



ZNAČAJ MEDIJSKOG INTEGRITETA: VRAĆANJE MEDIJA I NOVINARSTVA U SLUŽBU JAVNOSTI

Autorice: Brankica Petković, Sandra Bašić Hrvatin, Sanela Hodžić

ZNAČAJ MEDIJSKOG INTEGRITETA: VRAĆANJE MEDIJA I NOVINARSTVA U SLUŽBU JAVNOSTI

Regionalni pregled i istraživački izvještaj o medijskom
integritetu u Bosni i Hercegovini

Naslov: Značaj medijskog integriteta: Vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti

Izdavač: Fondacija za razvoj medija i civilnog društva “Mediacentar”, Kolodvorska 3, 71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina (www.media.ba)

Za izdavača: INES BAMBURAČ-ALIBAŠIĆ

Urednica regionalnog izdanja: BRANKICA PETKOVIĆ

Izvršna urednica izdanja za Bosnu i Hercegovinu: SANELA HODŽIĆ

Savjetodavni odbor: SANDRA BAŠIĆ HRVATIN, DUŠAN RELJIĆ i AIDAN WHITE

Autorice: BRANKICA PETKOVIĆ, SANDRA BAŠIĆ HRVATIN, SANELA HODŽIĆ

Prijevod: NATAŠA KAMPMARK, KANITA HALILOVIĆ

Lektura: AMELA ŠEHOVIĆ

Tehnička urednica i korektorka: MIRELA ROŽAJAC-ZULČIĆ

Dizajn: ADNAN MAHMUTOVIĆ

Štampa: Kovertelux d.o.o, Sarajevo

Tiraž: 200 primjeraka

Za sadržaj knjige odgovorna je Fondacija “Mediacentar” i autorice, te se ni pod kojim okolnostima ne može smatrati da knjiga odražava mišljenje i stavove Evropske unije, niti Fondacije “Institut za otvoreno društvo”.

Ova publikacija rezultat je projekta “Medijski opservatorij u jugoistočnoj Evropi” (SEE Media Observatory), nastalog u regionalnom partnerstvu sedam organizacija civilnog društva.

Publikacija je nastala uz finansijsku podršku Evropske unije, Instrument predpristupne pomoći (IPA), programa “Podrška civilnom društvu” (Civil Society Facility). Projekt je također podržala Fondacija “Institut za otvoreno društvo” iz Zuga u Švicarskoj, kao dio mreže Instituta za otvoreno društvo.



SADRŽAJ

PREDGOVOR	7
-----------------	---

REGIONALNI PREGLED

NOVINARSTVO OTETO OD NOVINARA, MEDIJI OTETI OD JAVNOSTI.....	13
--	----

1. Reforma medija treba biti globalna	15
2. Mediji koji nisu u službi javnog interesa su korumpirani	18
3. Otimanje javnog interesa.....	23
4. Kako treba analizirati korupciju u oblasti medija?.....	30
5. Metodologija	33
Oblast rizika po medijski integritet: Razvoj politika i njihova primjena	36
Oblast rizika po medijski integritet: Medijske strukture i institucije (vlasništvo, finansiranje, javni radiodifuzni servisi)	37
Oblast rizika po medijski integritet: Novinari	37
Oblast rizika po medijski integritet: Novinarske i medijske prakse	38
6. Rezultati istraživanja.....	39
6.1. Medijske politike	39
6.2. Vlasništvo nad medijima.....	42
6.3. Finansiranje medija	45
6.4. Javni radiodifuzni servisi.....	48
6.5. Novinari.....	52
6.6. Novinarske i medijske prakse	55
6.7. Primjeri dobrih praksi	56
7. Zaključak	59

Bibliografija	62
Dodatak regionalnom pregledu	
Inventar rizika po medijski integritet identificiran istraživačkom metodologijom ..	65
1. Oblast rizika po medijski integritet: Razvoj politika i njihova primjena	65
2. Oblast rizika po medijski integritet: Medijske strukture i institucije	68
2.1. Vlasništvo nad medijima	68
2.2. Finansiranje medija	71
2.3. Javni radiodifuzni servisi	73
3. Oblast rizika po medijski integritet: Novinari	74
4. Oblast rizika po medijski integritet: Novinarske i medijske prakse	75
 BOSNA I HERCEGOVINA	
Uvod	79
1. Nerazvijene medijske politike i onemogućena primjena	81
1.1. Iskrivljivanje postojećih normi kao politički adut	81
1.2. Nedovoljno regulirano vlasništvo omogućava političko uplitanje	85
1.3. Nepoticajna fiskalna politika i upitno javno finansiranje	87
1.4. Akteri nadležni za razvoj medijskih politika	88
1.5. Najnoviji slučajevi i trendovi	90
1.6. Svijetla strana medijskih politika	92
1.7. Zaključci	93
2. Medijsko vlasništvo	95
2.1. Transparentnost vlasništva	95
2.2. Obrasci vlasništva u medijskim kućama	97
2.2.1. Strano vlasništvo	100
2.2.2. Vlasništvo u rukama poslovnih aktera s političkim vezama i (prikriveno) vlasništvo u rukama političkih aktera	102
2.2.3. Vlasništvo u rukama civilnog društva i vlasništvo u rukama novinara	108

2.2.4. Pozitivni primjeri medijskog vlasništva iz ugla poslovne i novinarske relevantnosti	109
2.2.5. Vodeći vlasnici medija	111
2.3. Vlasnički obrasci unutar srodnih sektora: distribucija, oglašavanje, telekomunikacije	115
2.4. Zaključci	117
3. Obrasci finansiranja u medijskom sektoru u BiH	119
3.1. Transparentnost finansiranja medija.....	120
3.2. Finansiranje od strane vlasti: sporna zavisnost od institucija vlasti	121
3.3. Tržište oglašavanja: nestabilno i sve manje	123
3.4. Instrumentalizacija marketinških praksi vodećih domaćih oglašivača	125
3.5. Mjerenje čitanosti, slušanosti i posjećenosti kao aktuelno bojno polje	133
3.6. Dobri primjeri finansiranja medija.....	137
3.7. Zaključci.....	138
4. Javni radiotelevizijski servisi	140
4.1. Javni servis kao kolateralna šteta različitih političkih interesa	141
4.2. Finansijske kontroverze: dominacija javnog servisa na tržištu oglašavanja i niska stopa naplate RTV-pretpplate	145
4.3. Pozitivni slučajevi.....	149
4.4. Zaključci	149
5. Novinarstvo pod utjecajem interesa centara moći	151
5.1. Direktne političke veze i poslovni interesi	152
5.2. Težak socijalno-ekonomski položaj novinara i izloženost vanjskim pritiscima.....	156
5.3. Nedosljedna solidarnost i podrška, ograničeno profesionalno organiziranje.....	159

5.4. Novinarske prakse: efekti spornih veza	162
5.5. Svijetla strana novinarskih praksi.....	164
5.6. Zaključci	165
6. Finalni zaključci	167
7. Preporuke.....	169
I. Medijske politike	169
II. Medijsko vlasništvo.....	170
III. Finansiranje medija	172
IV. Javni radiotelevizijski servisi	174
V. Novinarstvo i položaj novinara.....	176
 Bibliografija	177
Novinarski i drugi članci	179
<i>Online</i> registri i baze podataka	182
Saopćenja za štampu	183
Zakoni i propisi, nacrti i prijedlozi zakona	183
Ostali izvori.....	184
Intervjui	184
Drugi izvori koji su konsultirani tokom istraživanja.....	185
 Autorice	187

PREDGOVOR

Ova knjiga predstavlja pokušaj da se rasvijetle rizici za demokratski razvoj medijskog sistema u Bosni i Hercegovini, te da se kroz regionalni pregled omogući bolje razumijevanje tih rizika uzevši u obzir tendencije u ovoj oblasti u regiji. U knjizi se koristi koncept medijskog integriteta, kojim se obuhvataju one vrijednosti u medijima i novinarstvu koje im omogućavaju da djeluju u javnom interesu. Istraživački pristup proizašao je iz uvjerenja da različiti aspekti medijskog sistema nose određene rizike za medijski integritet i određuju odnos medija prema javnom interesu. Zbog toga se u publikaciji nastoje mapirati obrasci koruptivnih odnosa i praksi u kontekstu razvoja medijskih politika, vlasništva nad medijima, finansiranja medija, funkcioniranja javnih radiotelevizijskih servisa, te položaja novinara i novinarskih praksi.

Istraživanja su provedena u periodu između jula 2013. godine i februara 2014. godine, i to u pet zemalja: Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Makedonija i Srbija. U ovoj knjizi predstavljamo vam dva od ukupno šest istraživačkih izvještaja. Prvi je dio publikacije regionalni pregled stanja medijskog integriteta, a drugi je fokusiran na medijski integritet u Bosni i Hercegovini.

Istraživanje je dio regionalnog projekta “Medijski opservatorij u jugoistočnoj Evropi – Jačanje kapaciteta i koalicija za praćenje medijskog integriteta i unapređenje reformi u medijima” (South East European Media Observatory – Building Capacities and Coalitions for Monitoring Media Integrity and Advancing Media Reforms), koji je realiziran pod vođstvom Mirovnog instituta iz Ljubljane i uz učešće ukupno sedam organizacija iz regije, članica Mreže za profesionalizaciju medija jugoistočne Evrope (SEENPM) (South East European Network for Professionalization of the Media), od kojih je jedna i Fondacija za razvoj medija i civilnog društva

“Mediacentar”. Projekt je financiran prvenstveno iz programa “Podrška civilnom društvu” Evropske unije, Instrument predpristupne pomoći. Osim toga, projekt je podržalo još nekoliko međunarodnih organizacija i fondacija, uključujući Institut za otvoreno društvo (FOSI), Švicarska, koji je podržao regionalne i nacionalne aktivnosti Fondacije “Mediacentar” u sklopu projekta¹.

U razvoj metodološkog okvira i reviziju istraživačkih izvještaja bili su uključeni istraživači iz svake od pet zemalja, glavna istraživačica Brankica Petković i asistentice istraživača Jovana Mihajlović Trbovc i Maja Ladić iz Mirovnog instituta, Ljubljana, kao i članovi Savjetodavnog odbora: Sandra B. Hrvatin sa Univerziteta “Primorska” iz Slovenije, Dušan Reljić sa Njemačkog instituta za međunarodne odnose i sigurnost i Aidan White iz Mreže za etičko novinarstvo.

Istraživanje i publikacija posebno se zasnivaju na naslijeđu ranijeg istraživanja o vlasništvu nad medijima i njegovom utjecaju na nezavisnost i pluralizam medija, provedenog 2003/2004. godine, u koje su bile uključene iste organizacije u sklopu SEENPM mreže. Publikacija koja je pred vama pruža uvid u stanje u medijskom sistemu u Bosni i Hercegovini deset godina poslije. Počevši sa ovim istraživanjem i knjigom, partneri projekta “Medijski opservatorij u jugoistočnoj Evropi” imaju za cilj da ovoga puta osiguraju kontinuirani regionalni instrument za usporedna istraživanja i monitoring medija u regiji. Knjiga daje iscrpan pregled relativno stabilnih modela i odnosa značajnih za medijski integritet, te ukazuje na rizike na koje treba obratiti pažnju u nastojanjima da se medijski integritet zaštiti, ali također poziva na stalnu potrebu za tim da organizacije civilnog društva na sistemski način prate dešavanja vezana za medijski sistem kako bi doprinijele zaštiti medijskog integriteta. Potreba za kontinuiranim pristupom monitoringu medijskog sistema proizlazi

¹ Osim toga, dio aktivnosti podržali su i: Fondacija “Konrad Adenauer” – Program za medije za jugoistočnu Evropu, Fondacija za otvoreno društvo Srbije, Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske, Pokrajinski sekretarijat za kulturu i javno informisanje Autonomne pokrajine Vojvodine (Srbija), Centralnoevropska inicijativa (CEI), Tehnička podrška organizacijama civilnog društva (TACSO) i Fondacija “Gardijan”.

i iz činjenice da će neke informacije sadržane u ovoj knjizi već u trenutku objavljivanja neizbježno biti zastarjele. Iz tog razloga, nadamo se da će ova publikacija biti osnov i početak kontinuiranog monitoringa, konsultacija i koalicija među ključnim akterima u Bosni i Hercegovini i regiji, u nastojanju da se o potrebama i procesima medijskih reformi informira i da se na njih utječe.

REGIONALNI PREGLED

Sandra B. Hrvatin i Brankica Petković

NOVINARSTVO OTETO OD NOVINARA, MEDIJI OTETI OD JAVNOSTI

“Stvorene su novine (...) koje su zapravo nekih desetak godina, do velike krize, pokušavale štampati novac a ne tekstove. Novac a ne novine. (...) Vlasnici novina bili su manje-više ortaci vladajućih politika, vladajućih elita. (...) Nešto što je trebalo biti javna stvar oteto je od javnosti, nešto što bi trebalo biti novinarstvo otelo se novinarima, ali nije im niko oteo sam, sudjelovali su [novinari] sami u svemu tome, nažalost. Mislim da su novinari i urednici novina glavni krivci. Tu nije bilo obrane profesionalnog integriteta. Tu je bilo previše dobre volje da se služi vlasnicima i njihovim interesima, čak i više nego što bi to vlasnici i očekivali, i više nego što bi to bilo koji faktor na tržištu očekivao. Tako da se profesija srozala u međuvremenu i na zanatskom i na moralnom nivou. Ipak je to profesija gdje je ljudska čast pod posebnom lupom. (...) Zapravo, glavni kapital medija je, čini mi se, vjerodostojnost i naravno kvaliteta koja bi se trebala podrazumijevati. Urušio se čitav sistem. Pobjegli su oglašivači... čitaoci...”¹

Prethodni tekst predstavlja opis trenutnog stanja medija i novinarstva prema riječima renomiranog hrvatskog novinara Predraga Lucića. Mediji (i novinarstvo) nisu “tu gdje jesu” igrom slučaja, već zahvaljujući dugogodišnjem procesu (prema Lucićevim riječima) “eutanazije i analgezije” profesije i sistema koji je prije trebao biti u službi javnosti a ne pojedinačnih interesa. Za njegovu procjenu nikako se ne može reći da opisuje samo “lokalnu” situaciju ili da je karakteristika medija i društvenih sistema analiziranih u ovoj knjizi. Ona se može primijeniti na svaki me-

¹ Intervju sa Predragom Lucićem dostupan je na web-stranici *Medijski opservatorij jugoistočne Evrope*: <http://mediaobservatory.net/radar/journalism-taken-journalists> (stranica posjećena 6. marta 2014).

dijski sistem i svako društvo u kojem su mediji decenijama bili izloženi samovolji vlasnika, neefikasnoj regulaciji, odsustvu učešća države u zaštiti javnog interesa i odsustvu djelotvorne politike koja je u stanju da medije stavi na mjesto koje im pripada – u službu javnosti. Prije deset godina – 2004. godine – našim istraživanjem “Medijsko vlasništvo i njegov utjecaj na nezavisnost i pluralizam medija” postavljen je okvir za pitanje postavljeno u ovoj studiji.²

Osnovni rezultati ovog istraživanja i danas su validni. Jedina je razlika u tome što su problemi koji su identificirani 2004. godine u međuvremenu postali dio sistema koji je postao nedodirljiv i samim tim otporan na promjene. Štaviše, ono za što se na prvi pogled činilo da je “problem postsocijalističkih zemalja” ispostavilo se da predstavlja globalni problem medija. Po tom osnovu, ne postoje više nikakve razlike između Istoka i Zapada. Ono što ostaje je globalni svijet nejednakosti medija, koji shodno tome zahtijeva globalne mjere.

² Istraživanje u kojem se prvi put iznosi problem vlasništva medija u postsocijalističkim zemljama obuhvatilo je Albaniju, Bosnu i Hercegovinu, Bugarsku, Hrvatsku, Republiku Češku, Estoniju, Mađarsku, Kosovo, Latviju, Litvaniju, Makedoniju, Moldaviju, Crnu Goru, Poljsku, Rumuniju, Srbiju, Slovačku i Sloveniju. Istraživanjem je upravljao Mirovni institut u okviru Mreže za profesionalizaciju medija jugoistočne Evrope, uz podršku Instituta za otvoreno društvo, Fresta programa danskog Ministarstva za inostrane poslove i Fondacije “Guardijan”. Realiziran je u vrijeme kada je osam zemalja koje su bile predmet istraživanja bile u procesu pristupanja EU. Završna konferencija na kojoj su predstavljeni rezultati istraživanja bila je realizirana u saradnji sa Vijećem Evrope. Dostupno na: http://www2.mirovni-institut.si/media_ownership/ (stranica posjećena 6. marta 2014).

1. REFORMA MEDIJA TREBA BITI GLOBALNA

U februaru 2014. godine, novinari francuskog lista *Liberacion* (*Libération*) organizirali su štrajk upozorenja kako bi skrenuli pažnju na neprihvatljive planove akcionara njihovog medija usmjerene na rješavanje finansijskih poteškoća. „Mi smo novine’ grmio je ogromni naslov. „Ne restoran, ni socijalni medij, ni televizijski studio, ni bar, ni *start up* inkubator’. (...) U uvodniku je stajalo da najnoviji plan akcionara... nema nikavih izgleda za uspjeh i da će „svesti *Libération* na puki brend”³. Novine koje su osnovane da daju glas onima “koji ga nemaju” postale su žrtva medijske politike koja se prema novinarstvu i njegovim sadržajima odnosi kao da su prateći tekst uz reklame. Skandal u koji su bile upletene britanske novine *Vijesti iz svijeta* (*News of the World*) jasno je stavio do znanja da i zapadni⁴ mediji počinju preispitivati nedodirljivost postojećih vlasničkih modela i dominantne modele regulacije medija. “Pokazalo se da korporativna korupcija u medijima predstavlja prijetnju slobodi izražavanja i demokratiji. Ali ona je samo dio rasprostranjene korupcije u javnom životu, koji je, iznad svega, vođen privatizacijom”, napisao je Seumas Milne u *The Guardianu*.⁵ Prva površna tumačenja, koja u ovom “skandalu” nisu vidjela ništa više do “nekoliko podmićenih novinara i nekoliko problematičnih ak-

³ A. Penketh, “Libération Journalists Fight Investors’ Vision for Future of French Newspaper”.

⁴ Termin “zapadni” ovdje se koristi kao opisni instrument kojim se označavaju medijski sistemi koji su u postsocijalističkim zemljama decenijama uzimani kao uzor. Dok su devedesetih godina dvadesetog vijeka zapadni mediji predstavljali “uzor” istočnim zemljama, danas se može reći da su se istočni mediji pretvorili u “čudovište” koje terorizira Zapad. Istok je ispoljio sve simptome nekadašnjih nedodirljivih medijskih politika Zapada.

⁵ S. Milne, “Ownership Is the Key to the Corruption of the Media”.

cionara”, na kraju su smještene u odgovarajući kontekst.⁶ Koruptivne prakse unutar medija i novinarstva nisu po svojoj prirodi strukturne već systemske. Drugim riječima, u određenom trenutku postojeći medijski sistemi i, iznad svega, postojeći sistemi finansiranja i strukture vlasništva u medijima neminovno transformiraju novinarstvo iz “četvrte sile” u najunosniju sporednu djelatnost reklamne industrije i industrije političke komunikacije. “Korporativni mediji ustvari su gigant-ske prevare: navodni građanski aktivistički krstaški pohodi u službi interesa elite. (...) Osnovna je svrha novinarstva da poziva vlast na odgovornost. No, ova je svrha obrnuta na savršen način”⁷, kaže George Monbiot i predlaže uvođenje novinarske Hipokratove zakletve (viši nivo nefunkcionalne samoregulacije), koji bi novinare obavezao da djeluju u javnom interesu. “Naš je osnovni zadatak da pozivamo vlast na odgovornost. Učinit ćemo prioritetnim priče i probleme koji otkrivaju interese vlasti. Bit ćemo oprezni u odnosima koje stvaramo sa bogatima i moćnima i osigurati se od toga da postanemo sastavni dio njihovog društva. Nećemo se dodvoravati političarima, poslovnim i drugim dominantnim grupama suzdržavajući se od preispitivanja njihovih poslova ili prilagođavajući priču tako da odgovara njihovim interesima.”⁸ Ako na trenutak ostavimo po strani činjenicu da novinari inače treba da rade u javnom interesu (to je ono što novinarstvo razdvaja od drugih profesija koje treba da vas u nešto uvjere kao što su oglašavanje i PR), osnovni problem kojim novinari treba da se bave jeste konflikt interesa koji je neprihvatljiv u novinarstvu, a koji je u drugim sferama javnog života jednostavno nazvan korupcijom.

Uprkos postojanju samoregulatornih tijela, među kojima je najutjecajnija Žalbena komisija za štampu Velike Britanije, prema čijem su uzoru modelirana

⁶ U Velikoj Britaniji, Koalicija za medijsku reformu razotkrila je sva ključna pitanja medijske reforme. Budući da ta koalicija predstavlja široku platformu organizacija civilnog društva i pojedinaca, ona je osigurala sistemski okvir za raspravu o navodnom kršenju profesionalnih standarda u novinarstvu. Vidjeti: <http://www.mediareform.org.uk/>.

⁷ G. Monbiot, “This Media is Corrupt – We Need a Hippocratic Oath for Journalists”.

⁸ Ibid.

samoregulatorna tijela u Centralnoj i Istočnoj Evropi, postalo je jasno da mediji imaju nekontroliranu moć, koju zloupotrebljavaju, pri čemu nikome nisu odgovorni. U vrijeme rasprave o utjecaju medija na politiku i o stepenu do kojeg su mediji povezani sa (posredovanom) politikom, možda najtragičnija posljedica sloma povjerenja u institucije jeste upravo činjenica da nijedan od do sada osmišljenih mehanizama za uspostavljanje efikasne kontrole nad medijima nije bio djelotvoran. Štaviše, upravo institucije koje je medijska industrija osnovala da reguliraju vlastitu moć jasno pokazuju nesposobnost medija da služe javnom interesu⁹ i da se razvijaju samostalno a ne pod spoljnim pritiskom (države), kao i nemogućnost da poštuju profesionalne standarde koji su namijenjeni očuvanju javnog interesa. Ideja samoregulacije ostala je “zakopana” ispod gomile koruptivnih i klijentelističkih odnosa medija i politike.

Stoga sa sigurnošću možemo tvrditi da, u ovom trenutku, ne postoje efikasni mehanizmi za zaštitu prava građana na kvalitetnu i vjerodostojnu informaciju, ni na nacionalnom ni na nadnacionalnom (EU) nivou. Odsustvo efikasne medijske regulative i oslanjanje isključivo na dobru volju medija da služe javnom interesu jasno pokazuje zašto se država ne može (i ne treba) odreći svoje aktivne uloge u zaštiti osnovnih prava. Ne bi trebalo da zaboravimo kako su sloboda izražavanja i sloboda medija osnovna prava, tako da bilo koji pokušaj da se zaštita ovih prava ostavi na milost i nemilost dobroj volji medijske industrije predstavlja tipičan primjer privatizacije javnog interesa (prelazak sa *res publica* na *res privata*), o čemu, u okviru javnih politika, nikada nije postojao konsenzus.

⁹ Polazimo sa stanovišta da mediji ne mogu biti u službi javnog interesa zbog toga što su upleteni u ekonomsku sferu.

2. MEDIJI KOJI NISU U SLUŽBI JAVNOG INTERESA SU KORUMPIRANI

Kako bismo razumjeli štetan utjecaj trenutnih oblika odnosa između politike/političara i medija, moramo se pozabaviti pitanjem korupcije. Osnovna teza ove analize jeste da su mediji koji nisu u službi javnog interesa kumpirani. Govoreći to, nemamo u vidu konkretnu medijsku kuću ili određenu novinarsku praksu, već samo medijske sisteme u okviru kojih mediji posluju.

Govoreći na međunarodnom forumu o privrednim komunikacijama, održanom februara 2010. godine u Briselu, Wolfgang Hetzer, savjetnik generalnog direktora Evropske službe za suzbijanje prevara (OLAF), izjavio je da su finansijska industrija, privreda i politika djelimično postale domen organiziranoga kriminala. Nastavio je ističući kako finansijska kriza nije kriza već rezultat predvidivih i neizbježnih posljedica sistemskih grešaka izazvanih kolapsom etike, profesionalnom nekompetentnošću, nemarom političara i kriminalnim radnjama. Finansijske potrebe političkih partija, žudnja političara za utjecajem, kao i želja komercijalnih kompanija za profitom spojili su se na destruktivan način. Prema njegovom mišljenju, osnovni problem savremenog društva je korupcija jer organiziranom kriminalu omogućava da dostigne svoje ciljeve na elegantan način ne posežući za oružjem. Istina je da novac kvari ljude, ali isto tako on može ukloniti sve prepreke. Na ovaj način, kaže Hetzer, stvoren je začarani krug.

Antonio Maria Costa, bivši izvršni direktor Ureda Ujedinjenih nacija za drogu i kriminal (UNDOC), sa sjedištem u Beču, slično tome izjavio je da je globalizacija transformirala svjetsko finansijsko tržište u kasino, sa katastrofalnim posljedicama. Štaviše, međunarodne organizirane kriminalne mreže infiltrirale su se u privredu i proširile se cijelim svijetom. U osnovi svega stoji korupcija: vlade su dozvolile divljanje sistema i njihovih važnih elemenata, te zatvorile oči kada su se ovi

sistemi urušili, a finansijeri i poslovni ljudi nesmetano su nastavili gomilati bogatstvo (Schneider 2011, 178–179).

Crouch tvrdi da “korupcija (jeste) prvenstveno snažan pokazatelj slabog zdravlja demokratije, jer ukazuje na to da je politička klasa postala cinična, nemoćna, da nikome ne polaže račune i da je izgubila vezu sa javnošću” (Crouch 2013, 18). Dokaz da su mediji korumpirani tražit će se na nekoliko nivoa. Prvo ćemo pokazati zašto mediji ne mogu služiti javnom interesu, mada ova misija predstavlja okvir novinarskog rada. U sljedećem koraku, pokazat ćemo da je upravo dominantni izvor prihoda (oglašavanje) to što sprečava medijsku industriju da bude “demokratizirana iznutra”. U tom smislu, posebnu pažnju posvetit ćemo situaciji u kojoj se nalaze novinari, novinarskim praksama koje preovladavaju i (ne)spособnosti novinara da kritički sagledaju vlastite postupke. Konačno, skrenut ćemo pažnju na problem izgubljenog povjerenja u vladine institucije (nepovjerenja nastalog zbog toga što društvo očekuje više demokratske standarde) i pokazati da zahtjevi za radikalnom transparentnošću institucionalnog funkcioniranja treba da budu udruženi sa mehanizmima pragmatične demokratije, to jest demokratije usmjerene na zajedničko rješavanje problema. U ovom procesu, osnovna je uloga medija da definiraju i interpretiraju metakoncepte koji prevazilaze postojeće interpretacije društvenih procesa.¹⁰

Također, trebalo bi ukazati na nekoliko drugih analitičkih okvira. Mada ova analiza obuhvata zemlje koje se u političkom smislu (i unutar politički vođenog akademskog diskursa) nazivaju “zemljama u tranziciji” ili postsocijalističkim i postkomunističkim zemljama, očigledno je da su razmatrani problemi svojstveni svim zemljama bez obzira na njihovu (bivšu ili sadašnju) ideološku strukturu. Međutim, za analizu je važno da se uzme u obzir poseban splet okolnosti koje su utjecale na oblikovanje medijskih sistema u ovim zemljama. Prvo što treba uzeti u razmatranje

¹⁰ Uspješni metakoncept, međutim, više je od pukog graničnog objekta. On obično podrazumijeva i “meku” teleologiju (Ansell 2011, 49).

je obaveza da se zakonski okvir usagласи sa standardima EU (dominantni diskurs “približavanje EU” bio je glavni argument u usvajanju zakona). Mada su u većini ovih zemalja postojali ovakvi ili onakvi zakonski sistemi i mada njihovi mediji nisu funkcionirali u “pravnom vakuumu”, promjena političkog sistema podstakla je brzopletu usvajanje određenih zakonskih standarda koji su prosto preuzimani od drugih zemalja bez razmatranja ili šire javne rasprave. Osim nedostatka političke volje, ovo je osnovni razlog zašto doneseni zakoni nisu primijenjeni u praksi.

