

## **Nezavisnost medija u tranziciji**

### **(NE)MOGUĆA MISIJA**

**Draško Đuranović**

**4. maj 2005.**

Priča o raznolikosti medijske scene u Crnoj Gori počinje razvojem višepartizma. Velike političke promjene krajem osamdesetih godina prošlog vijeka i početak raspada SFRJ, Crna Gora je dočekala praktično u medijskom mraku: jedna državna dnevna novina, jedan državni radio i jedna državna televizija – sve pod kontrolom jedne, komunističke partije.

Ipak, rađali su se novi mediji - prvo dvonedjeljnik »Krug«, potom i nedjeljnik »Monitor«... Bili su to prvi privatni mediji u Crnoj Gori, prva glasila nezavisna od upliva države ili neke partije. U to doba nezavisni mediji su formirani kao vid kulturnog i političkog otpora vladajućoj, državnoj ideologiji crnogorske političke elite koja je – u savezništvu sa politikom Miloševićevog Beograda - propagirala rat sa susjedima i nacionalnu mržnju. Sredinom 1994. godine startovao je sa radom i »Antena M«, prvi privatni radio u Crnoj Gori, a 1997. godine i Blue Moon, prva privatna televizija.

### **Politički sukob uzrokovao medijsku poplavu**

Pravi procvat broja medija u Crnoj Gori zabilježen je tokom 1997. godine. Tada se dio crnogorske vladajuće partije Mila Đukanovića suprotstavio Miloševićevoj politici. Nastao je veliki pritisak Beograda na vlast u Crnoj Gori i ona je, u želji da obezbijedi demokratsku podršku svojoj politici, maksimalno podržala razvoj privatnih medija. U tom periodu i međunarodna zajednica je intezivno pomagala crnogorske nezavisne medije. Ne samo radi pravljenja demokratskog društva u Crnoj Gori već i kao sredstvo borbe protiv diktature u Srbiji. Naime, zajedničko tržište je omogućavalo da se mediji registrovani u Crnoj Gori prodaju i u Srbiji bez ikakvih ograničenja.

Septembra 1997. godine iz nedjeljnika »Monitor« formirane su prve dnevne privatne novine u Crnoj Gori - dnevnik »Vijesti«. Bio je to definitivni početak jednog novog vremena. Dnevnik »Vijesti« je prvi uspio da spoji profesionalnost i tržišne principe. Bio je to medij koji je, osim pomoći iz inostranstva, uspio obezbijediti i bitne domaće izvore prihoda. U to doba su se i neki srpski mediji, bježeći od Miloševića,

registrovali u Podgorici (»Dnevni telegraf« i »Danas«). U istom periodu (1997.-2000.) zabilježen je i najveći upliv stranih donacija u oblasti medija – otprilike oko petsto hiljada eura godišnje.

Na drugoj strani, reagovao je i beogradski režim. Milošević je krenuo da logistički pomogne osnivanje »svojih« medija u Crnoj Gori. Tako je 1998. godine u Crnoj Gori osnovan dnevni list »Dan«, nakon nezavisnog dnevnika Vijesti druga privatna novina u Crnoj Gori. Osim »Dana« zvanični Beograd je – kroz finansijsku podršku Savezne vlade - pomogao i osnivanje radio stanice »Radio D«, »TV YU Info« i nekih drugih glasila koja su uglavnom bili megafoni Miloševićeve politike u Crnoj Gori.

Ta politička borba – Miloševićevih protivnika i Miloševićevih pristalica u Crnoj Gori – značajno je doprinijela razvoju broja medija na crnogorskoj sceni. Odrzilo se to i na današnje tržište medija u Crnoj Gori, koje - po inerciji - još ima veliki broj medija.

