija*, sugerise odsustvo svake zakonske regulative i prinude. Međutim, u ambijentu države, poput čardaka, ni na nebu, ni na zemlji, akulturalnih tradicija, poremećenih vrijednosti, raspolučene svijesti i identiteta, snažnih animoziteta, zaronjenosti u etno-nacionalizam i prošlost, naprasne i napadne religioznosti, te poslovične neodgovornosti i aljkavosti ljudi sa ovih prostora, koncept samoregulacije jednostavno ne može funkcionisati.

Indikativan je bio nedavni slučaj otmice dječaka jednog sarajevskog sportiste. Roditelji i policija su zamolili medije da se o tome ne izvještava, kako se ne bi ugrozio dječakov život, za čije su oslobođenje otimičari tražili milion eura! *Dnevni avaz* se oglušio o te molbe i na naslovnoj strani čak objavio fotografiju dječaka, što je u suprotnosti sa Kodeksom za štampu.

U *Avazu* nisu željeli priznati svoj neprofesionalizam, već su čak osporili legitimitet Savjeta za štampu i novinarski kodeks, mada su i njihovi predstavnici svojevremeno učestvovali u izradi Kodeksa za štampu. U ispoljavanju već poslovične arogancije, u *Avazu* su najavili formiranje paralelnog Savjeta za štampu.

Ovaj primjer, kao i slučaj dokapitalizacije sarajevskog *Oslobođenja*, inače najstarijeg dnevnog lista u BiH, o čemu će biti riječi nešto kasnije, obogaćuju paletu pritisaka na medije, ali i potcrtavaju svu specifičnost bh. medijskog ambijenta. Naime, eksponenti pritisaka su i sami mediji, u nemilosrdnom medijskom ratu.

BiH je takođe prva u regionu dekriminalizovala klevetu i uvredu. Novinari više ne mogu biti zatvarani radi klevete i uvrede, ali u građanskoj parnici prijete im visoke novčane kazne, što se negativno odražava kao samocenzura novinara i medija. Paradoks je što se

pretežno tuže novinari između sebe, a onda političari i novinari. Na stotine sudskih predmeta je u toku.

BiH je takođe prva u regionu zakonski uredila materiju slobodnog pristupa informacijama. Međutim, učinci i dometi ovog zakonskog rješenja su slabašni. Krivica je dominantno na profesiji. Novinari još uvijek nisu sagledali prednosti i pogodnosti ovog zakona, posebno u kontekstu istraživačkog novinarstva.

U prošlogodišnjoj anketi Reportera bez granica (RSF), o stanju (ne)slobode medija u svijetu, BiH je relativno visoko rangirana, na 21. mjestu (čak ispred Sjedinjenih Država), a daleko ispred svojih neposrednih susjeda – Hrvatske i Srbije i Crne Gore. Ovako visok plasman BiH u prvom redu je rezultat zakonske regulative koja je usklađena sa zapadnoevropskim medijskim standardima. Zasluge u prvom redu pripadaju međunarodnoj zajednici u BiH koja je inicirala i sponzorirala brojne medijske projekte, uključujući i medijsku regulativu, koja je najčešće nametana. Naravno, uočljiv je raskorak između normativne projekcije i faktičkog stanja, ne samo u sektoru medija, već i šire, posebno na planu zaštite temeljnih ljudskih prava i sloboda, koja se dotiču i novinara, kao integralnog dijela društvene i političke zajednice.

Odnos vlasništva nad medijima i njihova nezavisna pozicija su u tijesnoj vezi. U visokorazvijenijim zemljama i uređenoj državi, gdje vladaju zakoni tržišta, vlasnici medija se uglavnom ne upliću u njihovu uređivačku i programsku politiku i orijentaciju. Međutim, u siromašnijim zemljama, slabašnih demokratskih tradicija, kakva je i BiH, naglašenije i otvorenije se pribjegava kontroli i manipulaciji medijima.