Jedna od specifičnih odlika medijskih sistema obuhvaćenih ovom analizom je posljedica donacija. Naime, donacije su omogućile razvoj paralelnih (vještački stvorenih) medijskih sistema, što je, na duže staze, kada je prestao dotok novca,¹¹ dovelo do još netransparentnije privatizacije i do toga da su mediji postali zarobljenici političkih interesa. Neophodno je dodati da je urušavanje ovog dijela medijskog sektora koji se oslanjao na spoljašnje izvore finansiranja i, samim tim, bio u stanju bar neko vrijeme održavati određene profesionalne standarde imalo negativan utjecaj i na povjerenje javnosti. Njihov raspad i kasnije pljačkanje od lokalnih vlasnika (drugi krug privatizacije) dovelo je do gubitka povjerenja javnosti u to da je drugačiji medijski sistem moguć. Konačno, tu je pitanje instrumentaliziranog civilnog društva. Ustvari, najveći je dio aktivnog civilnog društva, kroz gore spomenute političke promjene, postao dio politike, dok je upražnjeno mjesto popunjeno institucijama čiji je osnovni cilj bio zadovoljavanje političkih i ekonomskih interesa njihovih finansijera a ne građana.

Sve ovo treba smjestiti u širi kontekst. Odluka koju je donijela većina zemalja – da izjednače demokratiju sa kapitalističkim sistemom proizvodnje i da stigmatiziraju državu u njenoj ulozi aktivnog zaštitnika javnog interesa uprkos navodno neutralnom funkcioniranju tržišta – stvorila je situaciju u kojoj je pitanje

¹¹ Donatorsko finansiranje je privremeno i usmjereno na specifične projekte koji nisu neophodno prioritet u lokalnom okruženju; na kraju donatori se sele u druge zemlje za koje misle da im je potrebna pomoć.

privatizacije društvene svojine i državne svojine postalo isključivo političko a ne ekonomsko pitanje.¹² Rezultat je bila korumpirana privatizacija, koja je dovela do zamjene državnog vlasništva prividno privatnim vlasništvom politički motiviranih klijentelističkih grupa. Postojeći vlasnički odnosi u medijskom sektoru slikovito pokazuju kako politika okretnih vrata funkcionira između politike i medija. Da bi se razumjelo kako korupcija funkcionira, treba razumjeti njen osnovni princip, to jest, kako korupcija utječe na vlast ili, da budemo precizniji, kako loša vlast uništava demokratiju. Demokratija zahtijeva od onih koji su na vlasti da vladaju u korist (ne u interesu) svih. Ona počiva na slobodi izražavanja, slobodi govora i slobodi medija, zbog čega korumpirani mediji dovode do smrti demokratije. Oni su duboko nedemokratske institucije koje transformiraju državu u privatnu firmu. Demokratija, međutim, nije ni imenica ni pridjev. Demokratija je glagol koji označava stalno provjeravanje koliko oni koji se trenutno nalaze na vlasti u datom trenutku rade za dobrobit svih (West 2005, 68). U skladu s tim, korupcija nema nacionalni prefiks niti geografsko porijeklo – ona je globalni problem. Kriza koja je zahvatila medijsku industriju i novinarstvo iznad svega je kriza postojećih modela rada medija. Stoga se slažemo sa Paulom Starrom, koji s pravom skreće pažnju na direktnu vezu između urušavanja novinske industrije i uspona novih oblika korupcije: “Izvještavanje nije sve što su nam novine dale. One su javnosti pružile moćno sredstvo utjecaja na vlast, a ova je moć sada u opasnosti. Ako ozbiljno prihvatimo da su novine četvrta sila ili četvrta grana vlasti, kraj ere novina nagovještava promjenu unutar našeg političkog sistema. Novine su pomogle u kontroli koruptivnih tendencija i u vladi i u poslovanju. Ako želimo izbjeći novu eru korupcije, morat ćemo prizvati tu moć na druge načine. Sa novim tehnologijama ne nestaju stare odgovornosti” (Starr 2009).

Borba *protiv* korupcije u medijima, uključujući razotkrivanje netransparentnih vlasničkih odnosa i načina finansiranja i kritiku propasti novinarstva kao

¹² Mediji u Albaniji nisu privatizirani, ali uspostavljanje novih medija pratilo je istu logiku kao i u drugim analiziranim zemljama.

prakse javne kontrole nad radom državnih institucija, istovremeno je borba *za* demokratiju. Svrha ove analize nije samo identificirati loše primjere u radu medija, već i ustanoviti nove oblike rada medija u kojem će borba za integritet medija biti jedan od ključnih političkih zahtjeva. Efikasna medijska politika je ona koja uspostavlja dijalog između medija (novinara) i javnosti i stvara okruženje za rad medija koje medijima omogućava da odbace jaram zavisnosti od privatnih centara moći i da postanu zavisni od javnosti. Kako bi se postigao ovaj cilj, potrebno je preispitati postojeće modele upravljanja, finansiranja i vlasništva u medijskom sektoru.

3. OTIMANJE JAVNOG INTERESA

Kako naš cilj nije baviti se korupcijom samom po sebi niti njenom definicijom, za potrebe ove analize pokušat ćemo razotkriti dva “mita”¹³ na kojima počiva funkcioniranje medijske industrije. Jedan uključuje postavku da mediji/novinari djeluju u javnom interesu, a drugi podrazumijeva da mediji nisu sputani vlasničkim odnosima niti zavisni od novca oglašivača. Prije nego što damo objašnjenje zašto su ova shvatanja mitovi i kakve posljedice ova mitologija ima na predstavu o novinarskom poslu, trebalo bi utvrditi značenje nekoliko pojmova korištenih u ovom tekstu. Prvo ćemo razmotriti pojam korupcije. Usmjerit ćemo se na posljedice koje izaziva “novac u pogrešnim rukama”, to jest, posebna ekonomija davanja i primanja usluga, odnosno “korupcija zavisnosti”, da upotrijebimo termin Lawrence Lessiga,¹⁴ odnosno način upravljanja koji vodi ka “horizontalnoj odgovornosti”, kako je to opisao O'Donnell. Prema O'Donnellovom mišljenju, horizontalna odgovornost je način kontrole i balansiranja moći, koja “obuhvata izvršne, zakonodavne i sudske grane, ali se u savremenim poliarhijama širi na različite nadzorne agencije, ombudsmane, računovodstvene kancelarije, javna tužilaštva i slično” (O'Donnell 1998, 119). Kada je riječ o uvjetima potrebnim da se poveća odgovornost, O'Donnell posebno spominje medije zbog ključne uloge koju informacije imaju u modernim društvima. Problem sa ovim inače korisnim analitičkim sredstvom je taj što autor pretpostavlja da su mediji nezavisni i samostalni (horizontalno odgovorni) i da se

¹³ Vincent Mosco tvrdi kako nije važno da li je mit zasnovan na činjenicama ili nije, već da li je živ ili mrtav. A upravo je novinarska mitologija još uvijek itekako živa – uprkos cinizmu, koji je često odraz rezigniranog idealizma (Mosco 2005, 143).

¹⁴ “Korupcija zavisnosti opisuje proces upravljanja. Ona ne ukazuje na određeni mutan rezultat” (Lessig 2011, 328).

rukovode javnim interesom. Međutim, mi želimo pokazati da su mediji mnogo više isprepleteni sa politikom i ekonomijom nego sa civilnim društvom, da nisu sposobni za kritičku samorefleksiju niti za preispitivanje institucionalnih normi koje reguliraju selekciju i obradu vijesti i da su pojmovi obaveze i odgovornosti (prema javnosti, od strane javnosti i u javnom interesu) postali glavno “bojno polje” javnosti u pokušajima da uspostavi kontrolu nad medijima. Ako su mehanizmi provjere i ravnoteže potrebni kako bi se osiguralo djelotvorno i odgovorno funkcioniranje tri grane vlasti, onda treba uvesti slične mehanizme kako bi se uspostavila kontrola i nad četvrtom granom – medijima. Odgovornost medija i njihova briga za šire društvene probleme ne može biti regulirana profesionalnim standardima koje je usvojila medijska industrija (samostalno ili uz pomoć pažljivo izabranih predstavnika javnog interesa). Naprotiv, ona treba biti proizvod širih pregovora i društvenog konsenzusa. Kao što ćemo pokazati u daljnjem tekstu, pitanje odgovornosti je od ključne važnosti za razumijevanje funkcioniranja medija. U svojoj knjizi *Komunitarističko uvjerenje*, Selznick kaže da “odgovornost nameće spoljne standarde. Obaveza internalizira standarde ugrađujući ih u samosvijest, motivaciju i navike pojedinaca, kao i u premise i svakodnevni rad organizacija” (Selznick 2002, 100). Obaveza se razlikuje od odgovornosti – lični osjećaj obaveze podrazumijeva ličnu posvećenost, dok odgovornost (nekome) podrazumijeva isključivo poštovanje spoljašnjih mehanizama kontrole (vlasti, javnosti, zakona). Prirodno, obaveza i odgovornost se prepliću. Današnja politika pogrešno pokušava ojačati svijest o obavezi jačanjem spoljašnjih standarda kontrole, a “pravi je problem našeg javnog života gubitak osjećaja obaveze a ne odgovornosti” (Ansell 2011, 134). Rezultat toga je kompleksno pitanje smanjenja administrativne i demokratske samoodgovornosti, koja se u očima javnosti ogleda kao rastuće nepovjerenje u praktično sve političke institucije. Javnost i različite interesne grupe postavljaju različite (pa i kontradiktorne) zahtjeve državnim institucijama, zahtijevajući (pravnu) odgovornost ali ne i samoodgovornost za njihov uspjeh ili neuspjeh. Jedan je od ključnih problema, kako tvrdi Ansell, nesposobnost i nespремnost kako političkih institucija tako i

građana da prihvate “vlasništvo nad problemom” i razviju osjećaj obaveze za njegovo rješavanje (Ibid., 136–137). U slučaju medija, njihova nespremnost da “posjeduju problem” nije posljedica nedostatka represivnih i autonomnih oblika pravne zaštite već odsustva samoodgovornosti i odgovornosti. Istini za volju, mediji s vremena na vrijeme saslušaju javnost, ali nisu uvijek spremni uvažiti različite interpretacije niti ih razumjeti. Zbog te nespremnosti da “posjeduju problem” mediji nisu u stanju sagledati kako vlasništvo nad medijima utječe na njihovu sposobnost da internaliziraju mehanizme samoodgovornosti.

U tom smislu, za našu je analizu važno da posmatramo demokratiju kao metod upravljanja, a zastupničku demokratiju kao republiku – *res publica* – ili način upravljanja javnim poslovima. Vezivno tkivo ovog metoda upravljanja je javni interes, koji ne samo da podrazumijeva razliku između privatnog ili posebnog interesa i javnog dobra, već uključuje i njegov “materijalni” aspekt. Osnovna je funkcija republike prepoznati ovu razliku i uzeti je u obzir u procesu upravljanja. No, značenje (ili sadržaj) javnog interesa ne može biti unaprijed utvrđen. Umjesto toga, njegov sadržaj definira se kroz javnu raspravu u kojoj se suočavaju posebni interesi svih učesnika. Javni interes ne podrazumijeva društveni konsenzus o određenom (javnom) pitanju, već predstavlja smjernicu koja određuje poseban način upravljanja. U tom smislu, javni interes je *javna korist*, koju baštini javnost u cjelini, bez obzira na to koji su interesi pojedinaca u datom trenutku. Ukoliko dobro upravljanje uzima u obzir ovu razliku, onda slična dimenzija treba biti pokretački princip građanskih akcija. Status građanina (prije nego rad medija) prvenstveno treba razumjeti kao javnu službu. Građani koji su u javnoj službi imaju obavezu da kroz svoj rad teže javnoj koristi a ne ostvarenju vlastitih interesa. Zephyr Teachout kaže: “Građani mogu biti korumpirani i koristiti javnu službu za privatnu korist umjesto za javno dobro. Oni su suštinski odgovorni za integritet njihove vlasti” (Teachout 2009, 359–360). O’Donell je sličnog mišljenja. Pretpostavka da politički autoritet izvire iz svakog pojedinačnog člana *demosa* važan je faktor jačanja horizontalne odgovornosti. Demokratija, kaže O’Donell, zahtijeva od onih koji upravljaju javnim

poslovima da rade u ime općeg dobra. Ako moć izvire iz ljudi (pripadnika javnosti), onda ljudi imaju obavezu da učestvuju u donošenju kolektivnih odluka i osiguraju da sadržaj tih odluka i procesi njihova donošenja budu javni (O'Donnell 1998, 121). Ako sada uporedimo pojmove političke transparentnosti i korupcije zavisnosti, postaje očigledno da dobro upravljanje (na kojem je zasnovana republika) označava zavisnost od *demosa* i samo *demosa*.

Treba dodati da nekritičko prihvatanje pozitivne konotacije javnog interesa također treba preispitati, a još više značenje javnog interesa, koji bi trebao biti vodeći princip rada (medija) novinara. Ako je težnja ka ostvarivanju javnog interesa prvenstveno usmjerena na kroćenje strasti, onda treba postaviti važno pitanje koje su strasti ukroćene i koja se dobit/korist stekla.

Pierre Bourdieu u svojoj knjizi *Na televiziji* kaže da je neophodno uvesti ideju novinarskog polja “kako se ne bismo zadržali samo na opisu onoga što se dešava u televizijskom studiju, ma koliko precizan on bio, već i da bismo pokušali shvatiti mehanizme novinarske prakse. Naime, “novinarstvo je mikrokosmos sa vlastitim zakonima, definiran kako svojom pozicijom u svijetu u cjelini tako i silama privlačenja i odbijanja koje djeluju između njega i drugih sličnih mikrokosmosa. Reći da je nezavisan ili samostalan, da ima vlastite zakonitosti, zapravo znači reći da se ono što se dešava u njemu ne može razumjeti posmatranjem samo spoljašnjih faktora” (Bourdieu 2001, 35). Ako želimo razumjeti šta se dešava u nekom mediju, moramo uzeti u obzir sve što se dešava unutar univerzuma objektivnih odnosa između različitih medija koji se takmiče na tržištu. Konkurencija je, sa druge strane, nevidljivo definirana odnosima moći koji se ne mogu precizno odrediti ali se mogu procijeniti pomoću pokazatelja kao što su: udio na tržištu, vrijednost medija (cijena oglasnog prostora), ukupan broj proslavljenih novinara i slično. Struktura novinarskog polja nije očigledna; ono što mi (čitaoci, gledaoci, slušaoci i novinari) percipiramo jesu njegovi efekti. Ako želimo znati što će novinar reći ili napisati ili kakva je uređivačka politika koju će medij usvojiti (šta je samo po sebi očigledno i šta ne može biti predmet razmatranja), prvo treba da znamo koju poziciju u određenom okruženju

zauzima, to jest, koja je specifična moć medija. Ovo posljednje se mjeri korištenjem kriterija kao što su: ekonomska moć, udio na tržištu i simbolička vrijednost (koju je teško kvantificirati) (Ibid., 38).

U ovom radu želimo opovrgnuti općeprihvaćenu ideju da su mediji nezavisni od centara moći. Štaviše, pokušat ćemo dokazati da su zahvaljujući strukturi vlasništva i preovlađujućim načinima finansiranja mediji zapravo dio ovih centara moći. Zatim, vjerujemo da u borbi protiv korupcije u medijima naglasak treba biti stavljen na potrebu da se mediji *učine zavisnim od javnosti*. Ovo, međutim, ne treba miješati sa pojmom javne službe, na što su mediji ukazivali u više navrata na podjednako općeprihvaćen način. Ako je teško *ispuniti* tradicionalne kriterije moralnog ponašanja, teško je *definirati* interese, kaže Hirschman (Hirschman 2002, 41).¹⁵ Upravo je to izvor jednog dijela problema. Mada je javni interes osnovni vodeći princip novinarskog rada (ili bi se moglo reći osnovni kriterij moralnog ponašanja), njegova je definicija daleko od toga da bude jasna. U tradicionalnoj definiciji javnog interesa, potonje neizbježno uključuje interese novinara i vlasnika medija, što znači da je briga medija za javni interes slična brizi farmaceutske industrije za zdravlje ljudi. Ili, drugim riječima, javni se interes u ovom slučaju podudara sa ciljem velikih kompanija da uvećaju profit.

Očigledno je da takav spoj interesa nikako ne može raditi u korist svih podjednako. Jedan od rezultata ekonomije utjecaja sastoji se u tome da preusmjerava ponašanje onih koji imaju moć, udaljavajući ih od principa zavisnosti od naroda. Posljedica je ovog procesa da smo vođeni korupcijom (Lessig 2011, 89). U ovom slučaju, korupcija označava zloupotrebu moći kako bi se zadovoljili privatni interesi i zloupotrebu javne sfere i javnih informacija kako bi se zadovoljili interesi privilegiranih frakcija, koje opet zloupotrebljavaju svoju ekonomsku, političku ili medijsku vlast. Lessig navodi tri štetna načina upravljanja: distrakciju, distorziju (regulatornu zatočenost) i povjerenje (Ibid., 125).

¹⁵ Naglasio autor.

Kako bi se ustanovilo na koji se način odvrća pažnja medija,¹⁶ treba samo pogledati pitanja koja dominiraju njihovim planom javne rasprave – o čemu oni izvještavaju i o čemu diskutiraju. U svojoj knjizi *Politika pobjednik–uzima–sve* (*Winner-Take-All Politics*), Hacker i Pierson ističu da vlade nemaju sluha za želje javnosti i potrebe onih koji nemaju moći. Oni prave razliku između dvije vrste društva – Prostrane zemlje i Bogatistana (*Broadland and Richistan*). U Prostranoj zemlji, u nekom trenutku rastu prihodi svih, ali ne nužno istim tempom. U Bogatistanu, samo veoma bogati, u tom istom periodu, prolaze dobro. Ostatak društva ili jedva opstaje ili zaostaje. Danas je Prostrana zemlja nestala, a Bogatistan se održao (Hacker i Pierson 2010, 194).

Međutim, najvažnije pitanje koje treba rješavati nije rastuća nejednakost između jednih i drugih, već okolnosti koje su stvorile jaz i način na koji se to desilo. Ukratko, problem nije (samo) u tome što se neki bogate (postaju bogatiji), za razliku od drugih, nego u tome što oni koji se bogate gomilaju svoje bogatstvo uz pomoć države i njenih regulatornih mjera. Stoga, kada se govori o opasnostima od nastanka korupcije, treba obratiti pažnju na lobiranje ili “zakonodavne subvencije” dodijeljene onima koji imaju formalnu ili neformalnu moć da utječu na zakonodavne odluke ili na uređivanje određene oblasti. U svojoj studiji utjecaja lobiranja na zakonodavni proces, Hall i Deardoff žele dokazati da se lobisti usmjeravaju na one političare koji zauzimaju definirano političko (i zakonodavno) gledište o određenom javnom pitanju. Njihova se strategija ne sastoji u tome da promijene mišljenje onih koje žele u nešto uvjeriti, već da naprave neku vrstu “prirodnog sklada” između odabranih političara i lobista. Drugim riječima, lobisti utječu na one koji imaju

¹⁶ Radi lakšeg razumijevanja, mediji su u ovom dijelu nazvani institucijama. Govorimo o medijima kao privrednim subjektima. Pravljenje razlike između medija kao privrednih subjekata (preduzeća) i medija kao kulturnih proizvoda (ne-preduzeća?) čini se pogrešnim. Koji to medij ne funkcionira kao kompanija? Da li je moguće da medijska kuća (bez obzira na njenu institucionalnu organizaciju i način finansiranja, kao što je naprimjer javni servis) funkcionira nezavisno od tržišta kao ne-kompanija? Jedino pravo pitanje jeste ko je vlasnik sredstava za proizvodnju.

iskristalizirane stavove, sa ciljem da ih ojačaju i pripreme za djelovanje. Kako bismo mogli identificirati rizike od nastanka korupcije u oblasti medija, neophodno je pažljivo pratiti kako se donose zakoni o medijima i utvrditi koje su (potencijalne) zakonodavne subvencije na raspolaganju pojedinim vlasnicima medija (Hall i Deardoff 2006). Primjeri analizirani u ovoj knjizi dokazuju ispravnost ovog pristupa.

4. KAKO TREBA ANALIZIRATI KORUPCIJU U OBLASTI MEDIJA?

Praktično, ne postoje istraživanja koja pokušavaju identificirati prisustvo korupcije u medijima.¹⁷ Prvi korak u oblikovanju odgovarajućeg metodološkog okvira mogao bi biti usmjeravanje analize na tri osnovne oblasti: vlasništvo nad medijima, raspodjela prihoda od oglašivača i državnog oglašavanja i privatizacija javnih servisa. Poseban segment analize treba biti posvećen identifikaciji “majke svih slučajeva korupcije” – politički vođenoj privatizaciji, koja je bila dostupna samo maloj grupi pojedinaca. Privatizacija medija jedna je od tema koju mediji rijetko detaljno analiziraju (jer se mediji prepliću sa političkom sferom). Usmjerenost na novinarske izvještaje koji jasno pokazuju zanemarivanje javnog interesa zamka je koje se treba čuvati. Govoreći to, želimo još jednom naglasiti gore spomenutu Bourdieuovu postavku da više treba voditi računa o načinu na koji novinarstvo funkcionira, nego što se treba usmjeravati na način funkcioniranja medija. Odličan tekst Edwarda H. Spencea iz 2008. godine “Korupcija u medijima” osvjetljava najčešće forme neadekvatnog izvještavanja (mada bi se takva praksa teško mogla nazvati “novinarskim izvještavanjem”): izmišljene vijesti, pristrasne vijesti i vijesti na prodaju (“unutrašnji neprijatelj”), kao i lažne vijesti, namještene vijesti i kupljene vijesti (“u krevetu sa neprijateljem”). Ono što Spenceova analiza, međutim, ne nudi, jeste odgovor na pitanje koliko su takve koruptivne prakse u suprotnosti sa standardima novinarske profesije i do koje su mjere ove prakse neizbježni proizvodi rada medija (onoga što smo ranije nazvali korupcijom zavisnosti)?

¹⁷ Za potrebe ovog projekta napravljen je pregled literature koja se bavi korupcijom u medijima. Neki ovoj temi pristupaju usmjeravajući se na medijske izvještaje o korupciji, dok drugi procjenjuju stepen korupcije oslanjajući se na to kako različite društvene grupe percipiraju nivo korupcije. Vidjeti: Agarwal i Barthel (2013), Ali Nobil (2011), Li (2013), Palau i Davesa (2013), Di Tella i Franceschelli (2011), Samarth (2005) i Hanitzsch i Berganza (2012).

U zaključku ovog subjektivnog pregleda akademskih razmatranja na ovu temu, spomenimo najsimptomatičniji pristup analizi koji nalazimo u vrlo utjecajnoj knjizi Hallina i Mancinija *Poređenje medijskih sistema* (Hallin i Mancini 2004, 34–36). Autori tvrde da jedan od osnovnih pokazatelja nivoa demokratije medijskih sistema jeste profesionalizacija novinarstva (kakvo god da je značenje ovog pojma). Ukratko, profesionalne vrijednosti (ili profesionalni mitovi) predstavljaju vezivno tkivo koje omogućava kategorizaciju novinarskih praksi u “dobre” i “loše”. Dok zajednica novinara može blagonaklono posmatrati ovo objašnjenje, ono praktično nimalo ne doprinosi razumijevanju novinarskog rada u procesu izgradnje javnog (političkog) znanja. Hallin i Mancini polaze od pretpostavke da je profesionalno (objektivno) novinarstvo moguće ukoliko se novinari pridržavaju specifičnih (zajedničkih) vrijednosti. Problem je u tome što su te zajedničke vrijednosti alibi za pojedine medijske prakse koje neminovno vode ka neprofesionalnom novinarstvu. Moglo bi se reći da su to vrijednosti kojima novinari teže, ali ih ne mogu lako poštovati zbog umiješanosti medija u ekonomsku sferu. Kao rezultat toga, medijski je svijet prepun pojedinačnih priča o mitskim novinarima koji su se opirali sistemu, objavljivali istinite priče i životom platili svoje postupke, zatim o mučenicima i zvijezdama koji su objavili knjige u kojima opisuju pozadinu svojih priča i o hrabrim novinarima koji istrajavaju u nadi da je novinarstvo oslobođeno jarma vlasničkih odnosa još uvijek moguće.

Zajednička karakteristika svih ovih pristupa jeste namjerno izbjegavanje pitanja povezanosti ekonomskog sistema u kojem mediji rade i načina izvještavanja. U ovom trenutku neophodno je zaustaviti one kritičare koji političku ekonomiju označavaju kao pristup zasnovan na ekonomiji koja ne može pomoći u razumijevanju zašto je medijsko izvještavanje takvo kakvo jeste. To je suština problema, iz kojeg nastaje naša osnovna postavka – da analiza načina medijskog izvještavanja (ili specifičnih medijskih praksi) nema praktičnu vrijednost i da treba težiti identifikiranju mehanizama koji stvaraju baš takve medijske prakse a ne neke druge. Jedini način da se ovo učini jeste da se usmjerimo na osnovne proizvodne odnose.

Na taj način nema potrebe da se pribjegava teorijama zavjere, zlim vlasnicima, korumpiranim novinarima i neukoju javnosti. Ono što je dovoljno je osnovna premissa – mediji su kapitalistička preduzeća *par excellence*, zbog čega je njihov primarni zadatak održavati kapitalistički sistem. U daljnjem tekstu opisane su osnove onoga što smo nazvali holističkim pristupom analizi korupcije u medijima.

5. METODOLOGIJA

Kako bi se obuhvatio ukupan opseg osobina medijskog sektora koje su od presudne važnosti za njegovu sposobnost da služi javnom interesu i demokratiji, istraživanje provedeno u okviru projekta “Medijski opservatorij jugoistočne Evrope” uvodi pojam “medijskog integriteta”.

Medijski integritet obuhvata nekoliko osobina medijskog sistema – politike, strukture i prakse u oblasti medija i njihove odnose – koje medijima omogućavaju da služe javnom interesu i demokratskim procesima, pokazujući u svom poslovanju i svojim sadržajima:

- slobodu i nezavisnost od pojedinačnog/posebnog privatnog ili državnog interesa;
- transparentnost vlastitog rada i interesa, uključujući jasno otkrivanje izloženosti pojedinačnim ili državnim interesima ili zavisnosti od njih;
- pridržavanje i poštovanje etičkih i profesionalnih standarda i
- dužnost i odgovornost prema građanima.

Medijski integritet u užem smislu predstavlja sposobnost medija da:

- građanima pruže tačne i pouzdane informacije a da pri tome nisu zavisni od pojedinačnih/posebnih privatnih ili državnih izvora, ili da s njima imaju klijentelistički odnos, ili da služe pojedinačnim/posebnim privatnim ili državnim izvorima;
- građanima osiguraju pristup širokom spektru stavova i mišljenja, kao i mogućnost da ih izraze, a da pri tome nisu izloženi pristrasnosti i propagandi.

Medijski integritet također podrazumijeva sposobnost novinara i drugih medijskih radnika da njeguju profesionalnu samostalnost i standarde, pokazujući spremnost da služe javnom interesu a suprotstave se odnosima i postupcima koji korumpiraju i instrumentaliziraju profesiju u smjeru služenja pojedinačnim/posebnim privatnim ili državnim interesima; ova sposobnost uključuje transparentnost zavisnosti od pojedinačnih interesa i izvora i posvećenost novinara zaštiti profesionalnih standarda u takvim okolnostima.

Medijski integritet povezan je sa pojmovima slobode i nezavisnosti medija kao i medijskog pluralizma, ali u pokušaju da obuhvati uzroke i manifestacije disfunkcionalne demokratske uloge medija u jugoistočnoj Evropi teži razviti dodatnu analitičku kategoriju usmjerenu na *institucionalnu korupciju* u medijskom sistemu, na manifestacije *ekonomije utjecajem* i *konfliktne zavisnosti*,¹⁸ kao i na politički klijentelizam u medijskom sektoru (Hallin i Papathanassopoulos 2002).

Kako bismo obuhvatili cjelokupan spektar pitanja uključenih u koncept medijskog integriteta kao nove analitičke kategorije, primijenili smo holistički pristup u dizajnu metodologije. Svrha ovakvog pristupa bila je provjeriti kako ovaj koncept djeluje u različitim aspektima medijskog sistema i koliko je koristan za analizu i razumijevanje toga zašto su mediji (medijski sistemi) u zemljama jugoistočne Evrope takvi kakvi jesu i šta utječe na njihovu sposobnost da služe javnom interesu i demokratiji.