Prema izvještaju Instituta za medije Crne Gore na crnogorskom tržištu registrovana su četiri dnevna lista, tri nedjeljnika i 17 periodičnih novina. Još je veća »gužva« kod elektronskih medija: 15 televizijskih stanica i 43 radio stanice, uključujući i lokalne javne televizijske i radio servise. Ukupno je u Crnoj Gori registrovano 108 medija i sedam dopisništava u kojima je zaposleno 1944 profesionalca (1.170 stalno zaposlenih i 734 honoraraca).

Brojnost oslikava veliki problem sa kojim se suočavaju mediji na crnogorskom medijskom nebu: za državu koja broji tek 670 hiljada stanovnika – postoji prevelika ponuda medija. Tim prije, što Crna Gora nije politički ili ekonomski izuzetno zanimljiva lokacija za razvoj medija i ulaganja sa strane.

Zato je, tokom 2002., 2003. i posebno u 2004. godini uočljiv pad stranih donacija, odnosno ulaganja u crnogorske medije. Strani analitičari očigledno procjenjuju da je najteži period prošao i da mediji moraju sami sebi obezbijediti opstanak. Prema svim pokazateljima strane donacije ili krediti za crnogorske medije neće tokom 2005. godine premašiti 150 hiljada eura.

Kako će i ko će od crnogorskih medija preživjeti vrijeme koje dolazi?

### **Državni elektronski mediji: izazov javnog servisa**

Ispunjeni su gotovo svi formalno-pravni uslovi za transformaciju državne televizije i radija u javni servis. Krajem 2003. godine usvojen je Zakon o javnom servisu i u skladu sa time je sljedeće 2004. godine izabrana nova upravljačka struktura: Upravni odbor i Programski savjet RTVCG. Izabrani su takođe i direktor i

programski direktor RTV Crne Gore. Pri tom, sve je to urađeno uz puno poštovanje međunarodnih standarda i preporuka stručnjaka OEBS-a.

Uprkos svemu, transformacija RTV Crne Gore ozbiljno je dovedena u pitanje, a o nekom bitnijem razvoju teško da se može govoriti. Glavni krivac tome je – država, odnosno vladajuće strukture.

Umjesto da pomogne metamorfozu državne televizije i radija u javni servis, crnogorska država je RTVCG dovela na sam rub egzistencije smanjenjem novca iz budžeta i neredovnim prilivima sredstava od TV pretplate.

Sredinom juna 2004. godine Ustavni sud Crne Gore proglasio je neustavnim model naplate RTV pretplate posredstvom plaćanja telefonskog računa. Sud je ocijenio da naplaćivanje radio-difuzne pretplate uz telefonske račune – bez provjere da li fizičko ili pravno lice ima radijski ili televizijski prijemnik – stavlja u neravnopravan položaj sve one koji plaćaju telefonski račun ali nemaju radio ili televizijski prijemnik. Zato je preporuka (naredba) Ustavnog suda da radio-difuznu pretplatu treba da plaćaju samo oni za koje je pouzdano utvrđeno da imaju radio ili TV prijemnik.

Takva odluka Ustavnog suda donijeće dodatne finansijske nevolje rukovodstvu RTV Crne Gore. I dosadašnji mehanizam naplate je škripao. Agencija za radio-difuziju platila je tokom 2004. godine nešto više od 50 odsto sredstava na ime radio i TV pretplate. Pošto se pretplata ubirala direktno preko telefonskih računa, očigledno je da je državno preduzeće (Telekom Crne Gore) nekorektno kasnilo sa uplatama. Zanimljivo, državno tužilaštvo Crne Gore nije pokretalo istragu o tome da li je neko nelegalno preusmjeravao novce od RTV pretplate u druge svrhe.

Opisani primjer je tek jedna od državnih opstrukcija u finansijskoj sferi. Kako država posmatra državne elektronske medije pokazuje i primjer smanjivanja budžeta Vlade. Naime, budžetom Vlade Crne Gore za prošlu 2004. godinu bilo je predviđeno 2.600.000 eura za finansiranje javnog servisa RTV Crne Gore.

