

Politička spoticanja na medijskom tržištu

DRŽAVNE NOVINSKE AGENCIJE – ZADNJE MEDIJSKO UPORIŠTE VLASTI

Goran Vežić

11. juli 2005.

Privatne novinske agencije u postkomunističkim zemljama jugoistočne Europe javile su se kad i drugi privatni mediji, ili tek korak iza njih, kao logična posljedica potrebe za nekontroliranom informacijom koja je u tom dijelu svijeta bila itekako nužna zbog rata i uprezanja državnih agencija u kola propagande vladajućih struktura. Pri tom su te agencije odigrale značajnu ulogu u stvaranju objektivnije slike u svijetu o događajima u bivšoj Jugoslaviji jer su, osim nezavisnih medija u vlastitim zemljama, bile okrenute inozemnoj javnosti ali i javnosti u neposrednoj blizini - nerijetko i onoj u zemlji s kojom je domicilna zemlja agencije ratovala.

Podgorički "Monitor" je tu činjenicu zabilježio u jednom tekstu iz 1995. pod naslovom "Sjaj i bijeda novinarstva" gdje je opisao politikanstvo tadašnje savezne novinske agencije. Dok je agencija Tanjug tadašnje SR Jugoslavije u kolovozu iste godine 24 sata šutila o ulasku Hrvatske vojske u Knin, centar srpske pobune u Hrvatskoj, dotle je nezavisna agencija Beta zahvaljujući prekograničnoj suradnji s nezavisnom agencijom STINA iz Hrvatske tu informaciju imala i objavila - odmah. Tko iole poznaje novinarstvo zna i zašto se to tako dogodilo - s jedne strane su stajali profesionalci, a s druge strane su bili državni propagandisti, lutke na koncu vladajuće oligarhije.

I privatne novinske agencije su, između ostalih, zaslužne za demokratske procese u zemljama bivše Jugoslavije ali - kad je o njihovoj egzistenciji riječ - bila je to Pirova pobjeda: Oligarhije su zamijenile neke nove političke elite koje su zadržale državne agencije prikopčane na državnu kasu. Državne agencije su u skladu s novim vremenom otišle korak naprijed i podigle su svoju profesionalnu razinu čime su postale vjerodostojnija konkurencija nezavisnim agencijama i tim su postale izravna opasnost za njihovu egzistenciju na tržištu. Nisu loše i lažljive kao što su bile, dok su jednako bogate da svoj servis mogu davati jeftino ili ispod cijene i tako izravno potkopavati svoju konkurenciju.

Glavni urednik nezavisne agencije Bete iz Beograda **Dragan Janjić** naglašava činjenicu da demokratizirane države guše privatne forsirajući svoje agencije. "Pozicije nezavisnih agencija u odnosu na državne su potpuno nedefinirane. Budući da su na tržištu regulirana pravila koja se tiču javne televizije i štampanih medija, na agencije nije obraćana dovoljna pažnja. Tako sada u nekim zemljama u tranziciji, poput Srbije primjerice, imamo situaciju da imamo agencije koje su privatne i koje na tržištu uvjetno rečeno dominiraju (sva istraživanja kažu da mediji u njih imaju veće povjerenje nego u državne agencije i njihove se informacije više objavljuju), ali država nastavlja

financirati državnu agenciju i to s prilično velikim sredstvima i onda državna agencija s tim sredstvima ide na tržište zajedno s privatnom agencijom i tako se stvara nelojalna konkurencije. U Srbiji još nije narušena vodeća pozicija privatnih agencija, ali ako se tako nastavi državna agencija će na tržištu dobiti bolju poziciju", kaže Janjić.

U jugoistočnom dijelu Europe privatna novinska agencija plaća poreze državi i onda ona izravno financira svoju konkurenciju - državnu novinsku agenciju i to je stanje na koje su se svi priviknuli, ali kad državna novinska agencija - zato što je već po definiciji na državnim novčanim jaslama - svoj servis daje besplatno ili ispod cijene pa tako privilegirana nelojalno konkurira, e to je već stanje protiv kojeg su privatne agencije podigle svoj glas.