Holistički pristup nastoji istražiti medijske sisteme u regiji na različitim nivoima: na nivou razvoja i primjene medijskih politika, ali i na nivou medijskih struktura i institucija, kao i novinara i njihovog profesionalnog rada. Unutar tog analitičkog okvira, stavili smo poseban naglasak na vlasništvo nad medijima i finansiranje

¹⁸ Vidjeti predavanja Lawrencea Lessiga i članke o institucionalnoj korupciji, ekonomiji utjecajem i konfliktnoj zavisnosti. Dostupno na: <http://blip.tv/lessig/institutional-corruption-short-version-2807497>; <http://www.law.harvard.edu/alumni/hlsbrief/media/lessig-video.html> i <http://www.bostonreview.net/BR35.5/lessig.php> (stranice posjećene 2. marta 2013).

medija. U dijelu istraživanja o oblicima vlasništva nad medijima, umnogome smo se oslanjali na istraživanje vlasništva nad medijima koje je provedeno 2003/2004. u okviru iste mreže organizacija civilnog društva – Mreže za profesionalizaciju medija jugoistočne Evrope, također pod vodstvom Mirovnog instituta iz Ljubljane.

Ovo istraživanje medijskog integriteta fokusirano je na pet zemalja jugoistočne Evrope – Albaniju, Bosnu i Hercegovinu, Hrvatsku, Makedoniju i Srbiju. Provedeno je od jula 2013. do februara 2014. godine, sa ciljem da identifikira i objasni izvore i mehanizme koji sistemski korumpiraju ulogu i sposobnost medija da služe demokratiji.

Primjenjujući holistički pristup i usvojivši analitički okvir zasnovan na rizicima, identifikirali smo četiri oblasti rizika po medijski integritet – razvoj medijskih politika i njihovu primjenu, medijske strukture (uključujući vlasništvo, finansije i javne radiodifuzne servise), novinare i novinarske/medijske prakse – i specifične rizike za svaku od njih.¹⁹ Različite istraživačke metode i formati predstavljanja korišteni su da se istraže, objasne i ilustriraju procesi, politike, strukture, prakse, mehanizmi, tehnike i akteri koji predstavljaju rizik za medijski integritet u odabranim zemljama jugoistočne Evrope. Istraživanje je usmjereno na trenutnu situaciju, ali koristi dijahronijsku/historijsku procjenu kada je to potrebno.

Metodološki okvir za istraživanje medijskog integriteta također je obuhvatio utvrđivanje i objašnjavanje primjera politika, struktura i praksi u oblasti medija u pojedinačnim zemljama i na regionalnom nivou koji se smatraju primjerima dobre prakse u oblasti medijskog integriteta.

Istraživanje je upotunjeno sa šest istraživačkih novinarskih projekata, realiziranih između septembra 2013. i januara 2014. godine uz podršku Medijskog

¹⁹ U ovom smo dijelu koristili iskustvo u razvoju analitičkog okvira zasnovanog na rizicima za procjenu medijskog pluralizma, to jest monitor medijskog pluralizma (Media Pluralism Monitor), što je sredstvo za monitoring razvijeno na inicijativu Evropske komisije 2009. godine. Vidjeti: *Independent Study on Indicators for Media Pluralism*, 2009.

opservatorija jugoistočne Evrope (pomoću subfinansiranja) kako bi se istražile koruptivne prakse u medijskom sektoru u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj, Makedoniji i Srbiji.

Istraživanje medijskog integriteta vođeno je na temelju sljedećih općih istraživačkih pitanja:

Da li i na koji način medijski sistemi u zemljama jugoistočne Evrope integriraju rizike institucionalne korupcije i političkog klijentelizma?

Kako ovi rizici utječu na sposobnost medija da služe javnom interesu i ispunjavaju svoju demokratsku ulogu?

Kako se oni manifestiraju u četiri oblasti: razvoj medijskih politika i njihova primjena, medijske strukture i institucije (posebno vlasništvo nad medijima, finansiranje i javni radiodifuzni servisi), novinari i novinarska/medijska praksa?

Koje se politike, strukture i prakse mogu smatrati “nosiocima promjene” u smislu zaštite medijskog integriteta i unapređenja demokratskih medijskih reformi?

Ispitivanje četiri oblasti rizika po medijski integritet vođeno je na temelju specifičnih istraživačkih pitanja i detaljnog inventara rizika identificiranih u svakoj od sljedećih oblasti:²⁰

Oblast rizika po medijski integritet: Razvoj politika i njihova primjena

Zašto razvoj i primjena politika ne rezultira efikasnim mjerama i operativnim medijskim sistemima zasnovanim na poštovanju slobode medija, nezavisnosti i pluralizma? Koji su oblici institucionalne korupcije i konfliktne zavisnosti u ovoj oblasti i koji faktori utječu na njih?

²⁰ Vidjeti inventar identificiranih rizika za svaku oblast rizika po medijski integritet koji je dat u prilogu.

Oblast rizika po medijski integritet: Medijske strukture i institucije (vlasništvo, finansiranje, javni radiodifuzni servisi)

Koji su ključni obrasci za uspostavljanje, reguliranje, održavanje i kontrolu medijskih struktura kao što su vlasništvo nad medijima, finansiranje medija i rad javnih radiodifuznih servisa i koliko su ti obrasci zasnovani na političkom klijentelizmu, institucionalnoj korupciji i konfliktnoj zavisnosti?

Koliko i na koji način opstanak privatnih i komercijalnih medijskih preduzeća zavisi od finansijskih izvora povezanih sa državom na osnovu klijentelističkih veza između medijskih struktura i političkih grupa na poziciji moći i koliko su i na koji način mediji u vlasništvu države kontrolirani i instrumentalizirani za ostvarivanje vlastitih interesa određenih poslovnih i političkih grupa?

Kakvi su oblici institucionalne korupcije i konfliktna zavisnosti u ovoj oblasti? Na koji se način oni razlikuju u javnim i privatnim medijskim institucijama?

Oblast rizika po medijski integritet: Novinari

Koliko su i na koji način novinari i urednici žrtve ili gradivni elementi struktura ili odnosa koji opstruiju demokratsku ulogu medija? Koji uvjeti, kapaciteti i položaj novinara i urednika unutar medijskih struktura i u društvu doprinose njihovoj sposobnosti i odlukama da učestvuju ili da se suprotstave odnosima i praksama koje korumpiraju i instrumentaliziraju profesiju u korist određenih poslovnih ili političkih interesa?

Oblast rizika po medijski integritet: Novinarske i medijske prakse

Da li i na koji način novinarske i medijske prakse – dominantni obrasci prikupljanja, odabiranja, izvještavanja i oblikovanja vijesti o društvenim pojavama i akterima – i dominantni formati medijskih sadržaja – odražavaju i podržavaju strukture i odnose zasnovane na instrumentalizaciji medija za određene političke i poslovne interese i umanjuju njihovu demokratsku ulogu?

U istraživanju su uglavnom korištene kvalitativne istraživačke metode i tehnike, kao što su intervjui i fokus grupe, u okviru kojih je vođen dijalog sa relevantnim akterima i zainteresiranim stranama, studije slučaja i analiza dosadašnjih istraživanja. Podaci dostupni u postojećim izvještajima i dokumentima često su objedinjavani i korišteni za elaboraciju pitanja identificiranih u analitičkom okviru istraživanja medijskog integriteta.

U fokusu je našeg istraživanja bilo identificiranje obrazaca osnivanja, upravljanja i djelovanja medijskih struktura, u prvom redu obrazaca vlasništva nad medijima i finansiranja medija, a u tom kontekstu bili smo vođeni idejom da prikupimo dovoljno relevantnih podataka kako bismo mogli identificirati te obrasce i provjeriti kako oni djeluju u smislu identificiranih rizika medijskog integriteta.

Shodno tome, uprkos holističkom pristupu u smislu obima i područja koja je trebalo istražiti, istraživanje medijskog integriteta nije imalo za cilj osigurati reprezentativne podatke, već identificirati obrasce i trendove, kao i uvjete i okolnosti koje omogućavaju određene obrasce.

6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Naše istraživanje iz 2004. godine pokazalo je da je vlasništvo nad medijima itekako bitno. Deset godina kasnije moramo zaključiti da je medijski integritet također bitan! Opstruktivni obrasci koji medije sprečavaju da služe javnom interesu pojavljuju se u svim medijskim sistemima. Ovi obrasci predstavljaju sistem korumpiranih odnosa koji prožimaju medijsku sferu inficirajući sve njene dijelove – od medijskih politika do novinarstva kao profesije.

6.1. Medijske politike

Komparativni pregled otkriva da trenutna medijska situacija u analiziranim zemljama nije samo rezultat nedostatka ili nepostojanja medijskih politika, niti nedostatka pravnog okvira unutar kojeg mediji funkcioniraju. Ona je prije posljedica političkog i ekonomskog sistema koji medije doslovno primorava da uspostavljaju “incestoidne odnose” sa različitim centrima moći. U tom kontekstu, neophodno je posvetiti pažnju načinu na koji politička elita u ovim zemljama stvara okolnosti koje omogućavaju određenu vrstu kontrole nad medijskim sistemom. Koncept tranzicije ovdje nije od velike pomoći, štaviše, može iskriviti analizu situacije.

Problem leži u činjenici da u posljednje dvije decenije, od pada socijalizma, nijedna od analiziranih zemalja nije pokrenula sveobuhvatnu javnu raspravu o sistemskim normativnim i institucionalnim promjenama koje se odigravaju pod parolom tranzicije. Kakvu vrstu medija želimo? Konsenzus o ovom pitanju nije nikada ni tražen niti postignut. Umjesto toga, cilj je bio usvojiti i oponašati jedan ili drugi model medijskog sistema, zakona ili institucija koji se može naći u zemljama

na koje se generalno gleda kao na demokratske i koje pružaju pomoć tokom procesa “tranzicije”. Zaključak koji se sam nameće prilikom pregleda analize medijskih politika u zemljama obuhvaćenim ovom studijom jeste da tranzicija još uvijek traje i da se nikada neće okončati.

Proces je započeo devedesetih godina dvadesetog vijeka s motom: Što manje države, što više tržišta. Obilježene iskustvom ograničavanja slobode govora i slobode medija tokom perioda u kojem je država igrala glavnu ulogu i držala polugu represije, nove su vlade prividno odustale od kontrole, ali su u realnosti zadržale sve “nevidljive” poluge utjecaja na medije. Javni interes jednostavno je razmijenjen za posebne interese političke i ekonomske elite.

Medijsko je zakonodavstvo, prema tome, samo legaliziralo i legitimiralo pravo stanje stvari koje je postojalo u realnosti. Stoga ne iznenađuje da se vlade koje su se smjenjivale tokom posljednje dvije decenije nisu značajno razlikovale u pogledu njihovog odnosa prema medijima. Pozivanje na “evropske standarde”, “primjere dobre prakse” i “primjenu Direktive EU AVMS”,²¹ ali bez razmišljanja o tome kakve su njihove posljedice na razvoj medija, dovelo je do čudne “pretpristupne” politike kopiranja i preuzimanja. Međutim, područja u kojima su evropski standardi zahtijevali principijelan pristup države (naprimjer, u slučajevima autonomije regulatora i medijskog pluralizma) ostala su manjkava. Regulatorne institucije koje su se pojavile bile su samo prividno samostalne, dok su u realnosti bile veoma zavisne. I umjesto da reguliraju medije, štatile su posebne interese moćnih igrača na medijskom tržištu (često uz pomoć značajnih političkih veza).

U Bosni i Hercegovini, skoro dvije decenije nakon završetka rata, situacija je čak i gora. Ne samo da državne institucije nisu sposobne upravljati, već je

²¹ Direktiva 2010/13/EU Evropskog parlamenta i Vijeća od 10. marta 2010. godine o koordinaciji određenih odredaba propisanih zakonom, odredbom ili administrativnom mjerom u zemljama članicama vezanih za pružanje audiovizuelnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizuelnim medijskim servisima).

cjelokupna politička i ekonomska sfera podijeljena prema etničkoj pripadnosti. Medijski zakoni formulirani uz pomoć međunarodne zajednice u potpunosti podržavaju slobodu medija, ali njihova primjena zavisi od hirova lokalnih političkih elita. Međunarodna zajednica ustanovila je nezavisno tijelo za reguliranje sektora emitiranja – CRA/RAK, na ovaj način postavljajući temelje za efikasnu regulaciju, ali je politička elita stalnim političkim pritiscima blokirala sve mogućnosti za njegov efikasan rad (Jusić i Ahmetašević 2013). Čak i dekriminalizacija klevete, koja je imala namjeru zaštititi novinare od opasnosti kriminalizacije novinarskog izvještavanja, nije dala željeni efekat. Ustvari, političari su iskoristili ovu promjenu i sada podnose građanske tužbe često zahtijevajući visoke odštete od novinara i medija, na ovaj način ugrožavajući prije svega kritičke medije. Mada je ideja o samoregulaciji pustila najdublje korijene u Bosni i Hercegovini, u okruženju gdje se zakoni provode u skladu sa političkim interesima, ona je dala ograničene rezultate. U Srbiji su gore opisani procesi odloženi, a i započeti su deceniju kasnije u odnosu na druge zemlje u regiji. Premda je u Srbiji sada uspostavljena velika medijska koalicija koju čine svi ključni akteri u medijskoj sferi (udruženja novinara i udruženja različitih medijskih organizacija) koji su postigli konsenzus i usvojili Medijsku strategiju (2011. godine), većina ključnih zahtjeva još uvijek nije ispunjena. Usvajanje zakona bez prethodne analize grešaka i nedostataka iz prošlosti, odsustvo metodologije za utvrđivanje (i mjerenje) medijskog pluralizma, odsustvo definicije javnog interesa, istraživanja medijskog tržišta i osnovnih informacija o obimu medijskog sektora može na kraju dovesti do donošenja zakona koji imaju adekvatnu formu ali ih je teško provesti.

Poređenje osnovnih zakona koji reguliraju oblast medija pokazuje da većina analiziranih zemalja ima ugrađene mehanizme koji osiguravaju slobodan rad medija. Međutim, u praksi, pojedine se odredbe ne primjenjuju ili je njihova primjena nepotpuna, odgovornost se prebacuje sa jedne institucije na drugu (što za posljedicu ima da na kraju niko ne vrši kontrolu), a relevantne institucije nemaju informacije o stvarnom stanju stvari na medijskom tržištu. Ova se situacija reflektira na

medijske sadržaje, te se mediji naposljetku koriste kao glavni adut u pregovorima između vlasnika medija i političara.

Prilikom oblikovanja normativnog okvira, a samim tim i medijskog sistema, došlo je do sukoba interesa mnogih igrača na medijskom tržištu. Analiza uloge međunarodne pomoći u medijskoj reformi u Bosni i Hercegovini pokazala je da su ključni faktori koji su izazvali zastoj reforme medija bili to što nije postojala saradnja i koordinacija među mnogim donatorskim zemljama i organizacijama, kao i to što su se lokalne elite protivile promjenama koje su prijetile ograničiti njihovu kontrolu nad medijima (Jusić i Ahmetašević 2013). Tri stuba uspješne medijske reforme su: otvorena i inkluzivna javna rasprava, podrška političke elite, koja bi trebala prihvatiti vlasništvo nad problemom, i podrška ključnih medijskih igrača – od vlasnika medija preko novinara do javnosti.

6.2. Vlasništvo nad medijima

Odsustvo tržišta, snažna zavisnost od finansijskih tokova koji uključuju državu, neodređena regulacija nezakonite koncentracije vlasništva, skriveno vlasništvo i netransparentno trgovanje u medijskoj sferi doveli su do rastuće zavisnosti medija od države ili prije od političkih partija i njihovih planova u svim zemljama obuhvaćenim analizom. Umjesto da služe javnom dobru, jačaju demokratiju i demokratske institucije, mediji su ostali zarobljeni u mreži netransparentnih klijentelističkih odnosa. Značajan broj aktivnih medijskih kuća ni na koji način ne ukazuje na medijski pluralizam, već prije ukazuje na vještačko održavanje poluge utjecaja na političke odluke. U određenim slučajevima, političke su veze očigledne, ali većinom se mogu samo naslutiti na osnovu uređivačkih politika. *Online* mediji, koji su promovirani kao mehanizmi za osiguravanje pluralizma glasova na medijskom tržištu, pokazali su se kao najnetransparentniji u svom radu; mnogi od njih rade pod patronatom poslovno-političkih grupa i finansiraju se novcem sumnjivog

porijekla. Novinarski istraživački projekt “MediaPedia” iz Makedonije, koji se bavio istraživanjem mreža skrivenog vlasništva u koje su zarobljeni makedonski *online* mediji, pokazao je kako ova povezanost funkcionira.²²

U Hrvatskoj, slučaj poznat kao *Afera Fimi media* i presuda (koja još nije pravosnažna) izrečena bivšem premijeru Ivi Sanaderu pokazali su kako funkcionira korupcija zavisnosti.²³ Važan zaključak koji proizlazi iz ovog procesa jeste da bivši premijer ne bi bio u stanju izgraditi tako složen koruptivni sistem da vodi svoju političku stranku i državu a da nije imao podršku i od države i od vlasnika medija, koji su zauzvrat bili nagrađeni novcem koji su dobijali iz državnog budžeta ili banaka koje su bile pod Sanaderovom kontrolom (povoljni krediti za kupovinu medija). Temeljna analiza hrvatskog medijskog prostora pokazuje kako se tržište sve više koncentrira uprkos mnoštvu radio i televizijskih programa. Ustvari, sve se veći broj medijskih kuća teži povezati u mreže u pokušaju da smanje troškove, dok *online* mediji mogu preživjeti samo ukoliko njihovi vlasnici imaju neki unosan posao. Vlasnici medija su postali toliko moćni da su skoro nedodirljivi.

Kako bi se razumio odnos između državnih vlasti i medija/vlasnika medija, ključno pitanje na koje treba dati odgovor jeste kako oni koji vrše utjecaj na medije imaju koristi od njih? Odgovor izveden iz makedonskog slučaja sasvim je nedvosmišlen – vlasnici medija su vlasnici javnog mnijenja. U tom smislu najvažniji je novinarski sadržaj, naprimjer kako i o čemu mediji izvještavaju, a o čemu ne izvještavaju. Vlasništvo nad radio i televizijskim stanicama već je transparentno, a novi zakoni usvojeni pred kraj 2013. godine (na koje su ubrzo, u januaru 2014. godine, doneseni amandmani) zahtijevaju od vlasnika štampanih medija da otkriju udio u vlasništvu medija. Internetski mediji, koji, prema mišljenju analitičara, predstavljaju posljed-

²² Izvor dostupan na: <http://mediapedia.mk/> (stranica posjećena 15. aprila 2014).

²³ Simptomatično je da je najveći korupcijski skandal u Hrvatskoj povezan sa kompanijom čije ime uključuje termin “media”. Njen je zadatak bio preusmjeravati novac oglašivača iz državnih kompanija ka poslušnim medijskim kućama i računima tada vladajuće HDZ stranke.

nje utočište kritičkog novinarstva, nisu regulirani nikakvom uredbom o transparentnosti vlasništva niti ustavnim pravom na odgovor i pravom na ispravku.

Pregled vlasnika medija u Makedoniji pokazao je da se u posljednjoj deceniji ništa značajno nije promijenilo, uključujući načine na koje se mediji zlopotrebljavaju u političke svrhe. Lokalni radio i televizijski kanali, uglavnom u vlasništvu pojedinačnih malih privrednika, najmoćniji su instrumenti za osiguranje političke podrške vladajućoj stranci. Mediji koji su u vlasništvu pojedinačnih velikih privrednika žive u simbiozi sa vladajućom elitom do trenutka u kome vlasnik odluči da bude kritičan prema trenutnoj politici. S druge strane, vladajuća politička elita tolerira samo one vlasnike koji su voljni da bezuvjetno podrže njihovu politiku. Ovakva vrsta odnosa isključuje bilo kakvu mogućnost za kritičko novinarstvo.

Transparentnost vlasništva nad medijima u Srbiji je jedno od ključnih političkih pitanja. No, nije poznato koliko je medija u vlasništvu države. Zahvaljujući državnom finansiranju, mediji su manje okrenuti prema tržišnom poslovanju, dok država ima brojne poluge kojima vrši utjecaj na medijske sadržaje. Sa druge strane nalaze se strani vlasnici, koji su isključivo vođeni profitom i uglavnom objavljuju tabloide. Specifična su odlika medijskog okruženja u Srbiji politički tabloidi, koji se pojavljuju i nestaju po diktatu skrivenih, poslovno-političkih mreža potpomognutih kriminalnim i obavještajnim krugovima. Tajkuni obično skrivaju svoje akcije u medijima tako što registriraju *off-shore* kompanije ili uspostavljaju mrežu kompanija registriranih na Kipru, u Austriji ili Rusiji, kojima se ne može ući u trag. Takvi su mediji u potpunosti zavisni od politički vođenih finansijskih tokova (kao što su reklame za velike državne kompanije), a njihova mobilizacija u političke svrhe postaje najočiglednija u vrijeme izbora. U tipičnom modelu lokalnog vlasništva nad medijima nalazi se mali (lokalni) preduzetnik koji je vlasnik lokalnog medija. Novinari moraju poštovati poslovne interese vlasnika medija u kome rade jer im od njih zavise izvori prihoda. Vlasnik televizijske imperije Pink Media Group Željko Mitrović izgradio je svoju imperiju tokom vladavine Slobodana Miloševića, a uspio ju je zadržati i proširiti i nakon promjene vlasti. Mitrović je uvijek koristio svoje

medije da promovira vlastiti posao i lične interese te interese političkih struktura na vlasti. Za razliku od mnogih drugih (bivših) vlasnika medija u regiji, koji su težili aktivnom uključenju u politiku uz pomoć svojih medija i na kraju sve izgubili, Mitrović je svoje medije uvijek stavljao “na raspolaganje” vladajućim političarima, bez obzira na njihovu političku orijentaciju. Mediji u vlasništvu novinara najviše su pogođeni finansijskom krizom, a preživljavanje u okruženju u kojem “tržište” funkcioniра u skladu sa političkim i klijentelističkim principima je neizvjesno.

U Albaniji su svi mediji, osim javnog servisa i nacionalne novinske agencije, u privatnom vlasništvu. Tek je nekolicina vlasnika medija voljna javno priznati da imaju političke veze, a njihov ulazak u politiku postao je uobičajena pojava. Zahvaljujući specifičnostima ovog tržišta, praktično nijedna medijska kuća ne može preživjeti bez zakulisne podrške unosnijeg posla vlasnika. Uobičajen obrazac koji se sreće u medijskim kompanijama je smjenjivanje iste grupe članova porodice, rođaka ili osoba od povjerenja na pozicijama generalnih menadžera, članova odbora ili akcionara (naprimjer, nacionalni +2Radio i Top Channel TV). Ponašanje vlasnika medija, prikrivanje vlasničkih veza i različitih oblika instrumentalizacije medija pokazali su se kao najvažniji faktori koji sprečavaju integritet medija.

6.3. Finansiranje medija

Efikasnost medijskih politika zavisi od transparentnosti informacija (o vlasništvu i izvorima finansiranja) i postojanja odgovarajućih, nezavisnih institucija koje osiguravaju valjane informacije o medijskom tržištu. U zemljama obuhvaćenim ovom analizom i jedno i drugo predstavljaju problem. U Albaniji, dvadeset tri godine nakon liberalizacije tržišta, još uvijek nema pouzdanih i dostupnih podataka o stanju poslova u medijskom sektoru. Situacija u kojoj je nešto poznato ili se pretpostavlja i u kojoj novac dolazi iz različitih poslova vlasnika medija u njihove medijske kuće (paralelni poslovi), uz pomoć državnog oglašavanja, stvara medijsko

tržište čije je funkcioniranje više vođeno političkim i privatnim interesima nego tržišnim principima. U Bosni i Hercegovini rat koji je izbio između kompanija koje se bave mjerenjem gledanosti jasno pokazuje da se ovi podaci često prilagođavaju potrebama najutjecajnijih igrača na tržištu. U zemljama u kojima su ovi podaci dostupni nedostaju podaci mjerenja regulatornih tijela. Očigledno, u takvim je okolnostima bespredmetno govoriti o medijskom tržištu.

Raspodjela državnog oglašavanja i različitih oblika državnih subvencija predstavlja oblast visokog rizika za korupciju. Ko dobija novac i za koju svrhu? (Zvanično, državne su subvencije namijenjene podršci medijskog pluralizma.) Veliki je dio ovih sredstava dat PR-agencijama i agencijama za oglašavanje, marketing i produkciju, koje su uglavnom u vlasništvu aktivista političkih partija i osoba koje su sa njima povezane. Posljedica politički motivirane raspodjele državnih sredstava kako bi se utjecalo na rad medija predstavlja (zlo)upotrebu medija kao sredstva za oblikovanje javnog mnijenja, jačanje političkog rejtinga (političkih partija ili pojedinačnih političara) ili uvećanje ličnog bogatstva. Trendovi su nedvosmisleni. Političke partije i političari, koristeći sredstva iz državnog budžeta, održavaju mrežu politički povezanih i politički motiviranih agencija, čiji vlasnici koriste mrežu malog broja moćnika za uspostavljanje kontrole nad medijskim sektorom. Zahvaljujući ovom otimanju sredstava, većina medija nikada ne kritizira rad državnih tijela, osim u slučajevima kada to odgovara interesima određenih političkih stranaka ili dijelu političke elite. Mediji su kao psi čuvari rada državnih institucija sami postali predmet kontrole. Dodjeljivanje sredstava medijima koji su bliski političkim partijama posebno se uvećava u vrijeme izbora. U albanskom polariziranom medijskom svijetu, televizijskim stanicama bliskim vlastima dodijeljen je najveći dio sredstava za državno oglašavanje. Najveći dio novca iz fonda za oglašavanje Ministarstva odbrane otišao je televizijskim stanicama čiji je vlasnik Aleksander Frangaj, koji je u bliskoj vezi sa bivšim premijerom u vladi Salija Beriše i njegove Demokratske partije.²⁴

²⁴ Vidjeti: B. Likmeta, "Big Advertisers subvert Albanian Media Freedom".

Hrvatski su mediji, pak, u “čvrstom zagrljaju” političke elite i velikih oglašivača. Država još uvijek igra značajnu ulogu u finansiranju medija, raspoređujući razne državne subvencije i nacionalnim i lokalnim medijima. Za neke lokalne medije, državne su subvencije osnovni izvor finansiranja. Pored direktnog sufinansiranja, država može utjecati na finansijsku stabilnost medija preko poreske politike. Većina komercijalnih medija zavisi od prihoda za oglašavanje, a među pet najvećih oglašivača u Hrvatskoj su hrvatski Agrokor, T-HT i VIP. Agrokor je vlasnik najveće distributivne mreže štampanih medija, dok telekomunikacijska kompanija T-HT ima veliki udio u *online* medijima. Takvo preplitanje medija i njihovih vlasničkih struktura omogućava direktan utjecaj na stav države prema radu medija: veliki su mediji jednostavno nedodirljivi. Najindikativniji je primjer toga sedmičnik *Feral Tribune*, koji su osnovali novinari koji su za vrijeme vladavine Franje Tuđmana bili najvažniji proizvođači kritičkog novinarstva. *Feral Tribune* je preživio političke pritiske i brojne sudske tužbe da bi ga na kraju uništila cenzura tržišta. Uprkos stabilnoj čitalačkoj publici, 2008. godine novine su ugašene zbog bojkota oglašivača. Nezavisno, kritičko novinarstvo danas uglavnom njeguju manji *online* mediji osnovani na bazi projekta. Osim njih – kao intrigantna subverzija koja se odigrava na marginama medijskog sistema – jedan štampani medij srpske nacionalne manjine koji se finansira iz javnih fondova strateški je zaposlio bivše urednike *Feral Tribunea*, nakon čega je transformiran u politički sedmičnik *par excellence*.

Najveći oglašivač u Makedoniji u 2012. godini bili su organi vlasti. Analiza klijentelističkog finansiranja medija u Makedoniji i Srbiji otkrila je nekoliko osnovnih metoda koje se koriste za provođenje finansijskih transakcija između države i medija, gdje reklamne agencije igraju ulogu posrednika. Kako država nema medijsku politiku niti jasno definiran javni interes u medijskoj sferi, subvencioniranje pojedinih medija i medijskih sadržaja zasnovano je na političkim kriterijima.

Pregled prihoda reklamnih agencija pokazuje da mnoge od njih u potpunosti zavise od “poslova sklopljenih sa državom”, a veoma malo ili nimalo od prodaje njihovih usluga na tržištu. Promjena vlasti ili izvršnih službenika u ministarstvu,

uredu, agenciji ili javnom preduzeću obično podrazumijeva angažiranje nove reklamne/marketingške agencije. Naime, političke partije imaju vlastite agencije “od povjerenja” koje prate njihovo djelovanje.