Kada se sredinom godine Vlada Crne Gore odlučila na smanjivanje budžetskih izdataka prvo je na udaru bio – javni servis. Umjesto predviđenih dva miliona i šesto hiljada, Vlada Crne Gore opredijelila je za RTV Crne Gore – milion eura manje! To je pokazatelj stvarne zainteresovanosti državnog vrha za brzu i efikasnu transformaciju državnih medija u javni servis.

To je samo dio finansijskih problema sa kojima se suočava rukovodstvo RTVCG. Raniji dugovi RTVCG iznose – 6,5 miliona eura, a u RTVCG je zaposleno čak 1004 radnika (prema spisku plata od decembra 2004. godine). Sa takvim opterećenjem, opstanak državnih elektronskih medija je zaista doveden u pitanje.

Statut RTVCG predviđa osam načina, mehanizama i izvora financiranja: 1) televizijska pretplata, 2) taksa na radioprijemnike u motornim vozilima, 3) proizvodnja i emitovanje reklamnih sadržaja, 4) proizvodnja i prodaja audiovizuelnih radova, 5) sponzorisanje programskih sadržaja, 6) organizovanje koncerata, 7) sredstva iz državnog budžeta, 8) drugi izvori finansiranja.

Formalno, postoji šarolikost izvora finansiranja RTVCG. U realnosti, međutim, u ukupnoj sumi potrebnih prihoda, od pretplate se ubire čak – 80 odsto prihoda. Kako je Ustavni sud osporio dosadašnji način ubiranja pretplate, a država smanjila izdvajanja za javni servis, RTVCG je ugrožen opstanak.

U narednom periodu će biti direktna borba za opstanak. Rukovodstvo RTVCG već je najavilo da će, do kraja aprila 2005. godine, lišiti se usluga oko 120 zaposlenih (više od 10 odsto ukupno zaposlenih) da bi na taj način smanjila postojeće rashode. To je, međutim, samo jedna od mogućih ušteda i u mjesecima koji slijede. RTVCG tek treba da se izbori za vlastiti opstanak.

### **Privatni printani mediji: mala bara puna krokodila**

Premda je pozicija državnih elektronskih glasila vrlo teška, u najtežoj situaciji su mediji koji nijesu pod kontrolom ili ne uživaju finansijsku potporu države ili partija.

Na malom crnogorskom tržištu, u državi koja je pred bankrotom, mediji teško da mogu računati na preživljavanje samo od prodaje i marketinga. Istraživanja medijske scene ukazuju da su neophodne korjenite promjene da bi neki mediji zaista opstali u novonastaloj situaciji.

Crnogorski printani mediji su tokom posljednjih petnaest godina postali nezaobilazan i vrlo uticajan faktor profilisanja javnog mnijenja. Kao što je već rečeno, na teritoriji Crne Gore egzistiraju danas četiri dnevna lista (»Pobjeda«, »Vijesti«, »Dan« i »Republika«), tri nedjeljnika (»Monitor«, »Revija D« i »Koha Javore«) i 17 periodičnih časopisa. Osim »Pobjede« i nedjeljnika »Koha javore« koji su državna preduzeća, sve ostale medijske kuće su osnovane od privatnog kapitala i u rukama su privatnika.

Doduše, prilikom samog osnivanja dnevnika »Dan« učestvovala je država, ali sa nivoa SRJ: list je dobio »na poklon« štampariju i roto papir od Savezne vlade čiji je predsjednik tada bio Momir Bulatović. Prema pisanju crnogorskih medija, cjelokupna investicija u list »Dan« bila je vrijedna 1.700.000 njemačkih maraka (oko 850 hiljada eura). No, list »Dan« je u Privrednom sudu registrovan kao privatna medijska kuća sa poznatim vlasnicima.