Suptilniji, ali i opasniji vid nasrtanja na nezavisnu poziciju medija predstavlja medijska koncentracija, tipa Berlusconi u Italiji. U BiH, za sada, nema primjera medijske koncentracije. Otuda *Pravilo 21/2003 o medijskoj koncentraciji i vlasništvu nad elektronskim medijima*, koje čini integralni dio *Zakona o komunikacijama BiH* (na snazi od 1. aprila 2004. godine), predstavlja čin osujećenja mogućih zloupotreba na tom planu. Zakon inače zabranjuje višestruko vlasništvo nad lokalnim rtv stanicama, naročito u slučajevima pokrivanja iste populacije. Ključna je odredba, po kojoj jedno fizičko ili pravno lice ne može biti vlasnik dvije ili više rtv stanica. Ograničava se takođe mješovito/ukršteno vlasništvo (joint or cross ownership) nad rtv stanicama i štampanim medijima. Takođe se propisuje kako jedno fizičko ili pravno lice, koje je vlasnik jedne radio ili TV stanice, može istovremeno biti i vlasnik jednog štampanog medija. Zakon, odnosno *Pravilo* Regulatorne agencije za komunikacije dozvoljava prenos dozvole za emitovanje.

Bitno je da Regulatorna agencija za komunikacije striktno nadgleda primjenu ovog zakona, jer njegovo izigravanje predstavlja potencijalno najveću opasnost po nezavisnu i pluralnu medijsku scenu u BiH.

Oglašavanje

Oglašavanje predstavlja najefikasniji instrument ekonomskih pritisaka na medije u BiH. Na koži su to najprije osjetili novinari sarajevskog nedjeljnika *Dani*. Radi svoje probosansko-hercegovačke orijentacije i u tom duhu vođene uređivačke politike, prijetilo im se uskraćivanjem oglašavanja od strane nekih firmi koje su pod uticajem snaga koje zastupaju tvrde bošnjačke nacionalne interese. Suvišno je isticati kako štampani mediji ne mogu opstati od prodaje tiraža, već presudno ovise o oglašavanju. Za opstanak novine u životu, posebno periodičnih magazina, minimum 30 odsto prostora moraju biti oglasi. Oglašivači su u pravilu velike i profitabilne državne firme (Elektroprivreda BiH, Telekom BiH, Pošte BiH i dr.), inače pod snažnim uticajem Stranke demokratske akcije (SDA), vodeće bošnjačke političke partije. Slična je situacija i na teritorijama sa srpskom i hrvatskom većinom.

Pritisku pribjegavaju i vjerske zajednice. *Dani* su istina prošlog ljeta, sa grafički i likovno neukusno opremljenom naslovnom stranom, koja je prikazivala reisa Cerića, poglavara Islamske zajednice BiH, neprikladno odjevenog kako koristi sex hot-line, ponovo bili na meti oštih napada. Cirkulisalo je pismo potpisano od reisa Cerića, koje je sadržajem i tonom zapravo predstavljalo fetvu kojom se zabranjuje oglašavanje u *Danima*, ali i medijima slične uređivačke orijentacije.

Ovaj slučaj istovremeno ilustruje i potvrđuje snažnu i opasnu spregu države, političkih struktura i klera. Ne treba ni isticati pogubnost takve prakse po nezavisnu poziciju medija.

Problem oglašavanja je izražen i u elektronskim medijima, posebno kod javnih emitera. Revizorski izvještaj specijalizovane inostrane firme Ernst&Young ukazuje na nelogičnost opadanja vremena oglašavanja velikih državnih firmi i sistema sa monopolskim položajem, što sugeriše kako su rukovodne strukture pod direktnim i otvorenim uticajem tekuće politike. To i ne treba da iznenađuje ako se zna da su rukovodne strukture dio vladajućeg političkog establišmenta, ili dio formalnih, ili neformalnih centara političke moći. Zakon o sukobu interesa ovdje jednostavno ne vrijedi.