6.4. Javni radiodifuzni servisi

Javni radiodifuzni servisi ostaju dio medijskog sistema koji je najizloženiji riziku kada su u pitanju određeni politički interesi i sprečavanje nezavisnog rada u službi društva u cjelini. Sistem upravljanja i finansiranja javnih radiodifuznih servisa proizvoljno određuju i mijenjaju politički igrači, preko zakonodavstva ili direktnim mjerama, koje praktično nikada nisu usmjerene na nezavisan i stabilan rad javnih servisa. Promjene u postupcima imenovanja nadzornih i upravljačkih tijela i definiranju njihovih nadležnosti uglavnom su motivirane željom da se na ključne pozicije postave osobe koje su lojalne trenutno vladajućoj partiji. Primjer je najnovija izmjena Zakona o Hrvatskom radiju i televiziji iz 2012. godine, koja je došla poslije promjene vlasti, a povjerava izbor direktora javnog servisa Saboru. Općenito govoreći, upravni odbori javnih servisa, posebno kada su te organizacije finansijski slabe, rijetko su nezavisni od vladajuće politike. U Makedoniji, svaka je vlast do današnjeg dana imala svoje ljude na vodećim pozicijama u javnom servisu. Nove albanska vlada, koja je na vlast došla 2013. godine, istog je trena najavila reformu javnog servisa, pošto je njegovo najviše upravljačko tijelo, čije je članove nominirao parlament, bilo nepotpuno pune dvije godine zbog političkih nesuglasica oko postupka imenovanja.

Mada zakoni u svim ovim zemljama propisuju da na pozicijama u upravljačkim i nadzornim tijelima javnih servisa treba da budu postavljeni kompetentni predstavnici različitih segmenata javnosti i civilnog društva, u praksi su ova tijela uglavnom sastavljena od pojedinaca čiji politički profil jasno ukazuje na lojalnost pojedinim političkim partijama. U Bosni i Hercegovini postupak imenovanja, po-

red političkih sklonosti, uzima u obzir i etničku pripadnost, dok su vještine i iskustvo kandidata potpuno nebitni.

A kakva je stvarna moć i ugled ovih tijela koja bi, u ime javnosti, trebala nadgledati rad javnih servisa? U Albaniji je regulatorno tijelo javnog servisa u potpunosti pasivno, u Makedoniji je uloga Vijeća prilično ceremonijalna, a slično se može reći i za javni servis u Srbiji, gdje je generalni direktor dugo bio utjecajniji od Upravnog odbora. U Hrvatskoj je Nadzorni odbor zbog konflikta interesa zahtijevao razrješenje novoimenovanog generalnog direktora, ali je Sabor odbio taj zahtjev.

Rad upravljačkih i nadzornih tijela u javnom servisu gotovo je potpuno netransparentan, te šira javnost i zaposleni u njemu obično nemaju uvid u njihov rad i odluke. Takav rad u sivoj zoni ugrožava nezavisnost i integritet javnih servisa. U Albaniji, na ovaj je problem ukazivano nekoliko puta u prošlosti, ali izmjene medijskog zakona iz 2013. godine potpuno su ga ignorirale i opet nisu uspostavljeni sistemi provjere i ravnoteže.

Organizacijska struktura javnih servisa toliko je složena da je njima nemoguće upravljati. Ovo posebno važi za Bosnu i Hercegovinu, gdje postoje tri javna servisa, jedan u Federaciji Bosne i Hercegovine, jedan u Republici Srpskoj i jedan osnovan na nivou države. Ovakva struktura odraz je složenog ustavnog uređenja zemlje. Odredba u zakonu iz 2005. godine, koja je usvojena pod utjecajem međunarodne zajednice i koja propisuje osnivanje Korporacije javnih RTV-servisa Bosne i Hercegovine kao posebne organizacijske jedinice, nikada nije primijenjena. Kao i većinu drugih zajedničkih oblasti djelovanja Bosne i Hercegovine, političko vodstvo Republike Srpske opstruira i sprečava jačanje zajedničkih institucija na državnom nivou.

Srbija ima dva javna servisa – Javni servis Srbije i Javni servis Vojvodine. Država prema njima ima različit i često kontroverzan odnos. Ustvari, Srbija još uvijek nema definiran pojam javnog servisa, ni putem zakona niti putem javne rasprave. Zakon o javnim servisima u Srbiji trenutno je u fazi izrade pod budnim okom međunarodne zajednice, posebno Evropske komisije; različiti su interesi i koncepti u

igri, a pitanje koje je stavljeno u prvi plan ovog procesa je pitanje načina finansiranja javnih servisa.

Osim što služe kao “gromobrani” političkih odnosa u zemlji, javni su servisi također ekonomski značajni entiteti. U mnogim slučajevima oni su najveći poslodavci u medijskom sektoru, sa velikim budžetima, produkcijskim kapacitetima i razgranatom infrastrukturom. Ovo je dodatni razlog, uz programske sadržaje, što su često meta klijentelističkih mreža.

U Srbiji, u izvještaju Agencije za borbu protiv korupcije iz 2011. godine, nabrojani su brojni indikatori koruptivnih aktivnosti u RTS-ovim komercijalnim poslovima. Koprodukcije i programi nezavisnih produkcija također su uhvaćeni u koruptivne mreže.

Teško je doći do informacija o finansijama i poslovnim aktivnostima javnih servisa. U Srbiji je bivši generalni direktor javnog servisa odbio objelodaniti ovu (javnu) informaciju i radije je platio kaznu za povredu zakona. U Makedoniji, zakon propisuje da bi finansijske planove i godišnje izvještaje trebalo objaviti na web-stranici javnog servisa, ali niti jedna od ovih informacija nije dostupna na tom mjestu.

Posebna analiza koju je proveo RAK 2013. godine sadržavala je podatke o komercijalnim prihodima javnih servisa u Bosni i Hercegovini, ali je izvještaj neko vrijeme bio sakriven od očiju javnosti. Ova situacija, u kojoj važnu ulogu imaju konkurentske komercijalne televizije, jasno pokazuje da su podaci o obimu i protoku novca oglašivača pod kontrolom skrivenih interesa, dok svi ignoriraju interes javnosti da ima uvid u rad javnih servisa. U Bosni i Hercegovini prihodi od oglašavanja čine veliki dio prihoda javnog servisa – na Federalnoj TV čak 40% prihoda. Nasuprot tome, u Makedoniji i Albaniji udio prihoda od oglašavanja u ukupnom je prihodu veoma mali.

Najveći javni radiodifuzni servisi u regiji – javni servisi Srbije i Hrvatske – posluju sa gubitkom; ova činjenica naročito zabrinjava u slučaju hrvatskog HRT-a, godinama najbogatijeg i najstabilnijeg javnog servisa u regiji, čijih 80% prihoda dolazi

od pretplate, koja iznosi 10 eura mjesečno, sa stopom naplate od preko 95%. Jedan od razloga za tako loše poslovne rezultate, pored sve manjih prihoda od oglašavanja, bio je i taj što je 2010. godine reklamno vrijeme u udarnom terminu na HRT-u smanjeno za više od jedne polovine. To je bila politička odluka, baš kao i odluke o visini pretplate i načinu njene naplate.

Čini se da su zakoni koji uređuju javne servise dizajnirani tako da javni servisi budu taoci vlasti.

U Makedoniji, naprimjer, to je godinama bila glavna poluga kontrole i održavanja odnosa i kulture zavisnosti. Zahvaljujući disfunkcionalnom sistemu prikupljanja pretplate, makedonski javni servis bio je toliko nestabilan da je bio prepušten na milost i nemilost vlasti, zaviseći od državnog budžeta za golo preživljavanje. Slično tome, u Albaniji minimalni iznos televizijske pretplate (0,756 eura po domaćinstvu), koji plaća tek mali dio domaćinstava, završava u državnom budžetu umjesto na računu javnog servisa. Međutim, u obje su zemlje metode za prikupljanje pretplate unaprijedene u posljednjih nekoliko godina, očigledno zahvaljujući političkoj odluci o tome da je neophodan efikasniji sistem naplate.

U Srbiji je ovaj razvoj krenuo u drugom pravcu. Populistička politika dala je obećanje da će se pretplata ukinuti, zbog čega su mnogi prestali da je plaćaju, tako da su ionako oskudni prihodi od pretplate još više smanjeni, što je oba javna emitera bacilo na koljena. Javni servis Vojvodine bio je spreman prekinuti rad kada je dobio sredstva iz državnog budžeta. Ovo nije bila prva intervencija države te vrste, s obzirom na to da je pomoć prethodno data i Radio-televiziji Srbije. Postoji čak i mogućnost da će prema novom Zakonu o javnim servisima u Srbiji pretplata kao način finansiranja javnih servisa biti ukinuta, iako ona simbolizira posvećenost javnih servisa osnovnom cilju – da služe interesima i potrebama građana. Direktno finansiranje iz državnog budžeta, što je navodno privremeno rješenje, ima podršku ne samo vlade već i javnih servisa, jer je iluzija sigurne luke koju osigurava budžetsko finansiranje veoma izražena. Veoma je paradigmatično, ali u isto vrijeme i zastrašujuće, odsustvo odlučnosti vodećih ličnosti u Srbiji da se uspostavi nezavisan sistem

finansiranja javnih servisa. RTS u Srbiji jedna je od najvećih medijskih organizacija u regiji i istovremeno jedini javni emiter koji je u posljednjih nekoliko godina po gledanosti premašio svoje komercijalne konkurente.

Naše istraživanje težilo je tome da ustanovi indikatore integriteta javnih servisa tako što je istraživalo načine njihovog upravljanja i finansiranja. Analiza je pokazala da je situacija takva da vlast i nadzorna tijela i uprave svojim postupcima vrše namjernu i dugotrajnu opstrukciju transparentnog, nezavisnog i stabilnog rada javnih emitera. Jasno je da stabilno finansiranje iz pretplate, imenovanje nezavisnih, kredibilnih i kompetentnih supervizora, kao i vještih i čestitih rukovodilaca može ove medije transformirati u transparentne institucije posvećene službi javnosti i da oni mogu postati najbolji poslodavci najboljim novinarima i drugom programskom i tehničkom osoblju koje može proizvoditi sadržaje koji su zaista u službi javnosti. Nijedan drugi medij nema potencijal za nešto takvo. Ali ko će ih do toga dovesti?

6.5. Novinari

Pitanje da li su novinari žrtve ili su dio struktura i odnosa koji sprečavaju medije u vršenju njihove demokratske uloge dalo je odgovor koji opravdava zaključak da su novinari, uz javnost i društvo u cjelini, bili najveći gubitnici u procesu koji je trajao dvije decenije.

U bivšoj Jugoslaviji novinarstvo je bilo ugledna i utjecajna profesija, koju je pratio prilično visok društveni status, a na osnovu primanja novinari su pripadali srednjem društvenom sloju. Danas, međutim, biti novinar u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj, Makedoniji i Srbiji znači biti društveno degradiran u poslu poslovnih ljudi, profesionalno sveden na “držača mikrofona” (termin koji su često koristili intervjuirani novinari) a ekonomski sveden na obespravljenog radnika sa nesigurnim zaposlenjem, čija je zarada često manja od nacionalnog prosjeka i ponekad ka-

sni i po nekoliko mjeseci. Ovdje se misli na prosječnu novinarsku plaću, koja može iznositi između 250 i 350 eura (osim u Hrvatskoj, gdje su zarade veće), po čemu je jednaka cijeni jednodnevnog smještaja u Briselu, u koji su predstavnici novinara pozvani da učestvuju u raspravi o značaju njihovog rada za unapređenje demokracije ili za pregovore njihovih zemalja u pristupanju EU.

Profesionalna i ekonomska degradacija nije, međutim, izazvala organizirani otpor novinara. Čak i danas, u okolnostima koje većina opisuje kao “gore nego ikad”, oni ostaju pasivni, polarizirani i razjedinjeni. Njihova politička i etnička pripadnost često ima više utjecaja na njihove stavove prema problemima novinarstva od njihove svijesti o hitnosti zajedničke akcije za izgradnju i odbranu profesionalnih standarda i identiteta.

Udruženja novinara postoje i pokušavala su podići svijest o situaciji u kojoj se novinari nalaze, ali njihova moć i kapaciteti su slabi. Ova su udruženja i sama često polarizirana, a njihove vođe često krajnje politički pristrasne. U Albaniji su se novinari samoorganizirali na inicijativu donatora i međunarodnih organizacija, ali su njihove aktivnosti obično prestajale kada su spoljašnji izvori finansijske podrške iscrpljeni. Novinarska udruženja u Srbiji uključila su se u kreiranje medijske politike, u izradu medijske strategije i reforme medija; čak su ostavila po strani ranije političke nesuglasice i formirala medijsku koaliciju. Međutim, njihovo angažiranje u kreiranju medijske politike i regulacije, mada ostavlja utisak učešća i utjecaja na donosioce odluka, još nije dalo željene rezultate. Kao rezultat toga, svakodnevna pitanja i manifestacije katastrofalnog stanja profesije ostaju ili u sjenci ili su potpuno zanemarena. Sindikati su tu i tamo stekli određenu, mada još uvijek nedovoljnu, snagu. Uglavnom im nedostaju ugledne, snažne vođe, a nisu sposobni ni prevazići različite prepreke. Vlasnici komercijalnih medija ometaju ili zabranjuju uključivanje u sindikalne organizacije, te su sindikalni aktivisti izloženi pritisku – u Makedoniji je predsjednici nacionalnog sindikata raskinut ugovor o radu.

Istraživanje je pokazalo da je uloga urednika često faktor degradacije i instrumentalizacije novinarskog posla i novinarstva u službi zadovoljenja privatnih inte-

resa vlasnika i/ili političkih interesa klijentelističkih grupa. U Makedoniji, njihova je uloga opisana kao “posrednička” u klijentelističkom lancu, jer su urednici ti koji vode računa o tome da interesi vlasnika medija – političara, tajkuna ili oglašivača – budu ostvareni i da se reflektiraju u konkretnim novinarskim proizvodima i medijskim sadržajima, čak i ako to zahtijeva direktnu cenzuru novinarskog članka od urednika. Međutim, najuobičajenija praksa sastoji se u postavljanju lojalnih i poslušnih ljudi na ključne pozicije u redakciji i u marginaliziranju i kažnjavanju novinara koji izražavaju kritičko mišljenje ili želju za autonomijom. Urednici u zemljama obuhvaćenim ovom studijom uglavnom nisu ni prvi ni najbolji među jednakima (novinarima), već poslušnici vlasnika medija koji su se za urednički posao kvalificirali pomoću servilnosti i nedostatka etičkih ograda.

Novinari koji rade za lokalne medije u naročito su lošoj situaciji, koja zaslužuje posebnu istraživačku studiju. Lokalni su mediji, ustvari, još podložniji političkoj i poslovnoj volji, a lokalni novinari imaju malo drugih mogućnosti za zaposlenje. U istraživanim zemljama postoje stotine nezaposlenih novinara; svako može postati novinar bez posjedovanja odgovarajućih vještina i kvalifikacija, a vlasnici medija sve to koriste kako bi smanjili cijenu rada i vršili pritisak.

U takvim okolnostima predatorskog kapitalizma, prema riječima mnogih intervjuiranih novinara, etička se pitanja smatraju “luksuzom” ili nečim što stvara brojne poteškoće ukoliko se novinari pridržavaju etičkih standarda.

Novinarima se prijeti, oni bivaju optuženi i napadani. U Bosni i Hercegovini, novinarska organizacija “BH novinari” osnovala je besplatnu liniju za pomoć novinarima, koja godišnje registrira oko 40 slučajeva pritisaka, prijetnji i napada na novinare. U Republici Srpskoj novinarima je onemogućen rad ili su izloženi zastrašivanjima od strane vladinih predstavnika, dok je kritički nastrojenim novinarima onemogućen pristup informacijama ili im se ne dopušta da izvještavaju o događajima u organizaciji državnih tijela. U Srbiji je u posljednje vrijeme postignut napredak u istrazi nekih ubistava novinara u prošlosti, ali istovremeno ima i novinara kojima se morala pružiti dvadesetčetverosatna policijska zaštita zbog prijetnji kojima su izloženi.

Posebno su u opasnosti novinari istraživači, a ipak, rijetki optimizam u pogledu mogućnosti novinara da obavljaju svoj posao sa integritetom i posvećenošću javnosti upravo se sreće kod novinara istraživača. Naprimjer, Artan Hodža (iz Albanije) objasnio je da novinari koji svoj posao rade sa strašću i hrabrošću ne samo da odbijaju pokleknuti u teškim okolnostima, već pojačavaju svoje napore na unapređenju nivoa profesionalnosti.

Novinari istraživači samo rijetko rade za *mainstream* medijske kompanije (kao što je to slučaj sa Insajderom, koji se emitira na Televiziji B92). Većina njih radi za alternativne organizacije, kao što su centri za istraživačko novinarstvo, Balkanska istraživačka mreža (BIRN) i slično. Ove organizacije dobijaju podršku u vidu donacija, a istraživačke priče često se distribuiraju putem *online* medija koje su osnovali i kojima upravljaju sami novinari. Drugim riječima, u regiji obuhvaćenoj ovim istraživanjem novinari istraživači i istraživačko novinarstvo vrsta su otpadnika protjeranih iz *mainstream* medija, koji su pod kontrolom lokalne političke i poslovne elite. U isto vrijeme, oni su neka vrsta novinarskih vitezova lutalica, koji rade pod pokroviteljstvom međunarodne zajednice. Priča je alegorijski prikaz onoga što je zadesilo medijske sisteme u ovim zemljama na njihovom vječnom maršu ka demokratiji.

6.6. Novinarske i medijske prakse

Mainstream novinarstvo praktično je potpuno podleglo instrumentalizaciji u komercijalne svrhe i u svrhu političkog paralelizma. Studije slučaja predstavljene u ovoj knjizi otkrivaju drastične primjere političke pristrasnosti, naprimjer politički orkestrirane brutalne kampanje objavljene u političkim tabloidima u Srbiji koje su bile usmjerene protiv određenih političkih aktera tokom političke borbe. Izvještavanje o etnički motiviranim događajima u Makedoniji bilo je školski primjer pristrasnosti i manipulacije zaposlenih na dva kanala javnog servisa. Podre-

divanje novinara komercijalnim ciljevima u Hrvatskoj ilustrirano je činjenicom da u Hrvatskoj ne postoji više nijedan dnevni list velikog formata. Izvještavanje o društvenim protestima u Bosni i Hercegovini jasno je pokazalo da je svaka društveno kompleksna tema postala nešto sa čime mediji nisu u stanju da se nose, kao i da u izvještajima uvijek preovladava gledište koje zauzimaju vladajuće strukture. Najavljena ali neostvarena neposlušnost privatnih televizijskih stanica u Albaniji, koje je izborna komisija prisilila da emitiraju snimke pripremljene od političkih partija, svjedoči o izdaji povjerenja gledalaca i o pobjedi političkih interesa nad javnim interesom.

6.7. Primjeri dobrih praksi

Da li postoje neki ohrabrujući znaci koji ukazuju na integritet medijskih politika, medijskih struktura i praksi u zemljama obuhvaćenim ovom studijom? Da li postoje bilo kakvi nagovještaji da mediji ulažu napore da osiguraju ostvarivanje interesa javnosti? U potrazi za takvim primjerima, nadali smo se da ćemo identificirati okolnosti, uvjete i aktere koji vode dobroj praksi koju je možda moguće proširiti na druge dijelove medijskih sistema ili druge zemlje u regiji.

U svih pet zemalja, vlade se sada prije usvajanja zakona u većoj mjeri nego što je to ranije bio slučaj konsultiraju sa predstavnicima civilnog društva, profesionalnim i zainteresiranim udruženjima. Ovo je očigledno posljedica zahtjeva koje su postavili strani akteri, posebno kao dio procesa priključivanja Evropskoj uniji. Napredak je posebno uočljiv u Albaniji, gdje je proces usvajanja zakona prethodno bio u domenu političkih aktera. U Makedoniji, Bosni i Hercegovini, Srbiji i Hrvatskoj, civilno društvo se sve više uključuje u javne rasprave i događaje, približavajući na ovaj način pitanje medijske politike široj javnosti. Novinarska udruženja i sindikati, medijski instituti (Makedonija) i koalicije koje su oformila nekada razjedinjena profesionalna udruženja, sistemski su se angažirali u borbi protiv državnih mjera

koje bi mogle nanijeti štetu slobodi i integritetu medija. Različiti se akteri samooorganiziraju u namjeri da zaštite stečena prava i da spriječe nazadovanje u zakonodavstvu (u vezi s pristupom informacijama od javnog značaja u Bosni i Hercegovini). U Hrvatskoj, vlada je napravila korak naprijed uvođenjem dva instrumenta koji jačaju utjecaj civilnog društva u samom procesu proizvodnje medijskih sadržaja. Od 2013. godine, tri posto prihoda od lutrije namijenjeno je neprofitnim medijima čiji su izdavači organizacije civilnog društva. U istoj godini, proveden je pilot-projekt u kojem su financirani istraživački projekti. Eksperiment je uključio i primjenu procedure za prijavljivanje i odabir projekata, a javnost je pozvana da glasa *online* i tako izabere teme koje će biti istraživane (“javna narudžba”).

Prva zemlja koja je uvela strateški pristup izmjenama zakona usvajanjem “medijske strategije” kao proizvoda zajedničkog napora vlade, interesnih grupa, civilnog društva, lokalnih i inozemnih stručnjaka bila je Srbija (2011. godine). Efekti još uvijek nisu opipljivi, mada bi bilo koji daljnji korak u medijskoj reformi bio još neizvjesniji bez ovog dokumenta i lekcija koje su učesnici u ovom procesu naučili.

Samoregulatorni mehanizmi također su osnaženi, opet uz napore međunarodne zajednice. Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini pokazalo je znake vitalnosti i inicijative i moglo bi poslužiti kao model, mada je diskutabilno da li ovi mehanizmi/tijela mogu postići stabilnost, trajnost i šire djelovanje u okruženju u kojem medijska industrija, koja treba održavati samoregulatorni sistem, radi sa tako malim budžetom.

Postepeno se poboljšava transparentnost vlasništva nad medijima. U Albaniji je osnovan Nacionalni centar za registraciju, a Komercijalni registar je digitaliziran; u Hrvatskoj je regulatorno tijelo unaprijedilo transparentnost i pristupačnost svoje baze podataka o vlasnicima audio-vizuelnih medija.

Pozitivni modeli vlasništva mogu se naći među izdavačima *online* medija, većinom neprofitnih centara u vlasništvu novinara. Ovi mediji, koji su više magazinskog nego dnevnoinformativnog formata, pružaju informacije, analize i istraživanja nezavisno od utjecaja političkih i komercijalnih centara moći.

Novinarsko istraživanje zloupotrebe državnog oglašavanja u Albaniji stvorilo je javni pritisak koji je naveo novu vladu da se u svom programu obaveže na uvođenje transparentnijeg i pravičnog sistema raspodjele državnog oglašavanja. Instrument direktne ili indirektne državne finansijske podrške medijima u Hrvatskoj pokazao se kao dobra poluga utjecaja koja dovodi do uvođenja statuta u medijskim kompanijama koji reguliraju unutrašnje odnose između uprave i redakcija. Hrvatski mediji koji žele primijeniti smanjenu poresku stopu ili dobiti novac iz fonda za pluralizam moraju statutom kompanije regulirati unutrašnje odnose.

Albanija i Makedonija su u posljednje vrijeme uspjele povećati stepen naplate televizijske pretplate, zahvaljujući čemu su oba javna emitera unaprijedila svoj rad, i programski i tehnološki. Hrvatska je uspješan primjer toga kako uspostaviti efikasan sistem naplate pretplate i kako utvrditi visinu pretplate zasnovanu na ekonomskim indikatorima – zakon propisuje da visina mjesečne pretplate iznosi 1,5 posto od prosječne plaće.

Centri za istraživačko novinarstvo i rijetki istraživački timovi unutar drugih medijskih kuća nude vrijedne sadržaje od javnog značaja. Najrasprostranjeniji oblik djelovanja istraživačkog novinarstva predstavljaju centri koje su osnovali sami novinari, naprimjer u Sarajevu i Beogradu. Međutim, oni u potpunosti zavise od donacija, što znači da su novinari u specifičnom položaju, koji može da se održi onoliko dugo koliko je dug spisak donatora, što opet predstavlja posebnu opasnost za novinare i njihovu publiku. Drugi model podrazumijeva mali istraživački tim unutar velike medijske kompanije (naprimjer Insajder na B92). On uglavnom počiva na ličnom entuzijazmu, profesionalizmu i etosu pojedinačnih novinara (koji čine tim), a dijelom i na odluci medijske kuće da ne ometa njihov rad. Bez obzira na njihov oblik, ove oaze istraživačkog novinarstva šalju važnu poruku širom medijskog svijeta – da dobro novinarstvo u velikoj mjeri zavisi od pojedinih novinara. Kvalitetno novinarstvo koje se bavi važnim društvenim pitanjima je pristupačno i lako razumljivo široj javnosti, te kao takvo predstavlja neprocjenjiv doprinos društvu u cjelini.

7. ZAKLJUČAK

Da zaključimo, najvažnije bi pitanje bilo: Kako treba da nastavimo? Promjene se neće desiti ukoliko za njima ne postoji jasna potreba. Odgovor na pitanje da li su nezavisni, kritički mediji danas još uvijek mogući dao je Predrag Lucić, koga smo citirali na početku ovog pregleda, bivši glavni urednik *Feral Tribunea*, nezavisnog sedmičnika koji je izlazio od 1993. do 2008. godine u Hrvatskoj. U intervjuu za web-stranicu Medijski opservatorij on je rekao: “Ako nastane tako nešto (kao *Feral Tribune*), to će morati biti protiv sustava, kao što je i ondašnji Feral bio protiv sustava (90-ih godina). (...) Ljudi, ako imaju potrebu, pa krenu u to, onda će se i pronaći nekakav put. Nema recepta. *Feral* jeste opstajao 15 godina. Kada je pokrenut, mi uopće nismo imali nikakvu ni računicu ni viziju koliko bi to moglo trajati, tog trenutka je naprosto postojala potreba da krenemo sa listom. (...) Istovremeno se događa to što se događa. Ti samo želiš pisati o tome, želiš napraviti takve novine koje će pisati o tome. Zvuči vrlo jednostavno i u principu jeste vrlo jednostavno.”²⁵

Medijski integritet – cilj kojem smo težili u našoj analizi – može se ostvariti samo ako postoji konsenzus (i to bi trebao biti vodeći princip svake medijske politike) da su mediji dužni služiti javnom interesu i zadovoljiti komunikacijske potrebe građana. Pravni okvir koji danas ograničava rad medija posljedica je dominantnih ekonomskih odnosa, a ne obrnuto. Nije moguće promijeniti pravni okvir ukoliko se ekonomski sistem koji osigurava šire radno okruženje prije toga ne promijeni. Princip koji smo usvojili u našoj analizi dokazuje da problem korupcije i promjene u medijskom sistemu treba razmotriti i riješiti prije holističkim nego linearnim pristupom. Ako novinari treba da ispune svoju osnovnu misiju – da djeluju kao

²⁵ Predrag Lucić, u intervjuu za SEE Media Observatory.

predstavници građana i čuvari slobode govora – moraju im biti osigurani osnovni uvjeti kako bi bili u stanju da slobodno obavljaju svoj zadatak. Ako mediji treba da budu slobodni, oni moraju postati više uključeni u javnu sferu nego u političku i ekonomsku sferu. Kultura odgovornosti prema javnosti i odgovornosti za javnost treba preovladavati na individualnom i sistemskom nivou. Ona se može nesmetano razvijati samo ako počiva na “prirodnom savezu” između građana i novinara. Da bi osnažili svoj integritet, mediji treba da unaprijede svoj profesionalni rad, sposobnost da razmišljaju o svojoj društvenoj misiji, te da razviju profesionalnu samokritičnost i spremnost da se upuste u dijalog sa javnošću. Medijska politika koja želi slijediti ove osnovne ciljeve treba počivati na otvorenom dijalogu sa svim igračima u medijskoj sferi. Konkretno preporuke za nove medijske politike u Bosni i Hercegovini date su u drugom poglavlju ove knjige, a preporuke za svaku od pet zemalja uključenih u istraživanje mogu se naći u regionalnom izdanju publikacije, na engleskom jeziku. Crvena nit koja se provlači kroz sve preporuke može se sumirati na sljedeći način: transparentnost (u zakonodavnim procedurama, finansijama, upravljanju i nadzoru), služenje javnom interesu, snažnija uloga javnih radiodifuznih servisa i njihova posvećenost tome da zadovolje komunikacijska prava građana, kao i odgovornost prema profesionalnim standardima i poštovanje tih standarda. Nisu moguće ni promjene od vrha prema dnu, niti promjene od dna prema vrhu. Naime, promjene bi trebalo postići putem dugoročnih pregovora u kojima učestvuju politička i ekonomska elita, vlasnici medija, medijski radnici i javnost.