Prema istraživanjima brojnih agencija najčitaniji dnevni list na crnogorskom tržištu su »Vijesti«, potom slijedi »Dan«, onda »Pobjeda«, pa tek »Republika«. Srpske dnevne novine, iako su redovno na tržištu Crne Gore, ne mogu se izboriti sa konkurencijom crnogorskih izdanja.

Različite su sudbine i način poslovanja crnogorskih dnevnih listova.

Najčitanija dnevna novina u Crnoj Gori, nezavisni dnevnik »Vijesti« (prosječan tiraž tokom 2002. i 2003. godine kretao se oko 20.000 primjeraka) prva se okrenula novim ciljevima: traženju strateškog partnera. U rukovodstvu te medijske kuće koja uspješno posluje od nastanka 1997. godine procijenili su da moraju inovirati, ne samo novinu već i osnovna sredstva za rad - štampariju. Osim toga, ocijenili su da bi se valjalo pripremiti za predstojeći upliv stranog kapitala – nalaženjem stranog kupca za vlastite akcije.

»Kod nas nije bilo problema sa opstankom. Iako imamo više od 130 zaposlenih, zahvaljujući velikom tiražu od dvadesetak hiljada primjeraka dnevno i, shodno tome, pozamašnim prihodima od reklama, naš dnevnik je imao zagarantovano mjesto na crnogorskom tržištu«, kaže Željko Ivanović, direktor »Vijesti«.

Početak 2003. godine nezavisni dnevnik »Vijesti« je počeo pregovore sa njemačkim koncernom WAZ (Western Allgemeine Zeitung). Njemački medijski magnat već se pozicionirao na Balkanu, prvo kroz ulaganja u Hrvatskoj i Makedoniji, kasnije i u Srbiji gdje su kupili 50 procenata dionica dnevnog lista »Politika«.

U Crnu Goru su ušli kroz investiranje u dnevnik »Vijesti«: kupili su pedeset procenata štamparije »Roto slog« (vlasništvo dnevnika »Vijesti« i nedjeljnika »Monitor«), istovremeno i - pedeset procenata dionica nezavisnog dnevnika »Vijesti«.

»Uređivačka koncepcija - tako je regulisano i kupoprodajnim ugovorom - ostala je potpuno u ingerenciji redakcije Vijesti. WAZ će se potruditi da unaprijedi menadžment, distribuciju i naplatu potraživanja. Mi smo, dakle, zadržali svoju nezavisnost a istovremeno smo našli strateškog partnera voljnog i željnog da ulaže u našu kuću«, kaže direktor »Vijesti« Ivanović.

Koliko je njemački koncern izdvojio za kupovinu polovine dionica najtiražnijeg crnogorskog dnevnog lista ostalo je poslovna tajna »Vijesti« i njemačkog koncerna »WAZ«. U knjizi »Medijsko vlasništvo i njegov uticaj na nezavisnost i pluralizam medija«, koju je izdao Institut za medije Crne Gore ističe se da je »WAZ« kupio 50 odsto akcija lista za oko pet miliona eura.

Nije, međutim, tajna da je WAZ spreman da odriješi kesu i dobro investira u Crnu Goru. Sredinom prošle godine njemački koncern je u Crnu Goru uveo novu

štampariju, vrijednu gotovo dva miliona eura. Nakon svih potrebnih priprema procjenjuje se da će štamparija početi sa radom početkom ljeta ove 2005. godine.

Bez sumnje, ta će štamparija moći da štampa dnevnik i magazine u koloru i tehnički biće znatno ispred konkurencije u Crnoj Gori. Inače, investicija WAZ-a biće i najveće ulaganje stranog kapitala u crnogorsku medijsku scenu u 2005. godini, ali i jedno od najznačajnijih ulaganja uopšte u crnogorsku privredu.