U vrijeme prave hajke na FTV, čiji je program okvalifikovan kao antibošnjački i anti-islamski (na meti je posebno bio politički magazin «60 minuta»), sa govornice federalnog parlamenta je upućivan otvoren poziv na neplaćanje rtv takse, koja je zakonom propisana. I to je Bosna. Legalno izabrani članovi parlamenta pozivaju javnost na građansku neposlušnost, ovaj put u vidu odbijanja plaćanja rtv takse. Bojkotu su se u horu pridružili mediji s bošnjačke desnice: *Dnevni avaz*, *Ljiljan* i *Valter*. Pozivi su imali efekta, a inače nizak postotak plaćene rtv pretplate, koji se u Federaciji BiH kretao oko 50 odsto (u Republici Srpskoj oko 60 odsto), u novembru prošle godine pao je čak ispod 45 odsto.

Negativna percepcija FTV u dijelu izmanipulisane bošnjačke javnosti je zaokružena nesporazumom oko prigodnog programa ramazanske vaktije (prestanak dnevnog posta). Nesporazum je nastao između BHT1 i FTV oko toga koji će se emiter uključivati u program ramazanske vaktije, pa u prvih nekoliko dana nije bilo prigodnog programa, bilo na BHT1, bilo na FTV. Zanimljivo je da je RTRS svakog jutra saopštavala raspored ramazanske vaktije. Reakcija na ovaj krupan propust javnih emitera bila je ipak pre nagljena odluka Rijasete Islamske zajednice BiH (poglavarstvo najbrojnije vjerske zajednice u BiH), da zabrani direktan prenos ramazanskog Bajrama FTV i BHT1, ne samo iz Begove džamije u Sarajevu, već i iz svih džamija u BiH. Dozvolu za direktan prenos je dobila lokalna TV Hayat iz Sarajeva.

Ovaj slučaj se mogao posmatrati u kontekstu Zakona o slobodnom pristupu informacijama, a posebno u kontekstu *Pravila 01/1999, Definicije i obaveze javnih emitera, Izmijenjen i dopunjen tekst, RAK/CRA*, od 22. septembra 2003. godine, koji jasno definiše i uređuje obavaze javnih emitera, koji moraju artikulirati javni interes. Ovaj put je to bio direktan prenos Ramazanskog bajrama, kao najvećeg islamskog praznika. Rijaset se ovdje ponašao kao paradržavna institucija, koja se oglašuje o autentičan interes javnosti. Država je, s druge strane, kao i međunarodna zajednica, utjelovljena u Visokom predstavniku (OHR), ostala skroz po strani. Postaje već indikativno koliko međunarodna zajednica žmiri na upečatljive primjere anti-dejtonskog ponašanja ovdašnjeg klera.

Mučan utisak nije popravila ni kasnija odluka da se javnim emiterima dozvoli direktan prenos Kurban bajrama.

Inače, ovaj nemio događaj je gotovo ugrozio opstanak FTV, da se nije pojavio jedan veliki oglašivač iz susjedne Srbije: kompanija Grandcaffe, koja je iznenada ušetala sa finasijskom injekcijom od 2 miliona KM. Očito, veliki sistemi izvan BiH su izvan domašaja domaće politike.

Uoči zaključivanja ovog teksta primili smo kopiju dopisa komercijalne Mreže plus (čine je TV Hayat, Radio Televizija Mostar (istočni), Hrvatska Televizija Oscar-C Mostar (zapadni), Tuzlanska Televizija i Alternativna Televizija Banjaluka), upućenog Regulatornoj agenciji za komunikacije, Asocijaciji elektronskih medija BiH, Međunarodnoj oglašivačkoj asocijaciji (IAA), USAID/Chemonics International i Ministarstvu komunikacija i transporta BiH. Indikativan je raspored naslova kojim je dopis upućen. Državno resorno ministarstvo je na posljednjem mjestu?!