Konačno, šta bi se moglo reći o procesu tranzicije? Danas je globalni medijski sistem taj koji prolazi kroz tranziciju. To poziva na razmišljanje o tome zašto smo tu gdje jesmo, zašto su naši mediji takvi kakvi su i šta treba učiniti da primoramo medije da efikasno ispunjavaju svoju ulogu čuvara. U vrijeme kada je provedeno prethodno istraživanje, 2004. godine, ciljevi u regiji bili su podvedeni pod pojam “evropski standardi”. Deceniji kasnije, zemlje obuhvaćene ovom studijom nose se sa istim teškoćama; akteri su, također, više ili manje isti, samo su problemi dobili nove, dodatne dimenzije. Međutim, značajna promjena se jeste desila. Građani su

postali aktivniji, a novinari koji su u prošlosti pasivno posmatrali posljedice tranzicije i devastacije medijskog tržišta počeli su razmatrati nove oblike rada i saradnje. Vjerovanje da su problemi o kojima se ovdje govori karakteristični za regiju i da su rezultat manjkave liberalizacije i nedostatka povjerenja u tržišne zakone također se promijenilo. Iskustva (negativna i pozitivna) opisana u ovoj knjizi ukazuju na moguća polazišta u oblikovanju novih medijskih politika.

Bibliografija

- Agarwal, D. i Barthel, M. L., "The Friendly Barbarians: Professional Norms and Work Routines of Online Journalists in the United States", *Journalism*, 12. decembar 2013.
- Ali Nobil, A., "Qalam Ki Badmashi: Journalism, Corruption and the Informal Economy in Pakistani Media", *Urban Anthropology & Studies of Cultural Systems & World Economic Development* 40, br. 3–4, 2011, str. 445–493.
- Ansell, C. K., *Pragmatist Democracy: Evolutionary Learning as Public Philosophy*, Oxford University Press, Oxford i New York, 2011.
- Bourdieu, P., *Na televiziji*, Krtina, Ljubljana, 2001.
- Crouch, C. *Postdemokracija*, Krtina, Ljubljana, 2013.
- Di Tella, R. i Franceschelli, I., "Government Advertising and Media Coverage of Corruption Scandals", *American Economic Journal: Applied Economics* 3, br. 4, 2011, str. 119–151.
- Directive 2010/13/EU of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 on the Coordination of Certain Provisions Laid Down by Law, Regulation or Administrative Action in Member States Concerning the Provision of Audiovisual Media Services (*Audiovisual Media Services Directive*), *Official Journal of European Union L 95*, 15. april 2010, str. 1–24. Dostupno na: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:EN:PDF> (stranica posjećena 22. aprila 2014).
- Jacob S. H., Jacob, S. i Pierson, P., *Winner-Take-All Politics: How Washington Made the Rich Richer – And Turn Its Back on the Middle Class*, Simon and Schuster, New York, 2010.
- Hall, R. i Deardorff, A., "Lobbying as Legislative Subsidy", *American Political Science Review* 100, br. 1, 2006, str. 69–84.
- Hallin, D. C. i Mancini, P., *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge, 2004.
- Hallin, D. C. i Papathanassopoulos, S., "Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective", *Media, Culture & Society* 24, br. 2, 2002, str. 175–195.
- Hanitzsch, T. i Berganza, R., "Explaining Journalists' Trust in Public Institution Across 20 Countries: Media Freedom, Corruption and Ownership Matter Most", *Journal of Communication* 62, br. 5, 2012, str. 794–814.
- Hirshman, A. O., *Strasti in interesi. Politični argument za kapitalizem pod njegovim zmagoslavjem*, Krtina, Ljubljana, 2002.

- Hrvatini, S. B. i Petković, B. "Regional overview", u *Media Ownership and its Impact on Media Independence and Pluralism*, ur. B. Petković, Mirovni institut, Ljubljana, 2004, str. 9–38. Dostupno na: http://www2.mirovni-institut.si/media_ownership/pdf/regional%20overview.pdf (stranica posjećena 22. aprila 2014).
- Independent Study on Indicators for Media Pluralism*, 2009. Dostupno na: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/independent-study-indicators-media-pluralism> (stranica posjećena 10. marta 2013).
- Jusić, T. i Ahmetašević, N., *Media Reforms through Intervention: International Media Assistance in Bosnia and Herzegovina*, Working Paper 3, Analitika, Sarajevo, 2013.
- Lessig, L., *Republic, Lost: How Money Corrupts Congress – and a Plan to Stop It*, Twelve, New York, 2011.
- Li, R., "Media Corruption: A Chinese Characteristics", *Journal of Business Ethics* 116, br. 2, 2013, str. 297–310.
- Likmeta, B., "Big Advertisers subvert Albanian Media Freedom", *Balkan Insight*, 20. decembar 2013. Dostupno na: <http://www.balkaninsight.com/en/article/big-advertisers-subvert-albanian-media-freedom> (stranica posjećena 22. aprila 2014).
- Lucić, P., Journalism Taken from Journalists, Interview. Dostupno na: <http://mediaobservatory.net/radar/journalism-taken-journalists> (stranica posjećena 6. marta 2014).
- Milne, S., "Ownership is the Key to the Corruption of the Media", *The Guardian*, 12. juni 2012. Dostupno na: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2012/jun/12/ownership-key-to-media-corruption> (stranica posjećena 22. aprila 2014).
- Monbiot, G., "This Media is Corrupt – We Need a Hippocratic Oath for Journalists", *The Guardian*, 11. juli 2011. Dostupno na: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2011/jul/11/media-corrupt-hippocratic-oath-journalists> (stranica posjećena 4. marta 2014).
- Mosco, V., *The Digital Sublime; Myth, Power and Cyberspace*, MIT Press, Cambridge, 2005.
- O'Donnell, G., "Horizontal Accountability in New Democracies", *Journal of Democracy* 9, br. 3, juli 1998, str. 112–126.
- Palau, A. M. i Davesa, F., "The Impact of Media Coverage of Corruption on Spanish Public Opinion", *Reis* 144, 2013, str. 97–124.
- Penketh, A., "Libération Journalists Fight Investors' Vision for Future of French Newspaper", *The Guardian*, 9. februar 2014. Dostupno na: <http://www.theguardian.com/media/2014/feb/09/liberation-journalists-shareholders-france> (stranica posjećena 22. aprila 2014).

- Samarth, V., "Corruption in the media's gaze", *European Journal of Political Economy* 21, br. 3, 2005, str. 667–687.
- Schneider, R., *Kraj zločina: Hypo Alpe Adria. Od trgovine s orožjem do privatizacijskih poslova po balkansko*, Ciceron, Mengeš, 2011.
- Selznick, P., *The Communitarian Persuasion*, Woodrow Wilson Center Press, Washington, 2002.
- Spence, E. H., "Corruption in the Media", *International Journal of Applied Philosophy* 22, br. 2, 2008, str. 231–241.
- Starr, P., "Goodbye to the Age of Newspaper (Hello to a New Era of Corruption)", *The New Republic*, 4. mart 2009. Dostupno na: <http://www.tnr.com/politics/story.html?id=a4e2aafc-cc92-4e79-90d1-db3946a6d119&p=1> (stranica posjećena 1. oktobra 2013).
- Teachout, Z., "The Anti-Corruption Principle", *Cornell Law Review* 94, br. 2, 2009, str. 342–413.
- West, C., *Democracy Matters: Winning the Fight Against Imperialism*, Penguin Books, New York, 2005.

Dodatak regionalnom pregledu

Inventar rizika po medijski integritet identificiran istraživačkom metodologijom

1. Oblast rizika po medijski integritet: Razvoj politika i njihova primjena

Rizici:

- Strategija za razvoj i reformu medijskog sektora još nije usvojena ili joj nedostaje podrška za operacionalizaciju zbog sukobljenih interesa. U takvim okolnostima preovladavaju djelimične intervencije u okviru medijskih politika koje djeluju u korist određenih interesa, dominantnih u pojedinim periodima.
- Mehanizmi i mjere medijskih politika razvijeni su bez odgovarajuće analize, strategije i javnih konsultacija, jer postupak usvajanja nije zasnovan na znanju i javnom interesu, već na pojedinačnim političkim i komercijalnim interesima određenih grupa.
- Mehanizmi medijskih politika (uključujući regulatorne mehanizme) i mjere uvedeni su na osnovu modela nametnutih da zadovolje zahtjeve spoljnih aktera, bez valjane analize i javne rasprave, kao i bez poštovanja stanja i javnog interesa u konkretnoj zemlji.
- Mehanizmi javnih politika, uključujući odredbe usmjerene na transparentnost, antikoncentraciju i nezavisnost medija, nisu razvijeni ili sadrže nedosljednosti ili se nisu efikasno primjenjivali, čime ukazuju na preovlađujuće interese dominantnih političkih i privatnih poslovnih grupa kako bi se izbjegli efikasni mehanizmi politika u toj oblasti.
- Medijska regulativa često se mijenjala, a nedostaju joj dosljednost i operativna rješenja. Također, njen nivo implementacije je nizak. Pored toga, promjene

medijske regulative u skladu su sa promjenama vlade. Usvajanje medijske regulative nije predmet javne rasprave i političkog konsenzusa, već prije predmet visokog nivoa političke podijeljenosti i sukoba. Takve okolnosti nastale su zbog toga što je proces razvoja i usvajanja medijske regulative otet, a sami mediji instrumentalizirani od određenih (suprotstavljenih) političkih i privatnih interesa.

- Institucijama koje kreiraju medijske politike (i tijelima, zvaničnicima i zvaničnim predstavnicima javnosti u takvim tijelima) nedostaju kapaciteti za razvoj medijskih politika (kapaciteti da prikupe podatke, sačine ili naruče analizu, da razviju strategije, propise i mjere “zasnovane na znanju i viziji”; u nedostatku kapaciteta ubraja se i nedovoljan broj kadrova, nedostatak kompetencija itd.) ili su njihove kapacitete vladajuće političke grupe zanemarile. Obrazovani ljudi sa integritetom među funkcionerima zaposlenim u državnim tijelima odgovornim za medije ili u medijskim regulatornim institucijama, kao i među članovima regulatornih tijela, izloženi su pritisku i kampanjama koje provode određeni politički i privatni interesi.
- Institucije, organi i zvaničnici koji kreiraju medijske politike i procedure izloženi su kontroli i utjecaju određenih političkih ili privatnih interesa pojedinačnih grupa (uključujući određene političke partije), i to protiv zajedničkog javnog interesa. Dominantni akteri u razvoju medijske politike od ključnog su značaja za određene političke i privatne interese, često u smislu *quid pro quo* (“ovo za ono”, tj. “usluga za uslugu”).
- Nezavisni, nevladini i nekomercijalni akteri, kao i građani isključeni su iz procesa razvoja i usvajanja medijskih politika. Takvi akteri nisu samoorganizirani, a nedostaju im institucionalni kapaciteti i inicijativa za učešće u postupku i javnoj raspravi.
- Političarima – u vladi i parlamentu – koji su odgovorni za razvoj i primjenu medijskih politika nedostaju kompetencije u oblasti medija ili su u direktnom ili indirektnom konfliktu interesa u toj oblasti.

- Uvođenje novih zakonskih mehanizama i odredaba nije praćeno razvojem novih institucija sposobnih da podrže njihovu primjenu niti izgradnjom kapaciteta postojećih institucija za takve zadatke.
- Regulatorna tijela u oblasti medija nemaju moć (*de iure* i/ili *de facto*) ili im nije data mogućnost da razviju vlastite kapacitete i kompetencije kako bi bila u stanju djelovati u javnom interesu.
- Regulatorna tijela na nivou odlučivanja i donošenja odluka pod kontrolom su i utjecajem određenih državnih ili privatnih interesa. Postupak imenovanja i sam proces sastavljanja upravnih tijela medijskih regulatora dozvoljavaju utjecaj određenih političkih ili privatnih komercijalnih interesa, a ne interesa javnosti.
- Rad i odluke regulatora nisu transparentni, a pristup informacijama o njihovim odlukama i dokumentima, uključujući finansije, nije osiguran na način da javnosti omogućava praćenje njihovog rada i uloge.
- Odluke regulatornih tijela koje se tiču dodjele dozvola ili frekvencija (spektra) ili uvođenja mjera, u skladu sa vlastitim ovlaštenjima da nadziru i sankcioniraju, donesene su tako da služe određenim političkim ili privatnim interesima ili da budu pod njihovim utjecajem.
- Razvoj medijskih politika vezanih za privatizaciju bio je uglavnom pod utjecajem određenih privatnih i političkih interesa, doprinoseći tako kontroli važnih medijskih resursa (u smislu finansijske ili simboličke vrijednosti) korištenih u službi tih interesa i devastiranih zbog takvih interesa.
- Nezavisnim državnim tijelima, kao što su: ombudsman, povjerenik za informacije, antikoruptivno tijelo i/ili nezavisno tijelo za nadzor državnog budžeta i javnu potrošnju, nedostaje pravni osnov, nadležnosti, kapaciteti i priznanje kako bi se mogla angažirati i intervenirati u oblasti medijskih politika i medijskog sektora kao takvog.
- Samoregulatorna tijela i mehanizmi nisu razvijeni ili im nedostaje priznanje i utjecaj usljed polarizacije u novinarskoj i medijskoj zajednici.

- Samoregulatornim tijelima i mehanizmima nedostaju sredstva usljed nedostatka interesovanja i podrške koju bi pružila politički instrumentalizirana i polarizirana novinarska i medijska zajednica.

2. Oblast rizika po medijski integritet: Medijske strukture i institucije

2.1. Vlasništvo nad medijima

Rizici:

- Vlasništvo nad medijima nije transparentno. Čak i kada su zvanični vlasnici poznati, podaci o stvarnim vlasnicima i/ili izvorima investiranja su skriveni.
- Vlasništvo nad medijima nije uspostavljeno zarad strateških poslovnih interesa na medijskom tržištu niti se rukovodi njima, već političkim interesima da se mediji kontroliraju i koriste za promociju vlastitih političkih planova i za diskvalifikaciju opozicijskih, kao i u interesu određenih poslovnih grupa koje koriste medije u klijentelističkim odnosima sa političkim grupama (u nastojanju da dobiju različite “rente” i koncesije).
- Dominantni vlasnici medija na nacionalnom i lokalnom tržištu koriste medije za vlastitu promociju i za diskvalifikaciju opozicijskih političkih planova i/ili za klijentelističke odnose sa političkim grupama.
- Obrasci vlasništva nad medijima omogućavaju prekomjernu instrumentalizaciju medija za posebne političke interese i sukobe ili za posebne privatne poslovne interese koji zanemaruju javni interes i demokratsku ulogu medija.
- Vlasništvo nad medijima koncentrirano je – u smislu horizontalnog, vertikalnog ili dijagonalnog unakrsnog vlasništva – u rukama (malog broja) političkih ili poslovnih grupa da služe njihovim određenim političkim i privatnim interesima, zanemarujući pri tome demokratsku ulogu medija i javni interes u medijima.

- Mediji u vlasništvu države (potpunom ili djelimičnom) na nacionalnom i lokalnom nivou vođeni su i finansirani da služe određenim političkim i poslovnim interesima vladajućih političkih grupa. Ovo se ogleda u imenovanju ključnog osoblja i uređivačkoj politici. Takvim su medijima katkad oduzeti njihovi resursi (infrastruktura, zgrade, kapital, profesionalni kapaciteti) ili su njihovi resursi zanemareni ili dati privatnim strukturama, čime se državni mediji vode u finansijski i profesionalni kolaps.
- Privatizacija medija u vlasništvu države završena je ili se i dalje odvija na netransparentan način i/ili na način koji omogućava da određeni politički i privatni interesi dobiju sredstva, kontrolu i utjecaj na osnovu političkih veza i klijentelizma.
- Privatizacija medija u vlasništvu države odložena je ili blokirana da bi se sačuvala kontrola i utjecaj određenih političkih grupa i interesa putem finansijskih instrumenata i imenovanjem ključnih kadrova.
- Novinska agencija koja ima dominantan položaj na tržištu u vlasništvu je države, njena upravna struktura, rad i uređivačka politika pod utjecajem su interesa određenih političkih grupa u državi a njeni su ključni kadrovi imenovani na osnovu političke pripadnosti.
- Inozemni vlasnici medija, uključujući transnacionalne medijske korporacije (sa Zapada), učestvuju u povećanju rizika medijskog integriteta doprinoseći mu tako što u vlastite strukture, poslovanje, odluke i praksu u našim zemljama integiraju netransparentnost, političku instrumentalizaciju i klijentelizam, kao i nepoštovanje pravnih i etičkih normi.
- Banke su stekle pretjeranu kontrolu nad medijima, većinom putem kapitala pozajmljenog vlasnicima medija, čime su medije stavile u službu političkih i poslovnih interesa određenih grupa koje kontroliraju banke.
- Organizirani kriminal i kriminalne grupe skriveni su vlasnici medija, koji se upliću u javnu i političku komunikaciju sa kontroverznim sadržajima zasnovanim na vlastitim interesima.

- Tajne službe se kriju iza formalnog/lažnog vlasništva nad medijima, te se upliću u javnu i političku komunikaciju sa kontroverznim sadržajima zasnovanim na skrivenim interesima određenih političkih i poslovnih grupa.
- Vlasnici medija koji su osnovani ili opstaju uz podršku donatora – koji su na početku “demokratizacije medija” dobili donacije za jačanje demokratske uloge medija i unapređenje dostupnosti građanima nezavisnih vijesti i analiza – pretvorili su medije u instrumente određenih političkih ili privatnih interesa ili ih prodali novim vlasnicima koji služe takvim interesima.
- Vlasništvo nad neprofitnim, nevladinim, alternativnim i građanskim medijima, koji osiguravaju vijesti i analize, kao i javni prostor za raspravu, koji ne zavise od lokalnih/nacionalnih političkih i poslovnih interesa, niti su pod njihovim utjecajem, zasnovano je na slaboj i nestabilnoj organizacijskoj i finansijskoj strukturi i zavisi od projektne podrške međunarodnih donatora i njihovih planova.
- Vlasništvo nad medijima manjinskih grupa instrumentalizirano je za određene poslovne i političke interese dominantne političke grupe unutar nacionalne manjine, umanjujući demokratski i participatorni potencijal i ulogu tog medija.
- Nove medijske kuće pokrenute su na osnovu netransparentnog vlasništva i izvora investiranja, a njihovo poslovanje ukazuje na njihovu instrumentalizaciju za određene poslovne ili političke interese.
- Povlačenje ili propadanje medijskih kuća nije rezultat neuspjeha na kompetitivnom medijskom tržištu, već klijentelističkih struktura i veza koje onemogućavaju redovno poslovanje i konkurenciju.

2.2. Finansiranje medija

Rizici:

- Podaci o finansiranju medija nisu transparentni. Medijske kompanije skrivaju izvore prihoda.
- Mediji posluju uprkos nedovoljnim legalnim izvorima prihoda.
- Troškovi proizvodnje medija, uključujući podatke o broju, strukturi, radnom statusu i zaradama radne snage, su skriveni.
- Ključni podaci koji utječu na finansije medija na kompetitivnom medijskom tržištu i na poslovanje medija nisu dostupni ili nisu pouzdani. Ovo uključuje podatke o tiražu, pretplati, broju prodatih primjeraka, čitanosti za štampane medije, podatke o rejtingu i gledanosti za radio i TV, podatke o broju pojedinačnih posjeta za *online* medije, podatke o ukupnom oglašivačkom tržištu i udjelu itd. Nije osiguran nijedan mehanizam za provjeru takvih podataka putem pouzdane metodologije, niti je osiguran nezavisni nadzor medijske industrije kao sredstvo samoregulacije i transparentnosti. Agencije koje pružaju takve usluge instrumenti su posebnih interesa.
- Oglasni prostor u medijima dodjeljuje se direktno ili preko reklamnih agencija i/ili agencija za zakupljivanje medijskog prostora na osnovu političke pripadnosti ili klijentelističkih odnosa.
- Državno oglašavanje, uključujući oglašavanje javnih preduzeća i državnih organa na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou, kao i oglašavanje javnih nabavki, dodijeljeno je na netransparentan način, na osnovu određenih političkih i poslovnih interesa vladajućih političkih grupa.
- Državno oglašavanje je neproporcionalno raspoređeno na medije koji su povezani sa političkim grupama u vladi ili koji ih podržavaju. Kritičkim medijima državne institucije/preduzeća ne dodjeljuju oglase, bez obzira na udio u gledanosti.
- Državno oglašavanje, sponzorstva, promotivne kampanje i drugi finansijski prilivi medijima iz državnog budžeta na nacionalnom ili lokalnom nivou čine

značajan dio ukupnog oglašivačkog tržišta.

- Mjere državne poreske politike prema medijima koristile su vladajuće političke grupe kao instrument kojim se kažnjavaju ili nagrađuju određeni mediji ili medijski podsektori, na osnovu političkih ili poslovnih interesa vladajućih političkih grupa.
- Državna pomoć medijima (naprimjer, subvencije) niti je na odgovarajući način regulirana niti transparentna već je pod političkim utjecajem.
- Bankarski krediti, otplate dugova i drugi bankarski aranžmani medijima su dati na osnovu političke pripadnosti ili klijentelističkih odnosa.
- Prihod medija na osnovu pretplate i/ili prodatih primjeraka, to jest, na osnovu direktnog potrošačkog odnosa sa građanima čini mali dio prihoda.
- Donatorska podrška medijima, koja je na početku “demokratizacije medija” značajno doprinijela razvoju kapaciteta i poslovanja medija posvećenih promoviranju demokratije, ljudskih prava i jednakosti, prekinuta je i nije zamenjena prihodom od građana/korisnika niti drugim sredstvima namijenjenim očuvaju istih vrijednosti. Zbog toga su takvi mediji izloženi izvorima prihoda i utjecajima povezanim sa određenim privatnim političkim i poslovnim interesima koji ne poštuju te vrijednosti.
- Istraživačko novinarstvo usmjereno na razotkrivanje klijentelističkih i koruptivnih poslova i veza, te nedoličnog ponašanja centara moći, ne dobija nikakvu finansijsku podršku od postojećih medija niti od bilo kojeg nezavisnog izvora u zemlji, već povremeno od međunarodnih donatora.

2.3. Javni radiodifuzni servisi

Rizici:

- Sastav upravljačkih tijela javnih radiodifuznih servisa, procedure i mehanizmi za imenovanje i razrješenje njihovih članova, kao i ključnog rukovodećeg i uredničkog osoblja, osiguravaju preovlađujući utjecaj vlasti i/ili određenih političkih grupacija na uređivačku i poslovnu politiku javnih servisa.
- Ključno rukovodeće i uredničko osoblje mijenja se sa promjenom vlasti.
- Javnim servisima nedostaju dovoljni, odgovarajući i konzistentni finansijski i drugi resursi.
- Raspodjela finansijskih resursa javnim servisima nije zasnovana na transparentnim i objektivnim kriterijima i procedurama.
- Vlada donosi odluku o visini pretplate bez javne rasprave. Direktno finansiranje od strane države čini značajan dio ukupnog budžeta javnih servisa.
- Vlada odlučuje o visinama zarada novinara i drugih zaposlenih u javnim servisima.
- Ugovori i aranžmani javnih servisa o prodaji reklama, koprodukcijama i kupovini nezavisnih produkcija nisu zasnovani na transparentnim i objektivnim kriterijima i procedurama. Takvi aranžmani zasnovani su na određenim poslovnim i političkim interesima i na klijentelizmu.
- Finansijski izvještaji i korištenje resursa javnih servisa nisu na odgovarajući način i nezavisno kontrolirani, a mehanizmi finansijske odgovornosti nisu na snazi ili nisu efikasni.
- Javnosti nedostaju transparentne i odgovorne informacije o finansijskim resursima i poslovanju javnih servisa.

3. Oblast rizika po medijski integritet: Novinari

Rizici:

- Novinarima nedostaju kapaciteti (u smislu pojedinačnih kompetencija, uključujući obrazovanje i vještine, kao i u smislu institucionalnih i horizontalnih oblika stručne socijalizacije) kako bi se suprotstavili strukturama i odnosima koji ometaju demokratsku ulogu medija.
- Novinari koji se suprotstave i otkriju odnose, slučajeve i aktere klijentelizma, korupcije i kriminala u politici i privredi, kao i u medijima, izloženi su različitim oblicima pritisaka, prijetnjama, napadima i nasilju.
- Novinari prihvataju ulogu klijenata političkih i poslovnih pokrovitelja u zamjenu za različite proizvode i privilegije. Takva praksa uzima oblik pristrasnog izvještavanja i propagande o političkim i privrednim pitanjima.
- Urednici se imenuju a da se ne uzimaju u obzir njihove profesionalne kompetencije i integritet, nego se to više čini na osnovu političke pripadnosti, odanosti i veza sa određenim političkim i poslovnim interesima vlasnika medija. Urednici ne razotkrivaju i ne suprotstavljaju se, već služe takvim političkim i poslovnim interesima.
- Urednici se smjenjuju ako razotkriju ili se suprotstave određenim političkim i poslovnim interesima koji instrumentaliziraju medij.
- Polarizacija među novinarima odražava političku polarizaciju i novinari djeluju kao neformalni glasnogovornici suprotstavljenih političkih blokova.
- Profesionalna solidarnost među novinarima je mala. Broj novinara organiziranih u udruženja i sindikate unutar pojedinačnih medija i na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou je mali.
- Radnička i profesionalna prava novinara nisu zaštićena na odgovarajući način putem zakonskih ili samoregulatornih instrumenata (naprimjer, kolektivni ugovori).
- Sigurnost zaposlenja u novinarstvu je niska, novinari rade u nesigurnim uvjetima i aranžmanima bez stalnih ugovora, njihova radnička prava i plaće se

smanjuju, utječući na zavisni odnos i ustupke prema medijskim poslodavcima i njihovim političkim ili poslovnim pokroviteljima.

- Novinari istraživači nemaju dovoljno podrške ili se suočavaju sa različitim oblicima pritisaka i cenzure u svom mediju, traže spas u samozapošljavanju, povremenoj finansijskoj podršci međunarodnih donatora i oblicima objavljivanja sopstvenog rada izvan *mainstream* medija.

4. Oblast rizika po medijski integritet: Novinarske i medijske prakse

Rizici:

- Poštovanje medijske etike i drugih normativnih instrumenata je nisko.
- Politička pristrasnost u izvještavanju uobičajena je praksa javnih servisa i privatnih medija, budući da su oni izloženi utjecaju i kontroli određenih političkih i poslovnih interesa i grupa.
- Sadržaj medija je visokopolitiziran, što odražava njihovu instrumentalizaciju za suprotstavljene političke i partijske interese, a također odražava i dominantne oblike društvene organizacije i raspodjele društvene moći i resursa koji su zasnovani na klijentelizmu i posredovani preko političkih partija.
- Uloga medija u osiguravanju javnog prostora za razumnu političku debatu i pregovore o zajedničkim društvenim pitanjima, uz učešće širokog spektra političkih pogleda različitih aktera u društvu, zamijenjena je općom komercijalizacijom, kao i obrascima izvještavanja, pakiranjem vijesti i sadržajnih formata zasnovanih na personalizaciji, dramatizaciji i trivijalizaciji politika i društvenih pitanja, uz pomoć formata za i protiv, koji naglašavaju sukobe i polarizacije, ignorirajući kompleksnost.
- Medijskom agendom preovladavaju pitanja i događaji povezani posebnim političkim i poslovnim interesima koji se međusobno suprotstavljaju i sukobljavaju.
- Mediji igraju važnu ulogu u blokiranju, iskrivljavanju i zamagljivanju historij-

skog pamćenja – pamćenja značajnih društvenih događaja iz bliske prošlosti, od ključnog značaja za sposobnost građana da se suoče sa novim oblicima hegemonističkih ideologija.