Zbog čega je jaki njemački igrač odlučio da toliko uloži u Crnu Goru? Opremljen savremenom štamparijom, najmodernijom u Crnoj Gori, »WAZ« može da krene u završni korak na osvajanju medija: cijenama njegove štamparije niko neće biti konkurentan i za kratko vrijeme, procjenjuju stručnjaci, nova štamparija preuzeće štampanje najvećeg broja printanih izdanja u Crnoj Gori. Pod pretpostavkom da uspije centralizovati štampu, odnosno preuzeti štampanje drugih dnevnih novina i magazina, »WAZ«-u bi trebalo sedam godina da povрати kapital uloženi u kupovinu polovine dionica »Vijesti« i nabavku nove štamparije. Nakon toga, sva zarada bila bi – ekstra profit.

Uz ekonomsku moć prirodno ide - politička. Kontrolom nad relevantnim medijima u Crnoj Gori njemački koncern bi mogao da – posredno, uz pomoć medija pod svojom kontrolom – utiče i na politička dešavanja u Crnoj Gori. Ipak, nesporno je da nova ekonomska pozicija, nakon ulaska njemačkog kapitala, pruža redakciji i novinarima »Vijesti« lagodniju poziciju.

U međuvremenu, menadžment »Vijesti« je i mimo »WAZ«-a uspio da sprovede neke akcije koje su znatno uticale na poboljšanje prihoda i povećanje tiraža. Takva je bila kampanja »Knjige su u modi« kojom su »Vijesti« - prve na Balkanu – pokrenule akciju prodaje uz novinu i vrlo vrijednih knjiga. Naime, u saradnji sa španskom firmom »Mediaset« dnevni list »Vijesti« je jednom sedmično uz primjerak »Vijesti« prodavao i vrijednu knjigu (uglavnom hit izdanja svjetskih i domaćih autora) za cijenu od svega 2,99 eura. Pošto je prosječna cijena takvih knjiga oko 13 eura, akcija je imala neviđen uspjeh: svakog četvrtka prodavalo se u prosjeku po 25.000 knjiga, a u samom početku čak i 30 hiljada (!). Krajem 2004. godine »Vijesti« su krenule i sa akcijskom prodajom CD-ova domaće produkcije i ta se kampanja pokazala uspješnom (oko 9000 primjeraka CD sedmično). To je znatno olakšalo finansijsko poslovanje »Vijesti« i pretvorilo ovu medijsku kuću u vrlo uspješno crnogorsko preduzeće.

Kako preživljavaju drugi privatni i nezavisni printani mediji?

Za razliku od »Vijesti« ostali printani mediji imaju manje razloga za optimizam. Dnevni list »Pobjeda«, nekada finansirana direktno iz budžeta, sada se prilagođava na samostalno finansiranje. Istini za volju, »Pobjeda« ima vrlo dobru

štampariju, što znači i osnove za uspješno poslovanje. Dugogodišnje tavorenje na državnim jaslama i veliki broj zaposlenih (procjenjuje se da imaju oko 300 prekobrojnih radnika ) ipak su otežali poziciju ovog dnevnog lista.

Već pominjani »Dan« je u početku bio izuzetno vezan za SNP, partiju koju je stvorio bivši premijer SRJ Momir Bulatović. No, korak po korak, »Dan« se oslobodio partijskog uticaja i danas – iako se nažalost i dalje objavljuju tekstovi u kojima se ponekad ispoljava govor mržnje – nije pod patronatom nijedne političke stranke. Prije bi se moglo reći da je list »Dan« glasnogovornik političke opcije koja se zalaže za zajedničku državu sa Srbijom, ali da nije finansijski vezan za jednu stranku ili koaliciju.

Činjenica je, međutim, da sa postojećim tiražom »Dan« jedva sastavlja kraj sa krajem. Iako je riječ o prosječnom tiražu od oko 15-16 hiljada primjereka (zvanične podatke je nemoguće dobiti) to je dovoljno samo za goli opstanak i pokriva, prema nezavisnim procjenama, tek 60 odsto troškova. Problem je što je »Dan« - u želji da savlada konkurenciju – krenuo gotovo sa dampinškim cijenama oglasnog prostora. Ipak, to nije značilo pozitivan preokret. Nešto povećan broj reklama nedostatan je za ekonomski rast.