U dopisu se apostrofira problem tzv. prelijevanja signala (spillover) iz susjednih zemalja, neregulisan status kablovskih operatera, koji uporno emituju programe na teritoriji BiH za koje nemaju regulisana autorska prava, te navodno grubo kršenje pravila RAK, u materiji izdavanja dugoročnih dozvola za emitovanje. Ovdje je jasna aluzija na FTV, koja je doista znanto redukovala svoj informativno-politički, dokumentarni i kulturni program, u korist zabavnih, subkulturnih sadržaja tipa karaoke ili reality show, mada kao javni emiter posjeduje tzv. nacionalnu frekvenciju, odnosno mogućnost emitovanja programa na cijeloj teritoriji BiH.

Pozicija FTV je dijelom rezultat nedefinisanog statusa i pozicije tri javna emitera u BiH. BHT1 pretenduje na uloga leaderskog kanala, što joj entiteski emiteri osporavaju.

Nedavno je održan i sastanak Međunarodne oglašivačke asocijacije (International Advertising Association – IAA), ogranak u BiH, s ciljem rješavanja, kako su istakli, gorućih problema bh. medijskog tržišta.

Ilustrativan je primjer televizije OBN (dijelom u vlasništvu Nova TV iz Zagreba), koja takođe ima dozvolu za nacionalnu pokrivenost. Mada skromne gledanosti (5 odsto na nivou BiH u januaru ove godine), te odgovarajućeg market udjela, OBN nema nikakvih zakonskih ograničenja po pitanju korištenja komercijalnog vremena, što nije slučaj niti u jednoj zemlji u okruženju, te na tržištu nudi najpovoljniji, odnosno najniži cjenovnik propagandnog programa (CPP), čime ugrožava cjelokupnu bh. oglašivačku industriju. Osim toga, vođenjem poslova preko oglašivačkih agencija iz Hrvatske, klijent koji se oglašava na OBN, oslobođen je plaćanja poreza na promet usluga, čime država BiH gubi svoj prihod.

Na potezu je Regulatorna agencija za komunikacije koja se treba jasno odrediti po svim izloženim i drugim problemima. RAK najprije treba preispitati uslove licence medija koji je bitno promijenio obim produkcije i programski format.

Nužno je započeti primjenjivati Zakon o konkurenciji (usvojen 2001. godine), koji jasno definiše i zabranjuje monopolsko djelovanje i koncentraciju na tržištu. Zabranjuje se svaka koncentracija koja bi narušavala konkurenciju na teritoriji BiH.

Već je pokrenuta inicijativa za izradu Kodeksa IAA, kao vrsta samo-regulacije u ovoj sferi, u cilju uspostavljanja fer poslovnih običaja i ponašanja između medija, agencija i klijenata. Po sličnoj formuli Savjeta za štampu, formiraće se i Vijeće časti koje će pratiti dešavanja na medijskom tržištu BiH, te reagovati na sva kršenja dobrih poslovnih običaja. U slučaju da oglašivačka agencija ili medij (bez obzira da li su u članstvu IAA), prekrše Kodeks IAA, putem medija će se upozoriti javnost na njihovo nefer ponašanje.

Model samo-regulacije u oglašivačkoj industriji može značajno amortizovati, pa i smanjiti ekonomske i druge pritiske na medije u BiH.

Dnevni avaz vs. Oslobođenje

Slučaj ataka kompanije Avaz na *Oslobođenje* paradigmatičan je u kontekstu obrade teme ekonomskih i drugih pritisaka na medije u BiH.

Kad je početkom decembra prošle godine obznanjena tzv. dokapitalizacija *Oslobođenja*, u kompaniji Avaz su zazvonili na uzburu. Kao firme koje bi učestvovala u dokapitalizaciji lista spominjana je Sarajevska pivara i Fabrika duhana Sarajevo. Orkestriranom napadu na *Oslobođenje* pridružili su se nedjeljnik *Ljiljan* i dvonedjeljnik *Valter*, jer je dokapitalizacija viđena kao pokušaj spašavanja ekonomski posrnulog lista.