- Predstavljanje etničkih, religijskih, seksualnih i drugih manjina, kao i rodnih identiteta u medijima doprinosi stvaranju i održavanju oblika društvene organizacije, raspodjele uloga i resursa u društvu zasnovanom na društvenom isključivanju, nejednakosti i dominaciji određenih političkih i ekonomskih interesa.

Na srpski prevela: Nataša Kampmark

Prilagodila i lektorirala prema normi bosanskog jezika: Amela Šehović

BOSNA I HERCEGOVINA

Sanela Hodžić

Uvod

Sveobuhvatna međunarodna podrška medijskom sektoru u Bosni i Hercegovini (BiH)¹ nakon rata 1992–1995. godine prvenstveno je rezultirala pacifikacijom medijskog sadržaja i obuzdavanjem ekstremne nacionalističke propagande, te uspostavljanjem institucionalnog, zakonodavnog i regulatornog okvira za medijski sektor.² Međutim, tokom posljednje decenije, otkako je učešće međunarodne zajednice smanjeno, malo toga je urađeno na nivou medijske politike da bi se nastavili pozitivni trendovi. Upravo suprotno, političke elite intenzivirale su nastojanja da uspostave kontrolu nad medijima. Bez adekvatnih odgovora na nivou medijskih politika na najveće slabosti medijskog sektora, stanje u medijskom sistemu u Bosni i Hercegovini, čak i nakon intenzivnog međunarodnog učešća, sada predstavlja “kolosalnu tragediju”, kako je to nedavno rekao Mark Thompson.³

Kao malo medijsko tržište prezasićeno mnoštvom medija, BiH trpi teške posljedice ekonomske krize i odliva novca za oglašavanje. Izvori prihoda za medije opadaju, a politička interferencija u medijsko tržište nije oslabila, već se, naprotiv, pojačala. Podijeljenost medijskog tržišta duž administrativnih i etničkih linija ustrajava, dodatno ograničavajući izvore prihoda, sputavajući transformaciju javnih radiotelevizijskih servisa i ograničavajući kolektivno organiziranje medij-

¹ Bosna i Hercegovina se sastoji od dva entiteta: Federacije BiH (FBiH) i Republike Srpske (RS), te posebne administrativne jedinice po imenu Distrikt Brčko. FBiH je dalje podijeljena na deset kantona, dok je ukupan broj općina u dva entiteta 141.

² Vidjeti Jusić i Ahmetašević (2013).

³ *MC Online*, “Rezultati međunarodne podrške medijima” (izvještaj sa konferencije o međunarodnoj podršci medijima, koju je organizirala Analitika, Sarajevo, 27. septembar 2013).

skih radnika. Medijsko okruženje naročito je nepovoljno za nezavisno, kvalitetno i istraživačko novinarstvo.

Ovaj istraživački izvještaj ponudit će pregled različitih aspekata medijskog tržišta, među kojima su: medijske politike, medijsko vlasništvo, finansiranje medija, javni radiotelevizijski servisi i novinarske prakse, s naročitim naglaskom na političku ekonomiju medija i izazove s kojima se trenutno suočava medijski sistem u BiH.

1. NERAZVIJENE MEDIJSKE POLITIKE I ONEMOGUĆENA PRIMJENA

Do kraja 2002. godine završena je većina strukturalnih promjena koje je podržala međunarodna zajednica, nakon čega su daljnji razvoj nacionalnih medijskih politika i njihova primjena bili u rukama lokalnih aktera. Tokom posljednje decenije, međutim, domaći donosioci odluka pokazali su se nedoraslim ovom zadatku i pozitivni su trendovi u velikoj mjeri narušeni. U tom je periodu preduzeto veoma malo mjera za poboljšanje strukturalnih uvjeta medijskog okruženja, a medijska politika u BiH sada praktično ne postoji, kao što je to istakla Helena Mandić iz Regulatorne agencije za komunikacije (RAK).

Inicijative za razvoj medijskih politika proteklih su godina bile rijetke i generalno nisu bile zasnovane na odgovarajućim studijama, one su ignorirale stvarne interese javnosti i čini se da su bile vođene političkim interesima vlastodržaca. Nije postignut konsenzus o politikama vezanim za najvažnija pitanja u medijskom sektoru, a potreban poticaj za razvoj medijskih politika uvijek je nedostajao, bez obzira na to koja je politička stranka bila na vlasti. Politička interferencija bila je omogućena politički motiviranim nepoštivanjem, iskrivljivanjem i izmjenama zakonskih procedura koje su ranije bile uvedene radi osiguranja slobode i nezavisnosti medija.

1.1. Iskrivljivanje postojećih normi kao politički adut

Primjena postojećih, prilično pohvalnih zakona, kao što su Zakon o zaštiti od klevete i Zakon o slobodi pristupa informacijama, u određenoj je mjeri ometena zbog slabih mehanizama primjene. Slabosti su vidljive u sudskoj praksi, gdje, na primjer, još uvijek nisu uspostavljeni zajednički kriteriji za utvrđivanje duševne

boli u slučajevima klevete ili tumačenje “poticanja na mržnju” u krivičnom zakonodavstvu.⁴ Ove su nejasnoće ostavile manevarski prostor za presude koje odgovaraju interesima onih na vlasti. Naprimjer, pojedini predstavnici medija navode da je manje vjerovatno da će sudovi presuditi protiv važnih političkih ili poslovnih aktera u slučajevima klevete.⁵

Štaviše, sama zakonodavna tijela u nekoliko navrata nisu poštovala predviđene procedure (apsolutno nekažnjeno). Regulatorna agencija za komunikacije (RAK) naročito je trpjela političke pritiske i nepoštivanje uspostavljenih procedura. Osnivanje RAK-a, regulatornog tijela za radiotelevizijski i telekomunikacijski sektor,⁶ 2001. godine bio je jedan od velikih pozitivnih rezultata međunarod-

⁴ Iako je Zakon o kleveti dobro formuliran, političke elite i drugi akteri koristili su ga za nanošenje štete konkurentnim ili neprijateljskim medijima kroz česte sudske tužbe. Broj sudskih tužbi bio je ogroman, a sudovi nisu uvijek bili dorasli izazovu njihovog adekvatnog, pravovremenog i nezavisnog procesuiranja. Standardi utvrđivanja duševne boli, uključujući rokove nakon objavljivanja sadržaja, još uvijek nisu uspostavljeni. Samo Općinski sud u Sarajevu u posljednjih pet godina procesuirao je oko 670 tužbi protiv medija. Izvor: Intervju s Mehmedom Halilovićem – “BUKA intervju: Mediji u BiH prepuni klevete”. Ipak, kako je M. Halilović izjavio 2009. godine, broj sudskih tužbi nakon 2008. godine je opao, a njegovo je mišljenje da bi razlog tome mogla biti činjenica da mediji redovnije objavljuju ispravke. Za više informacija vidjeti M. Halilović, “Mogu li se izbjeći tužbe za klevetu i uvredu?”.

⁵ Vidjeti, naprimjer, izvještaje Indeksa medijske održivosti (*Media Sustainability Index* – MSI) organizacije IREX, koji su dostupni na: <http://www.irex.org/resource/bosnia-and-herzegovina-media-sustainability-index-msi> (stranica posjećena 24. marta 2014. godine). Sudski slučajevi vezani za medije često obuhvataju duge postupke koji opterećuju medije i ponekad ih guraju na ivicu egzistencije i moralne snage. Pored toga, razlike između sudskih presuda u FBiH i Republici Srpskoj mogući su indikator političke pristrasnosti (vidjeti IREX 2013, 22).

⁶ Prema Zakonu o komunikacijama Bosne i Hercegovine (*Službeni list BiH*, br. 31/03) dužnosti Agencije su: razvoj i unapređenje pravila za područja telekomunikacija i emitiranja, izdavanje dozvola emitirima i operaterima telekomunikacija, planiranje, upravljanje i dodjela frekvencijskog spektra, primjena tehničkih i drugih standarda vezanih za kvalitet, te utvrđivanje i održavanje sistema naknada za dozvole. Vidjeti više na: <http://www.cra.ba/eng/index.php?uid=1265547993> (stranica posjećena 3. decembra 2013. godine).

ne intervencije.⁷ Nažalost, rad RAK-a se sputava, a garancije slobode od političke kontrole i manipulacije ne djeluju u praksi,⁸ naročito nakon 2003. godine, kada je u RAK-u u potpunosti uspostavljeno domaće upravljanje.

Treba napomenuti i da su generalni direktor RAK-a i članovi Vijeća RAK-a djelovali u tehničkom mandatu od 2009. godine, kada Parlamentarna skupština BiH nije imenovala članove RAK-a⁹ (vjerovatno zbog političkih kalkulacija), pa do kraja 2013. godine. Promjene koje su uvedene 2012. godine omogućile su veću kontrolu nad imenovanjima, jer po novoj proceduri Parlamentarna skupština BiH formira *ad hoc* tijelo koje predlaže kandidate.¹⁰ Nije nikakvo iznenađenje da se smatra da novoimenovanim članovima Vijeća RAK-a nedostaje profesionalno iskustvo, te da su uglavnom povezani sa Socijaldemokratskom partijom (SDP). Zbog toga je kreditibilitet RAK-a ozbiljno ugrožen.¹¹

⁷ Ured visokog predstavnika (OHR) formirao je RAK kao nasljednika Nezavisne medijske komisije, osnovane 2001. godine, koja je spajanjem sa Regulatornom agencijom za telekomunikacije prerasla u RAK.

⁸ Vidjeti Zakon o komunikacijama Bosne i Hercegovine. Pored toga, zakoni o javnim emiterima definišu određene garancije uređivačke nezavisnosti. Štampani i *online* mediji djeluju na principu samoregulacije, što znači da Vijeće za štampu može predložiti uklanjanje sadržaja ili objavljivanje ispravke ili izvinjenja.

⁹ Mada je to bila redovna procedura, RAK to smatra problematičnim zato što parlament nije dao nikakvo razumno objašnjenje za odbijanje kandidata (IREX 2013).

¹⁰ Predviđeno je da *ad hoc* tijelo bude sastavljeno od jednakog broja predstavnika vladinog i nevladinog sektora. Međutim, postoje sumnje da tijelo imenovano 2013. godine zapravo djeluje u interesu parlamentarnih stranaka. Od šest članova ovog *ad hoc* tijela, kako smatra Helena Mandić, samo dvoje iz civilnog sektora su nezavisni, dok će preostala četiri predstavnika vjerovatno raditi u interesu političkih partija.

¹¹ Spisak od 14 članova prvo se šalje Vijeću ministara prije upućivanja u parlamentarnu proceduru, a nejasna uloga Vijeća izaziva dodatne sumnje u političku kontrolu. Na temu političkih veza članova, vidjeti, naprimjer, saopćenja za štampu Udruženja "BH novinari". Također vidjeti novinarski tekst: A. Metiljević, "SDP započeo operaciju preuzimanja kontrole nad FTV-om".

Slično tome, nepoštivanje procedura za imenovanje upravnih odbora javnih emitera opravdava pretpostavku da su u igri bili određeni politički interesi. U tom kontekstu, stalno se izražavaju sumnje kako u profesionalnu stručnost tako i u nezavisnost članova odbora.¹² Vjerovatno da bi omogućila lakše političko uplitanje, zakonodavna su tijela koristila procedure imenovanja kako bi marginalizirala ulogu RAK-a. Štaviše, nedavnim izmjenama Zakona o RTRS-u (Radio-televizija Republike Srpske), RAK je potpuno isključen iz procesa imenovanja upravnog odbora (više o tome dalje u tekstu). Slično tome, pokušaji smjenjivanja Odbora RTVFBiH 2012. godine, kao i direktora BHRT-a 2009. godine,¹³ također se smatraju lažno opravdanim slabim poslovnim rezultatima, iako su zapravo najvjerovatnije motivirani nastojanjima vodećih političkih grupa da ponovo uspostave politički utjecaj nad ovim javnim emiterima. Spomenute izmjene Zakona o RTRS-u također omogućavaju direktno državno finansiranje RTRS-a, što je vjerovatno opet motivirano željom za lakšim uplitanjem u uređivačku politiku.

Polarizacija po entitetskim linijama manifestira se i unutar medijskog sektora, naročito s obzirom na nastojanja političkih elita iz RS-a da oslabe institucije na državnom nivou, među kojima su državni javni emiter Radio-televizija Bosne i Hercegovine¹⁴ i RAK. Rezultati sveobuhvatne etnopolitičke polarizacije najočitiji su u stanju javnog radiotelevizijskog sistema u Bosni i Hercegovini, koje je Mark Thompson opisao kao “najobeshrabrujući” slučaj javnog RTV-servisa u regiji.¹⁵ Prvenstveno zbog nedostatka političke volje, tokom posljednjih nekoliko godina nije napravljen nikakav pomak u transformaciji sistema javnog servisa i digitalizaciji,

¹² Vidjeti izvještaj S. Hodžić, “Kredibilitet i stručnost odbora javnog RTS-a se dovode u pitanje”, objavljen u okviru ovog projekta.

¹³ Na ovo je ukazao Mehmed Agović, sadašnji savjetnik ministra za transport i komunikacije.

¹⁴ Radio-televizija Bosne i Hercegovine (BHRT) je državni emiter. Postoje i dva entitetska javna RTV-servisa: Radio-televizija Federacije BiH (RTVFBiH) i Radio-televizija Republike Srpske (RTRS).

¹⁵ Konferencija o međunarodnoj intervenciji u medijima koju je organizirala Analitika, Sarajevo, 16. oktobar 2013.

te ostaje upitno da li će prelazak na digitalno emitiranje uopće biti moguć do roka sredinom 2015. godine.¹⁶

U pozadini ovih političkih uplitanja ne postoje praktično nikakve veće inicijative za uređivanje važnih aspekata medijskog sektora, kao što su vlasništvo, privatizacija i javno finansiranje, kao ni za stvaranje poticajnog ekonomskog okruženja.

1.2. Nedovoljno regulirano vlasništvo omogućava političko uplitanje

Pitanje vlasništva u značajnoj mjeri nije regulirano. Dok je privatizacija štampanih medija izazvala sumnje u zakonitost procedura i zloupotrebu moći, privatizacija TV i radioemitera još nije ni počela.¹⁷ Kantonalne i općinske vlasti još uvijek su osnivači i direktni finansijeri 27,3% TV-stanica (12 od ukupno 44) i 44,3% radioemitera (62 od ukupno 140). Pojedini izvori sugeriraju da ovi mediji redovno dobijaju javna sredstva od oko 7,87 miliona eura godišnje.¹⁸ Diskutabilno je u kojoj mjeri ovi lokalni javni mediji rade u interesu javnosti s obzirom na to da nema garancija njihove uređivačke nezavisnosti, tako da oni najvjerojatnije predstavljaju glasnike lokalnih vlasti.

¹⁶ Napredak je zaustavljen 2009. godine, kada je usvojena strategija prelaska na digitalno emitiranje. Vidjeti više u poglavlju o javnom RTV-servisu.

¹⁷ Privatizaciju je prvobitno odgodio Ured visokog predstavnika do okončanja drugog kruga izdavanja dozvola 2002. godine (vidjeti više u Jusić 2004).

¹⁸ E. Hadžović, "Majmuni na javnom servisu".

Mada za sada nema značajne koncentracije vlasništva u zemlji, zbog usljed nedostatka regulacije vlasništva prisutna je otvorena opasnost monopolizacije medijskog prostora. Mediji su, kao i bilo koje drugo preduzeće,¹⁹ dužni registrirati se. Struktura vlasništva prijavljuje se RAK-u zbog procedure izdavanja dozvola za televizijske i radiostanice, a prijavljuje se i svaka promjena vlasničke strukture koja obuhvata više od pet posto udjela.²⁰ Koncentracija vlasništva potpuno je neregulirana od 2006. godine, kada je isteklo Pravilo o medijskoj koncentraciji i vlasništvu nad elektronskim i štampanim medijima (usvojeno 2004. godine). Nadležne institucije nisu pokazale značajan interes za izradu odgovarajućih politika u tom pogledu.²¹ U međuvremenu, primjena Zakona o konkurenciji (koji se odnosi na sve sektore poslovanja) je upitna s obzirom na to da Vijeće za konkurenciju reagira na konkretne žalbe, ali ne djeluje strateški u ovom smislu.

¹⁹ Obaveza registracije privatnih preduzeća predviđena je Okvirnim zakonom o registraciji poslovnih subjekata u Bosni i Hercegovini (*Službeni list BiH*, br. 42/04) i odgovarajućim entitetskim zakonima o registraciji (*Službene novine FBiH*, br. 27/05, i *Službeni glasnik RS*, br. 42/05); ranije su kantonalni zakoni o medijima propisivali registraciju medija u kantonalne registre medija, ali to više nije slučaj. Naprimjer, u Kantonu Sarajevo je Zakon o medijima stavljen van snage 2009. godine. Vidjeti također tekst "Prestanak važenja zakona o medijima".

²⁰ Registar RAK-a sadrži dokumente o sudskoj registraciji emitera i podatke o vlasništvu. Pravilo 55/2011 o pružanju audiovizuelnih medijskih usluga, član 22, stav 2.

²¹ RAK pokušava pokrenuti donošenje politika koje će se baviti koncentracijom vlasništva u različitim medijskim sektorima u okviru jednog općeg zakona umjesto oslanjanja na prethodna pravila RAK-a koja se odnose samo na sektor emitiranja. Državne institucije, kao što je to Vijeće za konkurenciju, do sada nisu pokazale interes da se aktivno angažiraju na izradi ovakvih politika.

1.3. Nepoticajna fiskalna politika i upitno javno finansiranje

Konačno, ukupna je fiskalna politika prema medijima neadekvatna. Na potpuno osiromašenom tržištu egzistira veliki broj medija (44 TV-stanice, 140 radiostanica, 3 javna RTV-servisa, 9 dnevnih novina i više od 100 časopisa),²² sa ukupnim prihodima od oglašavanja na cijelom medijskom tržištu koji su 2012. godine iznosili procijenjenih 44,37 miliona eura, dok su procijenjeni ukupni prihodi u TV-industriji (uključujući oglašavanje, RTV-pretplatu i druge izvore) iznosili 50,51 miliona eura (RAK 2013a, 11). Tokom godina došlo je do smanjenja kako prihoda od oglašavanja tako i podrške donatora. Aktuelna medijska politika ne nudi rješenje problema uzrokovanog odljevom prihoda od oglašavanja sa domaćeg tržišta u korist emitera u susjednim zemljama čiji se programi reemitiraju u Bosni i Hercegovini (više u poglavlju o vlasništvu). Podrška kvalitetnom i nezavisnom novinarstvu izuzetno je rijetka, a pluralizam se ne podržava dovoljno u okolnostima gdje, naprimjer, medijima zajednice [*community* medijima] nije dozvoljeno da ubiru prihode od oglašavanja. Mediji generalno nemaju dovoljno finansijskih sredstava i većina ne može priuštiti luksuz nezavisnog i kvalitetnog novinarstva. U takvim uvjetima, uređivačke su politike veoma podložne interesima rijetkih izvora prihoda, među kojima državne institucije postaju ključne. I javni i komercijalni mediji dobijaju finansijska sredstva od institucija vlasti,²³ čija dodjela može biti uvjetovana na način koji najbolje odgovara određenim političkim interesima, naročito s obzirom na nepostojanje garancija da su procedure legitimne, transparentne i zasnovane na javnom interesu.

²² Podaci uzeti iz *online* registra RAK-a i spiska medija na internetskoj stranici Vijeća za štampu, oboje iz septembra 2013. godine. Većina od 110 registriranih časopisa nije društveno-političke prirode.

²³ Vlada RS-a daje finansijska sredstva za nekoliko medija u Republici Srpskoj, a to čine i općinske i kantonalne vlasti. Vidjeti više u poglavlju o finansiranju medija.

1.4. Akteri nadležni za razvoj medijskih politika

Najvažnija unapređenja u medijskom sektoru u Bosni i Hercegovini pokrenula je i/ili za njih zaslužna međunarodna zajednica. Tokom godina u procesima demokratizacije učestvovala su brojne međunarodne organizacije i agencije, kao što su: Ured visokog predstavnika (OHR), Organizacija za sigurnost i saradnju u Evropi (OSCE), Evropska unija (EU) i Vijeće Evrope (VE), te razne zemlje donatori i privatne fondacije. Najpozitivniji rezultati intervencije međunarodne zajednice bili su usvajanje Zakona o komunikacijama, uspostavljanje RAK-a kao institucionalnog garanta reguliranog radiotelevizijskog tržišta, te nekoliko velikih zakonodavnih koraka, prvenstveno usvajanje Zakona o slobodi pristupa informacijama i dekriminalizacija klevete. RAK garantira normativnu sigurnost u oblasti emitiranja, ali nedostatak osoblja²⁴ i naročito politički pritisci ometaju njegov rad. S druge strane, nevladina organizacija Vijeće za štampu (VZŠ)²⁵ nadgleda samoregulatorni mehanizam među štampanim medijima, a od 2011. godine i u *online* sektoru, ali je njegov domet ograničen, naročito zato što sistem samoregulacije još uvijek nije široko prihvaćen među medijskim organizacijama.²⁶

Institucija ombudsmana za ljudska prava BiH reagira na teška kršenja medijskih sloboda, ali, kako je istakao Mehmed Halilović, stručnjak za medijsko pravo u

²⁴ Naprimjer, iako su sistematizacijom predviđena 32 radna mjesta, u sektoru emitiranja trenutno je zaposleno samo 18 ljudi (Helena Mandić, intervju, 10. oktobar 2013).

²⁵ Vijeće za štampu nevladina je organizacija čiji je mandat osiguravati primjenu mehanizama samoregulacije, npr. posredovati i donositi odluke o kršenjima profesionalnih normi u štampanim medijima, a odnedavno i u *online* medijima.

²⁶ Za razliku od RAK-a, koji ima izvršne ovlasti i može nametnuti svoje odluke, uključujući novčane kazne i suspenziju dozvole, Vijeće za štampu nema takve ovlasti, što znači da primjena odluka Žalbene komisije (Žalbena komisija je dio VZŠ-a) o kršenjima novinarskih normi zavisi od dobre volje medijskih rukovodstava, koja nije uvijek prisutna. Ovaj se sistem tek počeo uvoditi u sektor *online* medija. Pored toga, ni RAK ni VZŠ nemaju mandat niti mogućnost redovnog praćenja medijskih sadržaja, te uglavnom reaguju nakon dobijanja žalbi, a u pojedinim slučajevima i po službenoj dužnosti.

Internewsu u BiH, u ovoj instituciji nema pojedinaca koji su konkretno posvećeni medijskom sektoru, što umanjuje snagu njihovih akcija.

Utjecaj domaćeg civilnog društva na medijske politike do sada je bio skroman, a glavni razlozi za to su generalno nedovoljno razvijena građanska angažiranost i podjele po entitetskim i etničkim linijama. Uključenost novinarske zajednice u izradu medijskih politika sporadična je i uglavnom reaktivna. Od šest novinarskih udruženja, "BH novinari" su jedini koji redovno reagiraju i ponekad predlažu pozitivne promjene u medijskoj politici. Pored toga, Udruženje medijske industrije (UMI) u pojedinim je prilikama nudilo stručna mišljenja o poslovnim aspektima medijskog sektora.

Na veliku žalost, Vijeće ministara Bosne i Hercegovine, koje je odgovorno za izradu i usvajanje medijskih politika, tokom proteklih decenija bilo je izuzetno neaktivno.²⁷ Mehmed Agović, savjetnik sadašnjeg ministra transporta i komunikacija, izjavio je (u intervjuu obavljenom 24. septembra 2013. godine) da Ministarstvo tek sada započinje izradu medijskih politika koje će se, između ostalog, baviti transparentnošću, koncentracijom vlasništva, procesom digitalizacije i *online* medijskim politikama. Međutim, drugi su ispitanici izrazili zabrinutost da će Ministarstvo uvesti promjene koje će oslabiti nadležnosti RAK-a i omogućiti veće političko uplitanje u medijski sektor.

²⁷ Među pravilima, zakonima i odlukama koje je Ministarstvo transporta i komunikacija donosilo od 2007. godine su pojedine odluke koje se tiču medijskih zakona, od kojih se posljednja, usvojena 2010. godine, bavila rodnom ravnotežom kako u sadržaju tako i u upravljačkim strukturama javnih RTV-servisa. Zakon o javnom radiotelevizijskom servisu BiH i Zakon o javnom radiotelevizijskom sistemu BiH usvojeni su 2005. godine, a Odluka o usvajanju politike sektora emitiranja u Bosni i Hercegovini 2007. godine. Izvor: http://www.mkt.gov.ba/dokumenti/zakoni/Archive.aspx?template_id=10&pageIndex=1 (stranica posjećena 24. decembra 2013).

1.5. Najnoviji slučajevi i trendovi

Nekoliko aktuelnih događaja ukazuje na nestrpljivost donosilaca odluka da osiguraju političku kontrolu nad medijskim sektorom.

Nedavni kontroverzni slučaj odnosio se na usvajanje izmjena Kodeksa o komercijalnim komunikacijama, kojima je RAK smanjio vremenski limit za oglašavanje u programima javnih emitera sa šest na četiri minute po satu. U analizi koju je RAK kasnije objavio ukazuje se na to da su javni RTV-servisi značajno komercijalizirani i da su njihovi marketinški udjeli nedopustivo visoki. Suprotni glasovi, međutim, naglašavaju da će ova ograničenja ugroziti finansijsku održivost javnih emitera s obzirom na nizak ukupan nivo naplate RTV-pretplate.²⁸ Neopravdana žurba da se usvoje izmjene dočekana je sa neodobravanjem i strahom da je regulator popustio interesima vodećih privatnih medija.²⁹ Štaviše, predstavnici Udruženja medijske industrije upozoravaju da čak ni privatni mediji u zemlji neće imati koristi od ove nove politike.³⁰ I, konačno, veoma je zabrinjavajuće da su izmjene usvojene uprkos snažnom protivljenju novinarskih udruženja, javnih RTV-servisa, nevladinih organizacija i međunarodne zajednice. Novoimenovano Vijeće RAK-a, međutim, odlučilo je ponovo razmotriti spomenutu odluku, te je 5. marta 2014. godine objavilo nove javne konsultacije o ovom pitanju.

²⁸ Zvanični podaci govore o 73,9% fakturiranog iznosa (RAK 2013a), koji se prikuplja kroz telefonske račune, ali je istraživanjem obuhvaćeno samo 649.953 domaćinstava. No, broj domaćinstava koja posjeduju RTV-uređaje procjenjuje se na oko 1.033.520, što znači da naplata iznosi možda samo 46,5%.

²⁹ Vidjeti, naprimjer, izjavu Borke Rudić, sekretara Udruženja "BH novinari", u Dnevniku FTV-a 25. septembra 2013. godine. Vidjeti također reakcije predstavnika delegacija EU i OSCE-a u tekstu na N24, "Ne smanjujte mogućnosti razvoja javnih RTV-emitera", te saopćenje za štampu "BH novinara" pod nazivom *Otvoreno pismo Regulatornoj agenciji za komunikacije*. Pored toga, Komisija za informiranje Predstavničkog doma Parlamenta FBiH također je reagirala tražeći od RAK-a da ponovo razmotri izmjene.

³⁰ Za više informacija vidjeti izjave Senada Zaimovića na *MC Online*, "Senad Zaimović: javni RTV-servisi su s pravom zabrinuti".

Indikativan je i slučaj Zakona o Radio-televiziji Republike Srpske (RTRS), koji je izmijenjen u dva navrata kako bi se RAK potpuno izbacio iz procedure imenovanja članova Upravnog odbora ovog emitera. Izmjene koje je Narodna skupština Republike Srpske usvojila u oktobru 2013. godine predviđaju da članove Upravnog odbora RTRS-a direktno imenuje Narodna skupština RS-a.³¹ Ove izmjene također omogućavaju direktno finansiranje RTRS-a iz entitetskog budžeta, što dodatno ugrožava njegovu nezavisnost i olakšava politički utjecaj na uređivačku politiku.³²

Dva su slučaja još uvijek neriješena. Prednacrt novog Zakona o elektronskim komunikacijama,³³ koji je pripremilo Ministarstvo transporta i komunikacija, izazvao je priličnu uznemirenost. Helena Mandić smatra da je to pokušaj rušenja RAK-a kroz smanjenje njegovih ovlasti i uvođenje nejasnih obrazaca finansiranja, te se nada odgovarajućoj reakciji medijske zajednice.³⁴ S druge strane, Agović kaže da je cilj Prednacrta poboljšanje postojeće regulative i da on garantira nastavak

³¹ Uloga RAK-a u procedurama imenovanja proteklih je godina marginalizirana, pa Helena Mandić iz RAK-a sugerira da ove izmjene ustvari ne donose nikakve suštinske promjene. Zapravo, RAK je već morao ponoviti proces izbora kandidata za RTRS ako Narodna skupština ne bi odobrila prvobitni spisak. RAK je također već isključen iz procedure u javnom emiteru u drugom entitetu – RTVFBiH, gdje Komisija za izbor i imenovanja Parlamenta Federacije BiH priprema spisak kandidata za Upravni odbor, a Parlament odobrava imenovanja. Vidjeti više u: S. Hodžić, *Bosnia & Herzegovina*. Nadležnost je sada potpuno u rukama institucija – Parlamenta FBiH (za RTVFBiH) i Narodne skupštine RS-a (za RTRS), što im omogućava da direktno i lakše politiziraju imenovanja. Što se tiče državnog emitera, BHRT-a, RAK još uvijek priprema spisak predloženih kandidata, dok Parlament BiH imenuje članove sa spiska.