U najtežoj finansijskoj situaciji je najmlađi dnevni list u Crnoj Gori – podgorička »Republika«. Ovaj dnevnik je nastavljač finansijski neuspješne »Publike«. Ni novi projekat i saradnja sa ruskim partnerom nijesu dali očekivane rezultate. Sa tiražom koji ne prelazi 2000 primjeraka, »Republika« gotovo da nema izgleda za opstanak i sada preživljava samo zahvaljujući investicijama osnivača. Pitanje je, međutim, koji je interes ruskog partnera da finansira neuspješan medijski projekat?

Mada je ukupni tiraž dnevnih listova u Crnoj Gori neuobičajeno visok – procjenjuje se da crnogorske dnevne novine u prosjeku kupuje oko 60 hiljada čitalaca (skoro 10 odsto ukupne populacije) – jasno je da neće sve izdržati konkurenciju.

U međuvremenu, crnogorski nedjeljnici preživljavaju možda najteže dane. Činilo se, 1990. godine pojavom »Monitora«, da će crnogorski nedjeljnici lakše opstati nego dnevne novine. U početku je, zahvaljujući inostranim donacijama i partijskim interesima, egzistiralo u Crnoj Gori pet nedjeljnika. No, u posljednje tri godine ugašeni su »Onogošt« i »Kronika«, kao i partijska novina »Liberal« (kasnije se zvao »Montenegro Tribune«).

Nije sjajna pozicija ni preostalih nedjeljnika. Preciznije rečeno, od klasičnih nedjeljnika (njusmagazina) opstao je jedino najstariji – nezavisni nedjeljnik »Monitor« koji ove godine obilježava 15 godina postojanja. Ostala dva izdanja nijesu pravi

magazini. »Revija D« je neki miks političkog tabloida i žute štampe, dok je »Koha javore« nedjeljnik na albanskom jeziku koji se finansira isključivo iz budžeta.

»Crnogorski nezavisni nedjeljnik Monitor je na raskrsnici. Bez stranih donacija gotovo je nemoguće opstati. Iako naš nedjeljnik ima najveći tiraž od političkih magazina koji se prodaju u Crnoj Gori, on ne može preživjeti na tržištu«, kaže dr. Miodrag Perović, osnivač i aktuelni direktor »Monitora«.

Perović ističe da tržište od nepunih 700 hiljada ljudi je premali resurs za opstanak političkog magazina kakav je Monitor. Nedjeljnik koji je, devedesetih godina prošlog vijeka, nastao kao otpor ratnoj histeriji i nacionalizmu danas je u teškoj situaciji najavom povlačenja donatora. »Neophodne su radikalne ekonomske i uređivačke promjene da bi se održali u životu«, zaključuje Perović, ali i napominje da su za radikalne izmjene u grafičkom dizajnu i uređivačkoj politici potrebne – dodatne investicije. Tako se stvara krug: u stalnoj borbi za preživljavanje nema se ni vremena ni novca za ulaganje u budućnost.

Procjenjuje se da je za opstanak »Monitora« potreban tiraž od najmanje sedam hiljada primjeraka, što je – za crnogorske prilike – imponantna brojka. Poredeći sa, recimo, nedjeljnicima u Srbiji, srpski »NiN« ili »Vreme« morali bi da prodaju više od 100 hiljada primjeraka – to je pandan crnogorskim sedam hiljada (Srbija je veća 15 puta od Crne Gore i za toliko je manje tržište Crne Gore).