Niko ne spori kako je *Oslobođenje*, pored materijalnih i finansijskih nevolja, takođe u dubokoj profesionalnoj i stvaralačkoj krizi. Ostala je upamćena rečenica Kemala Kurspahića, svojevremeno glavnog i odgovornog urednika lista, u njegovoj knjizi «Zločin u 19,30» - bitke koje je dobio u ratu, list bi mogao izgubiti u miru.

Koncem septembra prošle godine, redakcija je najavila diskretan grafički redizajn novine, ali je uređivačka koncepcija i orijentacija ostala praktično neizmjenjena. Izvjesne likovno-grafičke i sadržajne intervencije sugerišu energičnije okretanje konceptu tabloida. Ilustracije radi, bilo je sportskih vijesti plasiranih na naslovnoj strani, što je tipično za tabloid. Međutim, uporno se provlači manir traljivosti i šlamperaja u listu. Često se ista vijest pojavi na dva različita mjesta, uz različitu redakcijsku opremu. Suviše je upitnika iza bombastično sročanih naslova, što dovodi u pitanje pouzdanost izvora informacija.

Tiraž je više nego skroman: oko 12.000 primjeraka, uz visoku remitendu. Kako su tiraži novina inače najstrožije čuvana tajna na ovdašnjem medijskom tržištu, procjene govore kako se proda svega 8.000 primjeraka lista.

Svejedno. I na tako posrnulo *Oslobođenje* obrušio se *Dnevni avaz*. Očito, sa žarkom željom da ga konačno dotuče i dokine.

U *Avazovoj* huškaško-pogromaškoj retorici, *Oslobođenje* se naziva «komunističko», nastavljajući na jednom mjestu, citiramo: «Ko je, uostalom, medijski ubijao braću Pozderac, hapsio muslimane '83. godine, te svojevremeno dovodio Miloševića na vlast kao regionalnog spasioca ...» (*Dnevni avaz*, 6. decembra 2004.).

Za javnost izvan BiH, Pozderci su bili visoko rangirani u bivšoj Jugoslaviji, a proces iz '83. se odnosio na pripadnike Mladih muslimana, koji su u bivšem režimu bili prokazani, kao i pripadnici ostalih nacionalnih retrogradnih ideologija i pokreta. Kad se svojevremeno pokretalo pitanje lustracije u BiH, tadašnji predsjednik BiH, Alija Izetbegović, koji je bio prvooptuženi u procesu iz '83., jasno je i decidno rekao kako nikakvog revanšizma neće biti, aludirajući na ondašnje tužioce i sudije, jer djela koja smo počinili i za koja smo osuđeni, bila su protuzakonita u ondašnjoj državi.

Povodom nedavnog otvaranja Avazove poslovne zgrade, na tlocrtu srušenih nebodera *Oslobođenja*, u sarajevskom naselju Nedžarići, Mirko Šagolj, kolumnista i bivši glavni i odgovorni urednik lista, napisao je nadahnut komentar, naslovljen «Stid i ponos» (*Oslobođenje*, 12. februar 2005.). U redakcijskoj opremi izvučen je upečatljiv podnaslov: «Neboderi koji su bili simbol časne BiH zamijenjeni su neboderima koji simboliziraju sramotnu, pljačkašku BiH». U komentaru autor podsjeća kako je država BiH (prije Dejtona), ostala dužna listu oko 1,5 miliona maraka, dok je ta ista država, preko SDA, sponzorirala projekat novog dnevnog lista sa deset miliona maraka!

Visoko rangiran u SDA, Timur Numić, ranije revnosan član Saveza komunista Jugoslavije (SKJ), na jednom političkom skupu je doslovno izustio: «Stvorili smo bubu koja će pojesti *Oslobođenje*».

Nažalost, sve upućuje da će se ova prijetnja u konačnici i ostvariti.