³² Vidjeti, naprimjer, novinarski izvještaj: M. Isović, "Još jedan udar na slobodno i nezavisno novinarstvo u RS".

³³ Dostupno na: <http://www.mkt.gov.ba> (stranica posjećena 25. septembra 2013).

³⁴ Dunja Mijatović, predstavnica OSCE-a za slobodu medija, također je izrazila zabrinutost zbog implikacija ovog nacrt Zakona na nezavisnost RAK-a (vidjeti saopštenje Novi Nacrt Zakona o elektronskim komunikacijama u BiH mogao bi uticati na nezavisnost regulatora za komunikacije, kaže predstavnica za slobodu medija OSCE). Vidjeti više u analizi Nacrta Zakona koju je napravio OSCE, dostupnoj na: <http://www.osce.org/fom/107410> (stranica posjećena 10. februara 2014).

ovlasti i nezavisnosti RAK-a. Prijedlog do sredine januara 2014. godine još uvijek nije bio upućen u parlamentarnu proceduru. Zabrinutost je izazvao i Nacrt Zakona o medijima u RS-u, koji je pripremio Udruženje novinara Republike Srpske i koji je otvoren za javnu raspravu od jula 2013. godine.³⁵ Iako Nacrt sadrži određene pozitivne elemente, npr. uređuje transparentnost vlasništva, uključujući *online* medije, kritičari smatraju da predloženi zakon dovodi medijski sektor u opasnost od cenzure i političke kontrole, uvodi određena retrogradna rješenja (naprimjer, u vezi s pristupom informacijama u posjedu javnih vlasti) i politizira ovu temu nepoštivanjem postojeće (zadovoljavajuće) regulative na državnom nivou.³⁶

1.6. Svijetla strana medijskih politika

Odgovor profesionalne zajednice i drugih institucija i organizacija u maju 2013. godine, kada je Ministarstvo pravde BiH predložilo izmjene Zakona o slobodi pristupa informacijama (ZOSPI), imao je veliki pozitivan efekt. Novi je prijedlog trebao omogućiti automatsko odbijanje davanja informacija ako zahtjev ugrožava “pravo na privatnost i druge legitimne privatne interese”. To je bio korak unazad u pristupu informacijama u javnom posjedu jer je diskreditirao test javnog interesa, koji je omogućavao objavljivanje privatnih informacija ako je to u interesu javnosti. Institucija ombudsmena prva je ukazala na problematične izmjene, nakon čega su uslijedile reakcije profesionalne zajednice i civilnog društva. Ukupno je podneseno oko 200 komentara i prijedlog je na kraju povučen.³⁷

³⁵ Udruženje novinara Republike Srpske trenutno priprema analizu stanja u medijskom sektoru i planira formiranje radne grupe tokom 2014. godine, koja će nastaviti rad na izradi Nacrta Zakona (Dragan Jerinić, predsjednik Udruženja, u pisanom odgovoru, februar 2014).

³⁶ Vidjeti više, naprimjer, u M. Bjelajac, “Šta se krije iza inicijative Udruženja novinara RS”, te u analizi koju je napravio Halilović (2013).

³⁷ Vidjeti izvještaj: Dekić (2013).

Uprkos mnogim slabostima medijskih politika u zemlji, strani i domaći analitičari ocjenjuju medijske zakone i propise u Bosni i Hercegovini progresivnim i usklađenim sa najvišim međunarodnim standardima.³⁸ Doista, formalne garancije slobode medija date su u Ustavu/ustavima, odgovarajućim međunarodnim sporazumima koji se direktno primjenjuju u BiH, te podzakonskim aktima koji se odnose na medije. Pored toga, programski i profesionalni standardi garantiraju se kroz pravila i propise koje primjenjuje RAK, kao i kroz samoregulatorne norme koje primjenjuje VZŠ. Među pozitivnim koracima su usvajanje Zakona o slobodi pristupa informacijama³⁹ i dekriminalizacija klevete.⁴⁰ Ono što je obeshrabrujuće, međutim, jeste to što su pozitivni koraci u pravilu preduzimani pod pritiskom međunarodne zajednice ili kroz odluke koje je nametao OHR, dok državne institucije nisu bile spremne ili u stanju da nastave razvijati zakone, propise i praksu primjene.

1.7. Zaključci

Medijske politike u Bosni i Hercegovini (ne)razvijene su samo do one mjere u kojoj je to potrebno da bi ispunjavale interese vodećih političkih struktura. Nakon ohrabrujućih pozitivnih koraka koje je nadzirala međunarodna zajednica, s efektom relativne pacifikacije i uspostavljanja zakonodavnog, regulatornog i institucionalnog okvira u medijskom sektoru, posljednja je decenija u najvećoj mjeri predstavljala period indolencije, obilježen iskrivljivanjem uspostavljenih procedura i kontroverznim inicijativama na nivou medijskih politika. Prisutan je sveobuhvatni nedostatak strateškog pristupa medijskim politikama koji bi se zasnivao na javnom

³⁸ Vidjeti, naprimjer, Haraszi (2007). Zakoni i propisi, među ostalim aspektima medijskog sektora, posljednjih godina u Indeksu medijske održivosti dobijaju najviše ocjene.

³⁹ *Službeni list BiH*, br. 28/00 i 45/06; *Službene novine FBiH*, br. 32/01; *Službeni glasnik RS*, br. 20/01.

⁴⁰ *Službeni glasnik Republike Srpske*, br. 37/01; *Službene novine FBiH*, br. 59/02, 19/03 i 73/05.

interesu i koji bi počivao na opsežnim analizama medijskog okruženja. Preovladavajući fokus na nekoliko pitanja koja se smatraju naročito značajnim sa etničko-političkog stanovišta, kao što su: međuodnosi tri javna RTV-servisa, transformacija sistema javnog emitiranja ili rukovođenje RAK-om, nisu pratile nikakve veće inicijative za uređenje važnih aspekata medijskog sektora, kao što su: vlasništvo, privatizacija, javno finansiranje i poticajno ekonomsko okruženje.

Promoviranje partikularnih interesa političkih grupa stalna je prijetnja, koju omogućavaju slabi i iskrivljeni obrasci primjene, na što naročito ukazuju nedavne inicijative na nivou medijske politike. Predstavljeni slučajevi također sugeriraju da bi interes privatnih medija mogao imati većeg utjecaja u izradi medijskih politika (kao u slučaju izmjena Zakona o komercijalnim komunikacijama). U sadašnjim uvjetima, bosanskohercegovačkom medijskom sektoru potrebno je aktivno civilno društvo, koje može dovesti u ravnotežu apetite onih na vlasti i javni interes, koji je do sada uveliko zanemarivan. Iako je to daleko od ostvarenja, nedavni pozitivan ishod u slučaju ZOSPI-ja predstavljao je rijetku svijetlu tačku bosanskohercegovačkih medijskih politika.

2. MEDIJSKO VLASNIŠTVO

Pozitivni koraci u medijskim politikama i praksama bili su rijetki i nedovoljni za stvaranje stabilnog i održivog medijskog tržišta oslobođenog političke kontrole. U ovom će poglavlju stoga biti ponuđen pregled politika i praksi vezanih za medijsko vlasništvo, te identificirani glavni obrasci vlasništva i mogući konflikti odnosi između medijskih vlasnika i političkih/poslovnih centara moći. Trenutno, vlasništvo je u najvećoj mjeri neregulirano, a njegova transparentnost se donekle omogućava jedino kroz opći zahtjev za registraciju poslovnih subjekata, dok regulacija koncentracije vlasništva uopće ne postoji (od 2006. godine). Podaci o pravim vlasnicima lako se mogu sakriti, što onemogućava sistematski uvid u vlasničku strukturu, koja može biti štetna po medijski integritet. U ovom izvještaju oslanjamo se na podatke u zvaničnim registrima i na sekundarne izvore podataka o vlasništvu i mogućim vezama kako bismo ukazali i na negativne i na pozitivne primjere u ovom smislu.

2.1. Transparentnost vlasništva

Minimalna transparentnost vlasništva osigurava se kroz mogućnost dobijanja dokumenata iz sudskih registara koji se odnose na sva preduzeća, pa tako i na medije. Međutim, dokumenti su rasuti u 15 registara u različitim dijelovima zemlje i dostupni su jedino ako podnositelj zahtjeva ima sredstva da plati sudske naknade.⁴¹

⁴¹ Dok su u Federaciji BiH podaci dostupni u devet općinskih sudova, a pristup se naplaćuje 10 KM po stranici, u Republici Srpskoj podaci se daju putem agencije APIF za administrativnu taksu od 10 KM po poslovnom subjektu.

Svi podaci o vlasništvu nisu dostupni *online*, ali postoji koristan *online* registar preduzeća na teritoriji FBiH (ali ne i u RS-u).⁴² Registar emitera na web-stranici RAK-a trenutno ne sadrži podatke o vlasništvu (iako RAK posjeduje te informacije), već samo podatke o urednicima i direktorima.

Najveću zabrinutost izaziva nepostojanje politika o transparentnosti vlasništva koje bi predviđale praćenje porijekla kapitala i skrivenih vlasnika. Naime, sumnja se u to da su pravi vlasnici određenih medija skriveni. U pojedinim slučajevima čini se da je motiv za prikrivanje podataka o vlasništvu pokušaj zaobilaženja pravnih ograničenja o stranom vlasništvu (slučaj Pinka BH i OBN-a). Drugi je mogući motiv prikrivanje sukoba interesa (slučaj *Dnevnog avaza*). Ovdje je problem u tome što se postojeća pravila o stranom vlasništvu i sukobu interesa lako mogu kompromitirati bez stvarnog kršenja zakona (više o ovome u sljedećim dijelovima).

Transparentnost vlasništva naročito je sporna kada se radi o *online* medijima. Ne postoje standardi o objavljivanju podataka o vlasništvu na web-stranicama ovih medija, a u pojedinim je slučajevima teško i doći do tih podataka zato što određene web-stranice funkcioniraju kao mediji, iako nisu zvanično registrirane kao medijska preduzeća, što, između ostalog, onemogućava primjenu samoregulatornih profesionalnih normi.

Vlasništvo nad jednim novim poslovnim subjektom, Audience Measurement, čiji je vlasnik preduzeće sa Kipra, Nmam Media Audience Measurement Limited,

⁴² Dostupan je na: www.pravosudje.ba (stranica posjećena 24. marta 2014). Naše pretraživanje ovog *online* registra, međutim, nije uvijek dalo rezultate. Naprimjer, nismo našli podatke o Pres-Singu, d.o.o Sarajevo (izdavač *Slobodne Bosne*), nego smo tražene podatke dobili iz registra Općinskog suda u Sarajevu. Nadalje, podaci o vlasništvu nad OBN-om (Open Broadcast Network), koji su dostupni u RAK-u i u Registru vrijednosnih papira FBiH (na oba mjesta navodi se da je vlasnik OBN-a GRP Media Sarajevo, čiji je vlasnik GRP Media Zagreb; vidjeti registar na: <http://www.rvp.ba/Section2/SubSection1/Default.aspx> – stranica posjećena 12. januara 2014), ne odgovaraju podacima u registru koji se nalazi na stranici pravosudje.ba (vlasnici: OBN Ltd, sa sjedištem u Londonu, Velika Britanija, i Gabriel Vukadin iz Sarajeva). Pored toga, *online* mediji nisu registrirani, te traženje medija *Moj portal* i *Sutra.ba*, naprimjer, ne daje nikakve rezultate.

koje nismo mogli pronaći u registrima poslovnih subjekata, ostaje nejasno. Pojedini izvori sugeriraju da bi ovo preduzeće sa Kipra moglo biti povezano sa određenim medijskim akterima u BiH.

2.2. Obrasci vlasništva u medijskim kućama

Na malom medijskom tržištu u BiH, koje je dodatno podijeljeno po entitet-skim i etničkim linijama, izvori su prihoda malobrojni, zbog čega mediji nemaju puno mogućnosti da budu nezavisni od centara političke i ekonomske moći.

Dvije osnovne vrste medija su: javni mediji (samo emiteri i novinske agencije) i privatni mediji; vrstu određuje priroda vlasništva i obrazaca finansiranja.⁴³ Postoji 12 javnih televizijskih emitera (tj. 27% svih TV-emitera) i 62 javna radioemitera (tj. 44% svih radioemitera). Ovi mediji imaju ograničenu publiku, jer se emitiraju na teritoriji koja ima manje od pola miliona građana i u tom okviru postižu ograničenu gledanost.

Pogled na tabelu 1 pokazuje da je tokom proteklih deset godina ukupan broj i odnos između broja javnih i privatnih emitera ostao isti. To dovodi do obeshrabrujućeg zaključka – tokom protekle decenije, medijske politike i tržišne snage u zemlji nisu uspjele napraviti nikakav pomak u konsolidiranju tržišta. Isti problemi vezani za prezasićeno tržište i dalje su prisutni, čak i pojačani, proteklih godina zbog ekonomske krize i sve većeg utjecaja javnih institucija na finansiranje medija. Privatizacija lokalnih javnih medija je u zastoju, te su oni i dalje potpuno finansijski zavisni od lokalnih vlasti, bez garancija uređivačke nezavisnosti.

⁴³ Vrsta vlasništva određuje se u toku procedure izdavanja dozvole. Javni su emiteri oni koje su osno-vale vlasti ili druga javna tijela na bilo kojem administrativnom nivou (općinskom, kantonalnom, entitetskom ili državnom) ili čiji su vlasnici ili finansijeri javna tijela u iznosu većem od 51% (Pravilo 57/2011 o javnim radio i televizijskim stanicama, član 2).

Tabela 1: Broj radio i TV-stanica prema vrsti vlasništva

	Ukupno radiostanica	Privatne radiostanice	Javne radiostanice	Ukupno TV-stanica	Privatne TV-stanice	Javne TV-stanice	Ukupno radio i TV- stanica
2003.	141	79	62	42	26	16	183
2013.	140	78	62	44	32	12	184

Izvori: registar RAK-a (za 2013) i Jusić (2004) (za 2003)

Pored lokalnih javnih medija, tri javna emitera (RTVFBiH, RTRS i BHRT) dio su sistema javnog radiotelevizijskog servisa, pri čemu svaki ima i televizijsku i radiostanicu, a njihov signal pokriva gotovo cijelu teritoriju zemlje. Ovi emiteri prvenstveno se finansiraju iz RTV-pretplata i putem marketinga. Ipak, njihova je uređivačka nezavisnost kompromitirana zbog bliskih političkih veza sa najvećim političkim strankama (više o ovome u poglavlju o javnom RTV- servisu).

Treća su vrsta medija unutar radijskog sektora neprofitne radiostanice (kao što je predviđeno Pravilom 58/2011 o pružanju medijskih usluga radija, član 15). Trenutno samo tri medija imaju dozvolu kao neprofitni mediji,⁴⁴ a moguće je da je tako mali broj rezultat nepoticajne politike, koja ne dozvoljava medijima zajednice da ubiru prihode od oglašavanja.

⁴⁴ U ovom trenutku, stanicu Radio Marija finansira Katolička crkva, Radio "Otvorena mreža" komunikacijska je platforma jedne humanitarne mreže, a Radio "Naša djeca" osnovala je jedna nevladina organizacija koja se bavi zaštitom djece.

Tabela 2. Glavne vrste vlasništva u medijskom sektoru⁴⁵

	Privatno	Javno	Ostalo/napomene
Televizijske stanice	32 privatne TV-stanice (63% svih TV-stanica)	12 javnih TV-stanica (27% svih TV-stanica)	3 javna servisa (RTRS, RTVFBiH, BHRT)
Radiostanice	78 privatnih radiostanica (56% svih radiostanica)	62 javne radiostanice (44% svih radiostanica)	3 javna servisa (RTRS, RTVFBiH, BHRT) 3 neprofitne radiostanice (Radio Marija, Radio "Otvorena mreža" i Radio Active "Naša djeca")
Dnevne novine	9 privatnih dnevnih novina (<i>Dnevni avaz, EuroBlic, Oslobođenje, Press RS, Nezavisne, Večernji list, Dnevni list i Glas Srpske</i>)	N/A*	Smatra se da su dnevne novine pod velikim utjecajem političkih struktura.
Časopisi	Više od 104, a od njih oko 10 sa određenim društveno-političkim sadržajem	Lokalne vlasti izdaju mali broj periodičnih listova (tačan broj nije poznat/N/A).	N/A
Novinske agencije	Dvije privatne (Onasa, Nina)	Dvije (Fena, Srna)	Jedna je agencija u vlasništvu države Turske (Anadolu), a dvije su osnovale vjerske zajednice (MINA i KTA).
Online mediji	Gruba procjena: 80 ⁴⁵	N/A	Smatra se da su pojedini <i>online</i> mediji pod kontrolom političkih partija.

Izvori: RAK, Vijeće za štampu, 2013.

* Skraćenica N/A se u cijelom izvještaju upotrebljava u značenju: nije poznato, nije dostupno ili nije primjenljivo.

⁴⁵ Ovo je gruba procjena, tj. broj web-stranica obuhvaćen je sistemom mjerenja agencije Gemius Audience. Međutim, nisu sve ove web-stranice mediji, a uz to određeni broj online medija nije obuhvaćen ovim sistemom mjerenja.

Vodeći dnevni listovi i štampani časopisi privatizirani su. Postojale su sumnje u legitimnost pojedinih privatizacijskih procesa dnevnih listova i štamparskih kuća,⁴⁶ ali bez ikakvog sudskog epiloga. Naročito se za dnevne listove smatra da su pod velikim utjecajem određenih političkih struktura, a nezavisno novinarstvo u političkim časopisima također se smatra rijetkim.

Od ukupno sedam novinskih agencija, dvije se direktno finansiraju iz budžeta Federacije BiH (Agencija Fena) i Republike Srpske (Agencija Srna), što izaziva sumnju u njihovu uređivačku nezavisnost.

Postoji veliki broj *online* medija sa različitom vlasničkom strukturom, a neki od njih nisu zvanično prijavljeni kao medijska preduzeća.

Smatra se da opstanak tako velikog broja medija u svim sektorima na tako ograničenom medijskom tržištu ukazuje na političke i druge sporne veze, te nije znak medijskog pluralizma. U sljedećim će dijelovima biti objašnjene različite vrste vlasništva u privatnom medijskom sektoru, sa naročitim naglaskom na rizike po integritet medija.

2.2.1. Strano vlasništvo

Tri vodeća emitera i jedna novinska agencija na neki su način u vlasništvu stranih aktera. Televizija Pink BH i OBN svojim signalom pokrivaju većinu državne teritorije, a njihovi su programi dostupni u stotinjak općina i dopiru do više od

⁴⁶ Agencija za privatizaciju FBiH i Alden Print, kupac *Večernjih novina*, javno su optuženi da su simulirali privatizacijski proces kako bi Alden Print mogao preuzeti radnike i imovinu *Večernjih novina* praktično besplatno. Novine su ukinute ubrzo nakon privatizacije. Što se tiče privatizacije dnevnog lista *Oslobođenje*, direktor Salko Hasanefendić i šef privatizacijskog tima Emir Hrustanović bili su pod istragom zbog moguće zloupotrebe položaja (vidjeti više u Jusić 2004).

dva miliona gledalaca,⁴⁷ što znači da imaju najveću gledanost na tržištu (podatke o gledanosti vidjeti u tabeli 3). Zakon o direktnim stranim investicijama predviđa da strano vlasništvo nad poslovnim subjektom koji se bavi javnim komunikacijama ne smije prelaziti 49% kapitala (član 4), ali su mehanizmi primjene nerazvijeni i nejasno je koja institucija ima mandat da osigura primjenu tog zakona. Naprimjer, u procesu prebacivanja vlasništva nad OBN-om na GRP, nekoliko ministarstava od kojih je traženo odobrenje izjavilo je da je ovo pitanje izvan njihove nadležnosti ili su izrazili neobavezujuće mišljenje da promjena vlasništva ispunjava zakonske uvjete.⁴⁸ OBN (Open Broadcast Network) počeo je s emitiranjem 1996. godine, kao projekt međunarodne zajednice,⁴⁹ s ciljem nepristrasnog predstavljanja događaja u veoma podijeljenom postkonfliktnom bosanskohercegovačkom društvu. Međutim, nezadovoljni radom OBN-a, donatori su 2000. godine povukli svoju podršku. Tokom godina, OBN se znatno udaljio od prvobitne programske ideje i prešao na pretežno komercijalnu programsku shemu. Vjeruje se da je hrvatski građanin Ivan Čaleta imao vodeću ulogu u OBN-u tokom niza godina, iako nije bio zvanični vlasnik.⁵⁰ Sadašnji vlasnik OBN-a je GRP Media Sarajevo, čiji je vlasnik GRP Media Zagreb.⁵¹ Isti vlasnički obrazac (medij u vlasništvu domaće firme čiji su vlasnici strani subjekti) prisutan je u slučaju TV-stanice Al Jazeera Balkans, koja je počela s emitiranjem u novembru 2011. godine. Njen je vlasnik – Al Jazeera Network – regi-

⁴⁷ Prema izvještaju AGCOM-a i RAK-a iz 2008 godine.

⁴⁸ Izvor: Helena Mandić, RAK, u pisanom odgovoru, 11. decembar 2013.

⁴⁹ Nekoliko stranih država dalo je početni kapital, prvenstveno SAD, Švedska, Japan, Kanada, Španija i Italija, kao i Evropska komisija i Fond otvoreno društvo (Jusić 2004, 74). OBN je ponovo registriran 1999. godine kao dioničko društvo.

⁵⁰ Kako je javila FTV, on je bio zvanični vlasnik 2008. godine, kada mu je Ministarstvo vanjskih poslova BiH dalo državljanstvo na prijedlog Vanjskotrgovinske komore BiH. FTV, međutim, dovodi u pitanje proceduru po kojoj je Čaleta 2008. godine dobio državljanstvo BiH, naglašavajući da za to nije dat nikakav opravdan razlog. Vidjeti tekst/snimak FTV-a "Šta spaja RAK, Vanjskotrgovinsku komoru BiH i OBN?". Ali, ostaje nejasno da li je Čaleta do tada stvarno ispunio uvjete za državljanstvo.

⁵¹ Izvori: Registar vrijednosnih papira FBiH i RAK.

striran u Sarajevu, a pripada Al Jazeera Media Network iz Katara. Dakle, vlasništvo nad OBN-om, kao i ono nad Al Jazeeraom, rezultat je rupe u zakonu, koja indirektno omogućava neograničeno strano vlasništvo. Ipak, Al Jazeera je uglavnom dobro dočekana, kao progresivan akter, naročito u smislu tehnoloških standarda, ali je njen domet još uvijek veoma ograničen (ispod 0,5%).

TV Pink BH, koji je ušao na tržište 2003. godine u određenoj mjeri pripada kategoriji stranog vlasništva, jer se vlasništvo pripisuje građaninu Srbije Željku Mitroviću. Međutim, on je tek odnedavno zvanični vlasnik, a u međuvremenu je postao građanin Bosne i Hercegovine.⁵²

Treba navesti i noviji slučaj novinske agencije Anadolu, lokalnog predstavništva zvanične novinske agencije Turske. Ona je ušla na tržište 2012. godine, a ispitanici u ovom istraživanju ukazali su na to da je ona već priznata zbog visokih profesionalnih standarda i da mediji u BiH uveliko koriste njene usluge.

Novi "igrač" na tržištu – TVN1 (regionalni partner CNN-a), sa centrima u Srbiji, Hrvatskoj i BiH, trebao bi početi s emitiranjem u proljeće 2014. godine.

2.2.2. Vlasništvo u rukama poslovnih aktera s političkim vezama i (prikryveno) vlasništvo u rukama političkih aktera

Uz Pink BH i OBN, još je nekoliko privatnih emitera u kategoriji glavnih konkurenata na tržištu, a to su prvenstveno RTVBN i Hayat TV, dok su dominantni akteri u radijskom sektoru Radio Kalman, Radio Stari grad (RSG) i Radio BN (vidjeti tabelu 3).

⁵² Prethodno su zvanični vlasnici bila dva preduzeća, jedno iz Bijeljine, a drugo iz Beograda (vidjeti Jusić 2004, 76). Željko Mitrović i njegovo preduzeće Pink International, d.o.o., sa sjedištem u Beogradu, trenutno zapravo dijele vlasništvo.

Tabela 3: Gledanost/slušanost (januar – juli 2013) i vlasništvo nad TV i radioemiterima

TV- stanice	Gledanost (procenat)	Vlasništvo i moguće afilijacije	Radiostanice	Slušanost (procenat)	Vlasništvo
PINK BH	13,6	Privatno; strano, u vlasništvu Željka Mitrovića (veze sa bivšim strukturnom vlasti u Srbiji)	Radio Kalman	11,3	Privatno (veze N/A)
FTV	13,0	Emiter u okviru javnog servisa (borba za kontrolu između stranaka SDP i SDA)	Radio Stari grad	10,2	Privatno (veze N/A)
OBN	8,1	Strano vlasništvo, vlasnik GRP Media Sarajevo, povezuje se sa Ivanom Čaletom	Radio BN	5,7	Privatno (veze N/A)
RTVBN	8,1	Privatno: Jela i Vladimir Trišić (moguće favoriziranje stranke SDS)	Radio Kameleon	3,7	Privatno (veze N/A)
Hayat TV	5,8	Bosanskohercegovački građani (veze N/A)	Radio BIG 2	2,9	Privatno (veze N/A)
RTRS	4,3	Emiter u okviru javnog servisa (favorizira SNSD)	Radio Q	2,7	Privatno (veze N/A)
BHT1	4,3	Emiter u okviru javnog servisa (relativno izbalansiran program)	Radio Bobar	2,5	Privatno: preduzeće Bobar, d.o.o. (moguća povezanost sa strankom SNSD)
ATV	2,9	Bosanskohercegovački građani (veze N/A)	BH radio 1	2,4	Emiter u javnom servisu (veze N/A)

Izvori: RAK (podaci o vlasništvu), MIB (podaci o gledanosti/slušanosti).

Različiti medijski izvori navode političke veze.

Među najvećim emiterima u ovoj zemlji nije čest slučaj da direktno vlasništvo imaju poslovni akteri. Neki od njih, međutim, imaju i poslovne i političke veze.

Najistaknutiji primjer u radijskom sektoru je Radio Bobar, u vlasništvu društva sa ograničenom odgovornošću Bobar iz Bijeljine u Republici Srpskoj. Vlasnik Bobar grupe (koja obuhvata Bobar banku, osiguravajuće društvo i druga preduzeća) je Gavril Bobar, poznat po svojim političkim vezama sa SNSD-om – on je bio član ove stranke i poslanik u Narodnoj skupštini RS-a 2011. godine.

Političke veze najvidljivije su u sektoru štampanih medija. Vodeći dnevni listovi u Republici Srpskoj – *Nezavisne novine* i *Glas Srpske* (od 2006. godine)⁵³ – kao i radiostanica Radio Nes iz Banje Luke, u zajedničkom su vlasništvu preduzeća NIGD DNN, d.o.o., čiji su vlasnici Željko Kopanja i Nataša Kopanja. Ispitanici u ovom istraživanju smatraju da bliske veze Željka Kopanje i predsjednika RS-a/liđera SNSD-a ovim medijima osiguravaju dodatni profit budući da ih vlast djelimično finansira, te da su one također doprinijele pojedinim imenovanjima u ovim medijima. Kao što je objasnio jedan od ispitanika, “Nije nimalo slučajno da je glavna i odgovorna urednica Nezavisnih novina kćerka srpskog člana Predsjedništva BiH [...], naravno, bilo bi iluzorno očekivati da ona ima podjednako profesionalan odnos prema svakom članu Predsjedništva... [i] prema toj stranci u kojoj njen otac obnaša jednu od najvažnijih funkcija” (Suzana Mijatović, novinarka *Slobodne Bosne*).