»Monitor mora da krene u potragu za strateškim partnerom«, kaže Miodrag Perović. Prema njegovim riječima opstanak crnogorskog nezavisnog nedjeljnika doveden je u pitanje i ozbiljno se razmišlja o prodaji polovine dionica firme koja bi bila spremna da uloži u razvoj nedjeljnika. »Tek uz priliv svježeg novca možemo računati da je transformacija nedjeljnika, u smislu dalje profesionalizacije i poboljšanja tehničkog kvaliteta, uopšte moguća«, kaže Perović.

Da li to znači da je njemački WAZ bacio oko i na najstariji crnogorski nedjeljnik? U Monitoru ne žele da potvrde ili negiraju pregovore sa njemačkim koncernom, ali je logično predvidjeti da bi ista firma koja je već otkupila dionice »Monitor«-a u štampariji »Roto slog« pokušala da otkupi i polovinu dionica uglednog magazina.

Pitanje je, samo, koliko i kako će »Monitor« nakon svega biti promijenjen i da li uopšte ima mogućnost izbora, da opstane samostalno na malom crnogorskom tržištu?



## **Privatni elektronski mediji: kako preživjeti a sačuvati se od naleta van granica**

Za razliku od printanih, privatni nezavisni crnogorski elektronski mediji nijesu, barem do sada, bili atraktivni za inostrane kupce. U početku je bilo najava da je slovenačka televizija »POP TV« zainteresovana za kupovinu akcija podgoričke TV IN (najmodernija i najbolje opremljena privatna crnogorska televizija). Sve je, ipak, ostalo samo na najavama: nema informacija da bi neka strana medijska kuća mogla kupiti neku ovdašnju televiziju. Jedino je zabilježena prodaja TV Skz Sat domaćoj firmi »Atlas mont« koja je vlasnik jake banke i više drugih preduzeća.

Razlog za nedostatak interesovanja stranih investitora donekle treba tražiti u - geografiji. Da bi se televizijskim signalom kvalitetno i stopostotno pokrila crnogorska brdovita teritorija treba instalirati oko 100 predajnika. To znatno povećava troškove za tehniku i održavanje opreme i to je jedan od destimulativnih faktora za strane investitore.

»Jednako je skupo održavati tehniku na malenoj crnogorskoj teritoriji koliko i na nekoliko puta prostranijoj, vojvođanskoj gdje je dovoljno instalirati samo jedan ili dva predajnika«, kaže inženjer Marko Šofranac, čovjek koji se već duže bavi održavanjem prenosnih sistema u Crnoj Gori. Drugim riječima, potrebne su velike investicije za tržište od jedva sedamsto hiljada stanovnika. Preveliki ulog za malu zaradu.

»Koliko je meni poznato, nema najava da bi u dogledno vrijeme neka strana televizija mogla investirati u crnogorske elektronske medije«, napominje Đuro Vučinić, vlasnik »TV Montena«. On ističe da su i u njegovoj kući ozbiljno razmatrali mogućnosti da budu interesantni nekom stranom investitoru.

Vučinić smatra da to može biti realno samo pod određenim uslovima. »Samo ako prethodno budu ispunjena dva uslova: da mi sami uređujemo informativni program i da strani partner ne traži 51 odsto akcija. Samo u tom slučaju je moguća prodaja TV Montena«, kaže za AIM Đuro Vučinić.

Pitanje je, samo, da li će pod tim uslovima iko biti zainteresovan za kupovinu nezavisnih elektronskih medija u Crnoj Gori.

Procjenjuje se da ukupna suma novca koja »kola« u marketingu elektronskih medija na teritoriji Crne Gore ne prelazi milion i trista hiljada eura (novac u koji nijesu uračunate kompenzacije i druge vrste sličnih aranžmana). Drugim riječima: teško je obezbijediti opstanak nezavisnih elektronskih medija isključivo novcem od marketinga.