To se dogodilo u Skoplju gdje je su se od 9. do 11. lipnja u organizaciji jugoistočnoeuropske medijske organizacije SEEMO sastala vodstva privatnih novinskih agencija iz BiH, Bugarske, Rumunjske, Hrvatske, Makedonije, Slovačke, Srbije i Crna Gore, te Kosova. Na tom sastanku direktora i glavnih urednika privatnih novinskih agencija odlučeno je da će se osnovati njihova asocijacija koja bi nadrasla regionalne okvire te su donijeli deklaraciju koju su uputili međunarodnim organizacijama, ali i vlastima u svojim zemljama. U njoj su između ostaloga podsjetili na rezoluciju Parlamentarne skupštine Vijeća Europe po kojoj vlade ne bi trebale koristiti državni budžet da bi ostvarivale utjecaj nad preostalim državnim medijima i da ne smiju pokrivanjem njihovih troškova omogućavati im prednost nad privatnim medijima.

Agencije su egzemplar: Dok su se države odricale vlasništva nad novinama, dok manje ili više iskreno nastoje pretvoriti svoje televizije i radija u javne servise, dotle i ne pomišljaju odreći se agencija. Nije u pitanju tek puka inercija zadržavanja državnih agencija. U Makedoniji je šest godina nakon osnivanja privatne agencije Makfaks, osnovana državna MIA. Vlasnik Makfaksa **Risto Popovski** potvrđuje, naravno, da je to urađeno radi ostvarivanja političkog utjecaja. "To je dovelo agenciju Makfaks u veoma nezavisnu situaciju jer država šakom i kapom s oko 500.000 eura godišnje pokriva sve MIA-ine troškove. Na taj način država ostvaruje tri monopola: informativni, zatim tržišni monopol s parama građana, te politički monopol jer vladajući putem svoje agencije lako plasiraju svoje političke stavove", kaže Popovski.

Novac koji se izdvaja za državne agencije zavisi od bogatstva države. U bogatijoj Hrvatskoj i svote su veće: Tamošnja državna agencija HINA i danas, unatoč naporu da bude što više tržišna, prima više od polovice svog proračuna od strane države - 2,150.000 eura godišnje, odnosno po zaposlenom, a ima ih 160, oko 15.000 eura što je skoro pa dovoljan novac za isplatu plaća. Siromašna Bosna i Hercegovina financira čak dvije novinske agencije SRNU iz Banja Luke i FENU iz Sarajeva. One konkuriraju privatnoj Onasi koja ih, posredno kao i drugi poreski obveznici, financira. "Gdje god u svijetu to kažem nitko mi ne vjeruje. Međutim, mi smo u situaciji da protiv toga ne možemo učiniti ništa osim zajedničkih protesta s drugim agencijama. U BiH je tek formirano Vijeće za konkurenciju i kad počnu raditi javit ćemo im se", kaže direktor Onase **Mehmed Husić**. Ono Husićevo "u svijetu" ne odnosi se na tranzicijske zemlje, potvrdili su nam

Pavol Mudry iz slovačke SITA-e i **Ljupčo Neškov** iz bugarskog BGNES-a. I u njihovim državama sama država im je konkurencija.

Države, naravno, imaju obavezu i pomagati razvoj javnih medijskih servisa i to nije sporno. No, i tu postoji jedno veliko ALI koje se preskače, kaže glavni urednik novinske agencije STINE iz Splita **Stojan Obradović**: "Tu bi trebalo uvesti neka pravila. Nema smisla da država pomaže samo određene medijske kuće nego neka napiše natječaje na kojem bi se mogli javiti različite agencije."

U uvjetima kad je u svim državama u regiji zajedničko da su im medijska tržišta tijesna - korektna tržišna utakmica bila bi poželjna. I radi onog čitatelja koji inače plaća poreze, ali i radi onoga novinara koji bi trebao zaraditi plaću. U ovu jednostavnu logiku se ne uklapaju političari. Oni, pod zahtjevima izvana, više ili manje napuštaju televizije u tranziciji koje se transformiraju od državnih u javne. Takođe, pod pritiskom čitalačke publike iznutra teško im je održavati niskotiražne državne novine, pod naletom privatnih napustili su i državne radijske stanice... I ostale su im samo pri ruci tek državne agencije kao kakvi stari megafoni iz prohujalih vremena.