Ovaj slučaj predstavlja specifičan, ali flagrantan i brutalan primjer ekonomskog slamanja jedne novine, posredstvom druge, koja je međutim, samo egzekutor već ranije donesene političke odluke o eliminaciji novine s demokratskom tradicijom i civilizacijskim vrijednostima.

Loš materijalni status novinara preduslov za manipulacije

Koliko god zvučalo šablonski i stereotipno, ali mediji doista i neminovno dijele sudbinu zemlje i društva, naprijed istaknutu i opisanu.

Nužno je na kraju iznova apostrofirati inferioran, gotovo kolonijalni položaj i status BiH, u odnosu na njene susjede. Ta ekonomska zavisnost se takođe negativno reflektuje i

na medijskom tržištu BiH. Pored već navedenog prelijevanja signala, odnosno TV programa, dnevni listovi i nedjeljnici iz susjednih zemalja imaju značajnu prođu u BiH, što se posebno odnosi na beogradske *Večernje novosti* i zagrebački *Večernji list*. Nema pouzdanih podataka, ali procjene govore kako su prodati tiraži svakog od ova dva lista u BiH veći od tiraža *Oslobođenja*, a ozbiljno je ugrožen plasman banjalučkih *Nezavisnih novina* na prostoru Republike Srpske, od strane *Večernjih novosti*. Doduše, plasman *Nezavisnih novina* je ugrožen radi njihove ukupne pro-bosanske orijentacije i uređivačke politike, što, nažalost još uvijek nailazi na odbijanje u najvećem dijelu Republike Srpske.

Kredo Međunarodne federacije novinara (IFJ), kaže kako nema slobodne štampe ako novinari djeluju u uslovima, straha, pritiska i materijalne nesigurnosti, što je upravo zajedničko mjesto u neveseloj medijskoj slici BiH.

Ilustrativan je slučaj, odnosno postupak Željka Mitrovića, vlasnika TV Pink BiH, koji je nedavno, komentarišući otpuštanje 18 svojih radnika, izjavio kako neće tolerisati sindikalno organizovanje novinara, jer «ovo nije socijalizam, niti samoupravljanje»!?

Izjava je svakako upečatljiva u odslikavanju nezavidnog statusa brojnih novinara i tehničkih lica u medijskim kućama.

U otvorenom pismu asocijacije «BiH Novinari», podsjeća se vlasnik TV Pink BiH, kako radno zakonodavstvo u BiH omogućuje sindikalno organizovanje i djelovanje uposlenih, u cilju zaštite svojih prava iz radnog odnosa, te kako to «nije ni socijalistička, ni Titova tekovina, već ljudsko pravo radnika u cijelom svijetu...».

Ovo obraćanje «BiH Novinara» neće puno pomoći, ukoliko sve ostane na proklamacijama, te ukoliko se novinari i ostali zaposleni u medijima konačno ne počnu energičnije zauzimati za poboljšanje svog inače nezavidnog materijalnog položaja.

Sa materijalno obezbjeđenim novinarom se teže manipuliše, što je pouzdan put ka, ako ne eliminaciji, a ono barem sužavanju manevarskog prostora za političke, ekonomske i druge manipulacije i pritiske na medije.

Dušan Babić je analitičar u Media plan institutu. © Media Online 2005. All rights reserved.

Tekst je napravljen u okviru projekta Medijska saplitanja zemalja u tranziciji koji podržava Mreža za profesionalizaciju medija jugoistočne Evrope (SEENPM), a izvodi Media plan institut Sarajevo sa partnerskim organizacijama – Medija centar Beograd, Albanski medijski institut Tirana, Internacionalni centar za edukaciju novinara Opatija, Makedonski institut za

medije Skopje i Crnogorski medijski institut Podgorica. Svi tekstovi će krajem aprila biti dostupni u knjizi na engleskom i bosanskom/srpskom/hrvatskom jeziku.