»Prihodima od marketinga Antena M pokriva oko 60 – 65 odsto rashoda. Ostalo se uglavnom obezbjeđuje stranim donacijama«, kaže Darko Šuković, direktor

i jedan od suvlasnika podgoričkog radija »Antena M«, najstarije privatne radio-stanice u Crnoj Gori. Taj je radio odigrao značajnu ulogu u povećanju informativne ponude na crnogorskoj medijskoj sceni sredinom devedesetih godina prošlog vijeka. Iako danas u vrhu slušanosti, Antena M ipak preživljava zahvaljujući pomoći još prisutnih stranih donatora koji razumiju teškoće sa kojima se suočavaju crnogorski nezavisni mediji.

U sličnoj situaciji su i drugi, elektronski nezavisni mediji, poput TV Montene i TV MBC. Te medijske kuće teško se održavaju na tržištu, iako im je čujnost i gledanost značajna u Crnoj Gori.

### **Završne napomene**

Teško je pretpostaviti ko će sve od nezavisnih medija u Crnoj Gori preživjeti »ekonomsko čistište« koje slijedi. Mada to niko javno ne želi reći, evidentno je da su nezavisni mediji u Crnoj Gori i sami donekle odgovorni za nezavidnu poziciju u kojoj se nalaze. Osim realnih ograničenja (malo tržište i slaba kupovna moć stanovništva) nesporno je da su i sami nezavisni mediji mogli - poslovati bolje. Ili: poslovati po principima tržišnog poslovanja za koje se načelno zalažu.

To se odnosi i na uređivačke koncepcije, ali i strategiju tih medija. Pokazalo se da je prošlo vrijeme kada je bilo dovoljno imati stav – biti protiv rata ili Miloševića – pa biti dovoljno čitan, slušan ili gledan. Broj medija i obilje informacija nametnuli su konkurenciju.

Osim političkih tema, sve izbirljiviji konzument zahtijeva i druge sadržaje. Nedavno sprovedeno istraživanje javnog mnijenja podgoričke agencije »Damar« pokazuje da korisnike informacija najviše interesuju oblasti afera, novčanih transakcija i – humora. Političke teme su na četvrtom mjestu interesovanja, za razliku od, recimo 1999. godine, kada je pitanje državnog statusa bilo dominantna tema o kojoj su čitaoci ili gledaoci voljeli da saznaju. Malo koji od nezavisnih medija se stvarno prilagodio tom novom trendu.

Stalne godišnje donacije, insistiranje na elitizmu publike, poprilično su uljuljkale medije koji su bili podržavani iz inostranstva. Nerijetko je takav odnos izazivao poteze koji i nijesu bili komercijalni. Tako, danas u Crnoj Gori egzistiraju tri privatne televizije slične uređivačke koncepcije - TV Montena, TV MBC i TV Sky Sat – a da se menadžmenti tih medijskih kuća nijesu zapitali koliko bi im pomoglo ako bi ujedinili ekipe i umjesto tri slabije stvorili jednu jaku televizijsku kuću. Ovako, sve tri nezavisne televizije u opasnosti su da budu »progutane« od moćnijih. Poput TV Pink iz Srbije koja je volšebno dobila dozvolu za emitovanje programa u Crnoj Gori.

»Teško je sačuvati svoju prepoznatljivost, svoju originalnu boju i svoju nezavisnu uređivačku koncepciju, a biti dnevno pritisnut brojnim fakturama, obavezama prema ekipi, još više, prema gledaocima«, kaže Đuro Vučinić, vlasnik privatne televizije Montena.

Iako u zajedničkim problemima, tri pomenute televizije ipak nijesu našle zajednički jezik i svako će nastaviti da se samostalno bori za opstanak.

U vremenu koje slijedi valja očekivati smanjenje broja nezavisnih i, uopšte, privatnih medija u Crnoj Gori. To je zakonomjeran proces kojim će se broj medija prilagoditi zahtjevima i mogućnostima crnogorskog tržišta.

---

Draško Đuranović je novinar, bivši urednik i direktor nedjeljnika Monitor. © 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.*