Vjeruje se da Vlada Republike Srpske i vodeća stranka SNSD utječu na većinu medija u Republici Srpskoj (više o tome u poglavlju o finansiranju medija). Televizija BN, koja se nalazi u privatnom vlasništvu, jedan je od rijetkih, a uz to i jedan od vodećih medija u Republici Srpskoj za koji se smatra da nije povezan sa vladajućim SNSD-om. BN je uistinu kritički raspoložen prema vladajućoj stranci, ali se ne smatra da je nezavistan, već prije naklonjen Srpskoj demokratskoj stranci (SDS). Zbog kritičkog stava prema SNSD-u, nekoliko incidenata vezanih za BN protumačeni su kao neka vrsta političkog pritiska, a među njima su: policijska inspekcija

⁵³ Iako sudski registar ne ukazuje na ove veze, *Glas Srpske* je poznat kao filijala preduzeća NIG DNN, nakon njegove privatizacije 2006. godine.

2010. godine,⁵⁴ verbalni sukobi,⁵⁵ te nedavno, 17. oktobra 2013. godine, uputa članovima SNSD-a da se uzdrže od kontakta sa novinarima BN-a.⁵⁶

S druge strane, političke veze u Federaciji BiH još su raznolikije. Špekulira se da je prikrivena vlasnica TV1 Sanela Jenkins, poslovna žena koja je bila savjetnica Harisa Silajdžića, lidera Stranke za BiH, u vrijeme dok je bio član Predsjedništva BiH.⁵⁷ Sumnje o političkim vezama sa Strankom za BiH pojačala je činjenica da je TV1 počeo s emitiranjem 2010. godine, uoči kampanje za opće izbore. Međutim, s obzirom na to da je Stranka za BiH izgubila izbore 2010. godine, TV1 se može smatrati dragocjenim doprinosom pluralnosti glasova u medijskom sektoru, uprkos još uvijek niskoj gledanosti (1%, januar – juni 2013): “Moglo bi se reći da često imaju objektivni pristup stvarnosti, budući da su faktički direktni politički protivnici trenutnih vladajućih struktura” (Eldar Hadžović, u telefonskom intervjuu, decembar 2013).

Dva vodeća dnevna lista u Federaciji BiH – *Dnevni avaz* i *Oslobođenje* – pripadaju kategoriji u kojoj su vlasnici poslovni tajkuni sa političkim vezama. U slučaju *Dnevnog avaza*, tj. preduzeća Avaz roto press, d.o.o. Sarajevo, dodatno se sumnja da je državni službenik neka vrsta skrivenog vlasnika. Naime, biznismen Fahrudin Radončić bio je nominalni vlasnik *Dnevnog avaza* do sredine 2012. godine. Radon-

⁵⁴ Policija je 2010. godine pretražila zgradu BN televizije, što su pojedini izvori također smatrali nekom vrstom pritiska, pogotovo što su njihove prostorije pretresene u 6 sati ujutro, na pomalo pretjeran način. Vidjeti, naprimjer, Z. Kusmuk, “Vasilije Andrić ‘puca’ na mjesto direktora policije”, str. 24–25.

⁵⁵ Naprimjer, Milorad Dodik, predsjednik RS-a i lider SNSD-a, 2013. godine verbalno je napao pojedine menadžere BN-a i na kraju optužio BN da je američki plaćenik, angažiran da progoni Dodika i njegovu porodicu. Vidjeti, naprimjer, tekst B. A. “Dodik: Amerikanci Trišiću dali 800.000 dolara da napravi ovu hajku protiv mene”.

⁵⁶ SNSD je 2010. godine upotrijebio sličnu metodu protiv ATV-a, kada je novinarima ove stanice zabranjen pristup u izborni štab SNSD-a, te prije toga protiv državnog emitera BHT1. Vidjeti, naprimjer: V. S., “SNSD zabranio rad Alternativnoj televiziji”.

⁵⁷ Zvanično prijavljeni vlasnici su RTM-TV1, d.o.o. Mostar (49%) i Euromedia Limited Broadcasting Company, d.o.o. Sarajevo (51%). Izvor: RAK, u pisanom odgovoru, 11. decembar 2013.

čić je 2009. godine osnovao političku stranku (Stranka za bolju budućnost – SBB), a u novembru 2012. godine postao je ministar sigurnosti BiH, ali ne prije nego što je vlasništvo prebačeno na njegovu bivšu suprugu Azru Radončić (u julu 2012). Time su formalno izbjegnute moguće optužbe za sukob interesa (Zakon o sukobu interesa u organima vlasti BiH, član 4), ali su i dalje prisutne sumnje da Radončić još uvijek ima najveći utjecaj na uređivačku politiku *Dnevnog avaza*. Taj je utjecaj najočigledniji u pretjeranoj kritici spram Stranke demokratske akcije (SDA). Naprimjer, analiza sadržaja tekstova objavljenih u predizbornom periodu 2010. godine ukazuje na to da je *Dnevni avaz* izvještavao intenzivnije i povoljnije o Radončiću (u 68% slučajeva) i SBB-u (u 57% slučajeva), dok je prema konkurentnim SDA (79%) i SBiH (84% slučajeva)⁵⁸ uglavnom bio negativan.

Većinski vlasnici dnevnog lista *Oslobođenje* su dva dionička društva – Sarajevska pivara i Klas, koja su povezana sa porodicom Selimović.⁵⁹ Smatra se da je ova porodica bliska SDA. Sedmični list *BH Dani*, koji ima najveći udio u čitanosti među političkim magazinima (mada je to tek 3,5% čitanosti), nekada je smatran dragocjenim doprinosom pluralnosti medija u BiH,⁶⁰ ali je izgubio taj status 2010. godine kada ga je Senad Pećanin prodao *Oslobođenju* i kada je magazin napustilo nekoliko uglednih autora.

⁵⁸ S druge strane, *Oslobođenje* je bilo izuzetno negativno (u 79% slučajeva), i to naročito prema Radončiću (u 90% slučajeva) (Udovičić 2010, 17–18). Smatralo se da su vlasnici *Dnevnog avaza* i *Oslobođenja* bili u bliskim vezama sa SDA do 2009. godine, kada je Radončić počeo aktivan politički angažman i na neki način prekinuo svoje prethodne političke veze.

⁵⁹ U registru se poziva na izvještaj Komisije za vrijednosne papire Federacije BiH, br. 03-19-194/04, od 12. aprila 2004, ali je veza sa porodicom Selimović općepoznata. AS Jelah grupa, čiji je vlasnik porodica Hrvić, preuzela je 43% dionica Klasa (a moguće još 20% u budućnosti) i sada postaje jedan od glavnih aktera u prehrambenoj industriji u zemlji. Vidjeti tekst: A. Metiljević, “Akvizicija godine: Tešanjski ‘AS’ preuzeo sarajevski ‘Klas’”.

⁶⁰ Pojedini izvori također sugeriraju da su *Dani* bili bliski Stranci za BiH, ali s obzirom na to da stranka nije dobro prošla na izborima 2010. godine, magazin je morao biti prodat porodici Selimović. Vidjeti, naprimjer, tekst: N. Jovanović, “O čemu šutimo kad šutimo o *Danima*”.

Tabela 4: Čitanost dnevnih listova januar – juni 2013.

Dnevni listovi	(procent)	Većinsko vlasništvo (i moguće veze)
<i>Dnevni avaz</i>	21,9	Azra Radončić, povezana sa F. Radončićem i SBB-om
<i>Euro Blic</i> (bosansko-hercegovačko izdanje dnevnog lista iz Srbije)	6,3	Srbijanski <i>Blic</i> , čiji je vlasnik Ringier Axel Springer, d.o.o., Srbija, kao dio mreže koja djeluje u Poljskoj, Češkoj i Slovačkoj.
<i>Oslobođenje</i>	5,0	Preduzeća Sarajevska pivara i Klas, povezana sa porodicom Selimović i SDA
<i>Press RS</i>	4,4	<i>Press RS</i> prvenstveno je bio bosanskohercegovačko izdanje srbijanskog <i>Pressa</i> . Vlasnik <i>Pressa</i> bio je Npc International, d.o.o., Srbija, a ugašen je 2012. godine kada je kontroverzni tajkun Miroslav Mišković izjavio da je on njegov vlasnik.
<i>24 sata</i> (HR)	3,8	Hrvatski dnevni list u vlasništvu austrijske firme Styria
<i>Večernji list</i>	3,1	Hrvatski dnevni list u vlasništvu Styrije
<i>Nezavisne novine, Glas Srpske</i>	2,8	NIGD DNN, d.o.o, povezan sa Željkom Kopanjom, bliskim SNSD-u
<i>Večernje novosti</i> (SRB)	2,5	Srbijanski dnevni list, u zajedničkom vlasništvu države i lokalnih aktera: Trimax Investments, Ardos Holdinga, Karamat Holdings, Fonda PIO RS-a i malih dioničara
<i>Dnevni list</i>	2,2	U privatnom vlasništvu članova porodice Rašić

Izvor: podaci o vlasništvu na stranici pravosudje.ba.

Podaci o čitanosti (metoda dnevnika) agencije Mareco Index Bosnia (MIB)

Pored *Dnevnog avaza*, i za pojedine *online* medije sumnja se da imaju skrivene vlasnike – političke aktore, te da ih kontroliraju štabovi političkih stranaka. Ljiljana Zurovac, direktorica Vijeća za štampu, također vjeruje da postoje ovakve veze u *online* medijima, ali i da je njih naročito teško otkriti.⁶¹ Naprimjer, naši su ispitanici

⁶¹ Telefonski razgovor, 27. decembar 2013.

spomenuli da su web-stranice *Sutra* i *Moj portal*⁶² povezane sa političkim strankama, ali to ostaje tek špekulacija.

Drugi veliki TV-emiteri – ATV i Hayat, te radioemiteri – Radio Kameleon, Radio Kalman i Radio Stari Grad, u vlasništvu su poslovnih ljudi, građana BiH.⁶³ Ne postoje vidljive veze ovih medija sa političkim strankama, ali su neki od njih spomenuti u kontekstu spornih obrazaca finansiranja (više o ovome u poglavlju o finansiranju medija).

2.2.3. Vlasništvo u rukama civilnog društva i vlasništvo u rukama novinara

Direktno vlasništvo u rukama novinara je rijetko. Face TV, koja je pokrenuta 2012. godine, u vlasništvu je novinara Senada Hadžifeževića. Ispitanici u ovom istraživanju smatraju da je novi emiter dobrodošao na tržište, ali još uvijek imaju rezerve prema njegovom doprinosu u smislu pluralnosti i nezavisnosti. Naime, Face TV nije stekla značajnu gledanost (manje od 0,5%).

Postoji nekoliko primjera značajnih *online* medija koje su formirale organizacije čiji su osnivači novinari i koji zavise od podrške međunarodnih donatora, kao što su *online* magazini *Žurnal* i *Buka*, koji se uglavnom spominju kao pozitivni primjeri medijskih izvora (više u sljedećem odjeljku).

⁶² Vidjeti S. A., "Federalna uprava policije proslijedit će naredne sedmice državnom Tužiteljstvu nalaze o kriminalu u Bošnjačkom institutu!". Web-stranica *Moj portal* spomenuta je kao blisko povezana sa Socijaldemokratskom partijom.

⁶³ BN televizija i BN radio u vlasništvu su Jele i Vladimira Trišića; ATV Nataše Tešanović, Milana Lukića, Darka Aleksića i ostalih; Hayat TV Elvira Švrakića, Dženane Švrakić, Nermina Karačića i Emina Švrakića; RSG je u vlasništvu Adnana Osmanagića; Radio Kameleon Zlatka Berbića; Radio Kalman Edina Krše.

2.2.4. Pozitivni primjeri medijskog vlasništva iz ugla poslovne i novinarske relevantnosti

Tri *online* medijska izvora predstavljaju pozitivne primjere kvaliteta i balansirano izvještavanja. *Online* magazin *Žurnal*, sa sjedištem u Sarajevu, projekt je udruženja Centar za razvoj medija i analize i jedan je od rijetkih medijskih izvora koji se bavi korupcijom kao jednim od najvećih problema u zemlji. *Online* magazin *Buka*, sa sjedištem u Banjoj Luci, smatra se dragocjenim doprinosom medijskoj pluralnosti u Republici Srpskoj. Pored toga, Centar za istraživačko novinarstvo (CIN) Sarajevo, udruženje čiji su osnivači državljanka BiH Leila Bičakčić i strani novinari i medijski stručnjaci Drew Sullivan i Donald Pine, objavljuje istraživačke tekstove i posjeduje značajnu bazu podataka o raznim temama, te predstavlja koristan i rijedak izvor sveobuhvatnih i relevantnih informacija. Ovi mediji ne dopiru do velike publike, ali ih drugi mediji u velikoj mjeri prenose.

Pozitivan primjer poslovnog uspjeha, bez vidljivih političkih veza, jeste informativni *online* medij *klix.ba*. Izdavač *Klix* je Intersoft, društvo sa ograničenom odgovornošću, čiji su vlasnici Dario i Mario Šimić. Izrastao je u veliku firmu sa velikim marketinškim ugovorima i nije jasno povezan ni sa jednom političkom strukturom. Od svih *online* informativnih izvora, ima najveći broj korisnika i naročito dobija pohvale za pružanje pravovremenih informacija sa terena. Druge informativne web-stranice daleko su ispod *klix.ba* po posjećenosti, ali pojedini sportski magazini, tabloidi i izuzetno komercijalizirane web-stranice imaju brojniju publiku (vidjeti tabelu 5).

Tabela 5: Domet/poredak online medija, novembar 2013.⁶⁴

Vodeće web-stranice (Gemius Audience)	Domet (procent)	Vodeći online mediji (poredak Alexa)	Poredak*
<i>Klix.ba</i>	25,13	<i>Klix.ba</i>	6
<i>Doznajemo.com</i>	16,56	<i>Avaz.ba</i>	10
<i>Haber.ba</i>	13,17	<i>Radiosarajevo.ba</i>	29
<i>Cafe.ba</i>	11,58	<i>Depo.ba</i>	31
<i>Magazin.ba</i>	11,24	<i>Source.ba</i>	33
<i>Tuzlanski.ba</i>	10,44	<i>Nezavisne.com</i>	35
<i>Nezavisne.com</i>	10,33	<i>Doznajemo.com</i>	37
<i>Radio Sarajevo</i>	9,44	<i>Bljesak.info</i>	40

Izvor: Audience measurement, poredak Alexa, novembar 2013.

* Napomena: Tabela obuhvata samo web-stranice sa informativnim sadržajem (nisu obuhvaćene društvene mreže, pretraživači i strani portali).

U pozitivnom svjetlu treba spomenuti i dva magazina, mada je njihov tiraž veoma ograničen. *Slobodna Bosna*,⁶⁵ sa sjedištem u Sarajevu, jedan je od rijetkih periodičnih listova koji se još uvijek smatra relativno nezavisnim po vlasničkoj strukturi i sadržaju. U Republici Srpskoj, časopis *Respekt*, koji izdaje PR grupa, d.o.o. (čiji su vlasnici Jovica Petković i Željko Raljić), jedan je od rijetkih medija u RS-u koji donosi tekstove koji su kritički orijentirani prema SNSD-u i vlastima RS-a.

⁶⁴ Podaci i procjene o vlasništvu i vezama *online* medija nisu dati zbog nedostatka podataka o ovim medijima.

⁶⁵ Izdavač je Pres-Sing, d.o.o., čiji su osnivači urednici i novinari Senad Avdić, Sedina Lončarević-Metiljević, Asim Metiljević, Suzana Mijatović, Sead Omeragić, Abdulah Sidran i Marko Vešović. Izvor: Registar suda, Općinski sud u Sarajevu. Važno je napomenuti da se ovo preduzeće ne nalazi u *online* bazi registriranih preduzeća. Sudski dokumenti o registraciji ustupljeni su tri dana nakon zahtjeva, za naknadu od oko 25 eura, tj. 5 eura po stranici.

2.2.5. Vodeći vlasnici medija⁶⁶

Vodeći privatni vlasnici, prema udjelu u gledanosti, su vlasnici televizija Pink BH i OBN. Željko Mitrović, koji ima i srbijansko i (od prije nekoliko godina) bosanskohercegovačko državljanstvo, vlasnik je Pink Media Group, “najvećeg privatnog komercijalnog emitera zabavnog programa i najveće medijske grupe za Jugoistočnu Evropu”.⁶⁷ Pored Pinka BH, ovo je preduzeće 2013. godine pokrenulo oko 100 kanala, koji su dostupni *online* i djelimično putem kablovskih distributera u BiH. Smatra se da je Mitrović bio blizak bivšem predsjedniku Srbije Miloševiću.⁶⁸ Hrvatskog biznismena Ivana Čaleta u jednom su trenutku povezivali sa reklamnom agencijom Global Media, agencijom Omnia u BiH, slovenačkom TV3 i Novom TV u Hrvatskoj, ali on je trenutno, prema zvaničnim izvorima, vlasnik jedino preduzeća GRP Media iz Zagreba, pa je prema tome indirektno vlasnik OBN-a. Čaletu su pojedini medijski akteri optuživali da prodaje gledanost u BiH kroz ugovore sklopljene u Hrvatskoj.⁶⁹ Vjerovalo se da su takvi potezi način da izbjegne porez u BiH uz nedozvoljen damping cijena oglašavanja štetan po marketinško tržište u BiH.⁷⁰

Željko Kopanja (*Glas Srpske, Nezavisne novine, Ness radio*) i Fahrudin Radončić (mogući skriveni vlasnik *Dnevnog avaza* i TV Alfe)⁷¹ imaju značajan udio u medijskim preduzećima, ali ne postoji velika zabrinutost zbog koncentracije vlasništva budući da su tiraži dnevnih novina generalno niski, a, pored toga, Ness radio i naročito TV Alfa nemaju veliku gledanost.

⁶⁶ O medijima u državnom vlasništvu bit će govora u odvojenom poglavlju.

⁶⁷ Izvor: <http://www.pink.co.ba/kompanija/onama/> (stranica posjećena 28. januara 2014).

⁶⁸ Izvor: Dž. Karup-Druško, “Pranje prljavih para’ u BiH”.

⁶⁹ Vidjeti, naprimjer, F. Čardžić, “Ivan Čaleta i OBN napali su sve nas”.

⁷⁰ Izvor: S. Mustajbegović, “OBN: Otvoreno pljačkanje Bosne”.

⁷¹ Azra Radončić je sada osnivač preduzeća Avaz, d.o.o., koje je osnivač preduzeća Avaz-roto press, d.o.o., Sarajevo, osnivača TV Alfa.

Radončić je 1995. godine osnovao *Dnevni avaz*, a prije toga radio je kao novinar, naročito za zagrebački sedmični list *Danas* (od 1989. do 1992). Godinama je bio blizak bošnjačkim političkim elitama, posebno Stranci demokratske akcije (SDA), koja ga je, moguće, podržala s početnim kapitalom za *Dnevni avaz*. Politička transformacija *Dnevnog avaza* nakon što je Radončić postao politički aktivan bila je očigledna jer su tekstovi postali kritičniji prema rukovodstvu SDA. Medijski izvori s vremena na vrijeme izvještavali su o Radončićevim vezama sa kriminalnim krugovima,⁷² ali ih vlasti nikada nisu istražile. Radončić je 2012. godine imenovan za ministra sigurnosti BiH,⁷³ ali je 13. marta 2014. godine pokrenuta njegova smjena, navodno zato što nije iskoristio svoja ovlaštenja ministra sigurnosti za vrijeme protesta građana u februaru 2014. godine.⁷⁴

⁷² Među njima je Naser Keljmemdi, vođa jedne od najvećih kriminalnih mreža u regionu. Protiv ove grupe vođen je niz policijskih istraga, unutar i van BiH, zbog mogućeg učestvovanja u krijumčarenju, ilegalnoj trgovini, pranju novca, ubistvima i drugim krivičnim djelima. U nedavnom sudskom procesu protiv Zijada Turkovića za niz zločina, svjedokinja koja je 10 godina bila zaposlena u *Dnevnom avazu* i na TV Alfa izjavila je da je Radončić odobrio ubistvo Ramiza Delalića-Čele, ratnog komandanta u Armiji Republike BiH. Ista svjedokinja rekla je da je Radončić zabranio izvještavanje o Turkoviću i Keljmemdiju u vrijeme dok je ona radila za ovaj dnevni list. U isto vrijeme, Zijad Turković bio je svjedok kada je Radončić naredio ubistvo Nasera Keljmemdija. Izvor: CIN, “Šejla Turković: Zijad je naslijedio 900.000 KM”, i CIN, “Turković: Radončić platio za likvidaciju Keljmemdija”.

⁷³ Činjenicu da je Radončić 2012. godine imenovan za ministra sigurnosti BiH neki su analitičari protumačili kao nastavak sunovrata pravnog poretka u BiH. Vidjeti, naprimjer, E. Imamović, “Bilo jednom u BiH”.

⁷⁴ Početkom aprila 2014. godine i dalje je nejasno da li će trenutni politički interesi dovesti do potvrđivanja njegove smjene u Domu naroda Parlamentarne skupštine BiH.

Tabela 6: Poslovne veze vodećih vlasnika medija

Vlasnik medija	Medijsko vlasništvo (nominalno, prikriveno ili na drugi način povezano)	Ostalo vlasništvo
Fahrudin Radončić	- Avaz roto press (osnivač Avaz, d.o.o.) - TV Alfa (osnivač Avaz roto press) - Štamparija GIK "OKO" d.o.o. (većinski vlasnik Avaz) - posjeduje udio u Izdavačkoj kući "Prosperitet" d.o.o. - Avio Trans, d.o.o. aero usluge, turizam i trgovina (vlasnik Avaz roto press) - Njegova sestra Razija Fehratović je vlasnica štamparije Fehratović.	Avaz d.o.o. Nekretnine, hotelijerstvo, ugostiteljstvo i trgovina (zvanična vlasnica Azra Radončić)
Porodica Selimović	- dnevni list Oslobođenje (većinski kapital Sarajevske pivare i Klasa, d.d.) - sedmični list BH Dani (izdavač Oslobođenje, d.o.o.) - Unioninvest plastika (djelimično štamparija)	Mujo Selimović: - MIMS, d.o.o., unutrašnja i vanjska trgovina - Naprijed invest, d.o.o., upravljanje fondovima - Team Consulting, d.o.o., istraživanje, razvoj i tehnološke usluge i trgovina (većinski kapital MIMS) - Energonova, d.o.o. (oko 33% kapitala MIMS) - Porodica se povezuje sa desetinama različitih firmi, među kojima su Sarajevska pivara, Klasa, Sprind, Merkur, Unioninvest plastika itd.
Željko Kopanja	NIGD DNN: Nezavisne novine Glas Srpske Glas Srpski - Grafika	Glas Srpski – trgovina
Gavrilo Bobar	Bobar radio (indirektno u vlasništvu Bobar grupe, čiji je vlasnik Gavrilo Bobar)	Bobar Group: Bobar banka, Bobar osiguranje itd. ⁷⁵

Izvori: pravosudje.ba, CIN za podatke o Radončiću, registar suda o Bobar Group, medijski izvori

⁷⁵ Pojedini mediji objavili su da je Gavrilo Bobar, kao i još neke osobe bliske vodećem SNSD-u, 2011. godine dobio kredit od oko 3 miliona eura od Investiciono-razvojne banke Republike Srpske. Isti izvor sugerira da opstanak Bobar banke isključivo zavisi od sredstava državnih institucija u Republici Srpskoj (M. D., "Propalu fabriku Prehrana Željka Dragičević prodala Gavrilu Bobaru").

Napomena: Sudski registri ne daju informacije o vlasništvu pojedinaca, već samo daju podatke o vlasništvu za određena preduzeća. Vlasništvo koje je ovdje navedeno obuhvata samo preduzeća koja je istraživača uspjela utvrditi na osnovu sekundarnih izvora. Nije isključeno drugo povezano vlasništvo.

Vjeruje se da su porodica Selimović i *Oslobođenje* bliski SDA. U proteklih nekoliko godina dva dnevna lista – *Oslobođenje* i *Dnevni avaz* – korištena su kao instrumenti u sukobima dva mogula – Radončića i porodice Selimović, te s njima povezanih političkih subjekata, uz visoku cijenu po medijski integritet.⁷⁶ Tokom 2013. godine, međutim, obje novine su prestale objavljivati međusobne tendenciozne optužbe, što bi se moglo pripisati određenim interesima koji trenutno pogoduju pomirenju, te ih ne bi trebalo smatrati rezultatom većeg uredničkog integriteta (nezvanična tumačenja).

Bivši novinar Željko Kopanja 1995. godine bio je jedan od osnivača *Nezavisnih novina*, lista čiji je zadatak bio doprinijeti boljim odnosima među etničkim skupinama u postratnoj Bosni i Hercegovini, koji je djelimično podržavao USAID. Vjerovatno zbog izvještavanja o ratnim zločinima koje su počinili bosanski Srbi, Kopanja (i sam bosanski Srbin) bio je žrtva napada autobombom, u kojem je izgubio obje noge. Kopanja je smatrao da su u napadu zapravo učestvovalе srpske sigurnosne snage, ali počinioci nikada nisu identificirani. Željko Kopanja je veoma blizak SNSD-u (koji je došao na vlast 2006. godine) i moguće je da njen lider Milorad Dodik utječe na uređivačku politiku lista. Kopanja je 2008. godine kupio i drugi vodeći dnevni list u RS-u *Glas Srpske*.⁷⁷

⁷⁶ Vidjeti, naprimjer, tekst: V. Bačanović, “Cijena bošnjaštva”. Također vidjeti: G. Knezović, “Trgovački talent s Bašćaršije”.

⁷⁷ Konzorcij preduzeća Nezavisne novine i Integral inženjering (koji su Nezavisne novine kasnije u potpunosti preuzele). Špekuliralo se da je SNSD utjecao na privatizaciju i da Kopanja, zahvaljujući političkim vezama, nije novčano kažnjen što nije zaposlio određeni broj radnika u *Glasu Srpske*, što mu je bila obaveza prema ugovoru o privatizaciji. Izvori su, međutim, malobrojni i prvenstveno su objavljeni na blogu novinara Slobodana Vaskovića. Dostupno na: <http://slobodanvaskovic.blogspot.com> (stranica posjećena 19. januara 2014).

2.3. Vlasnički obrasci unutar srodnih sektora: distribucija, oglašavanje, telekomunikacije

Smatra se da su marketinške prakse dva vodeća državna telekomunikacijska preduzeća – BH Telecoma i HT Mostar – politički instrumentalizirane. Postoje indicije da bi uskoro moglo doći do prijenosa vlasništva nad malim preduzećima na vodeće telekome, što bi ojačalo njihov monopolistički položaj.⁷⁸ U januaru 2014. godine, naprimjer, treće vodeće preduzeće – Telekom Srpske, u vlasništvu Telecoma Srbije (65% udjela), učestvovalo je u pregovorima oko mogućeg preuzimanja udjela u Logosoftu.

Što se tiče distribucije radiotelevizijskog sadržaja,⁷⁹ procedura izdavanja dozvole za distribuciju audio, video i radiosluga uključuje pravno obavezujuću izjavu korisnika dozvole da je stekao pravo na distribuciju određenih programa. RAK je ovlašten za praćenje da li su korisnici dozvola zaista zaključili ugovore koji im omogućavaju distribuiranje određenih programa.⁸⁰

⁷⁸ Vidjeti, naprimjer, M. Aščić, “M:tel kupuje Logosoft za 24 miliona maraka”, str. 2.

⁷⁹ Od 49 distributera TV i radioprograma, vodeći su: Telemach, d.o.o., s većinom kapitala u posjedu preduzeća Bosnia Broadband iz Luksemburga; Cable TV HS, čiji su vlasnici privatne osobe Enes Hajdarić, Jovanka Kabanica, Fadil Abaz i preduzeće “Satelit” iz Sarajeva; distributer Elta-kabel, d.o.o., čiji je vlasnik Aco Kabanica.

⁸⁰ Hrvatska Nova TV je u septembru 2013. godine izdala saopćenje da distributeri u BiH nisu ovlašteni za distribuiranje njihovog programa. RAK je reagirao i uklonio Novu TV iz Aneksa Dozvole za distribuciju audiovizuelnih medijskih usluga, nakon čega su kablovski operateri prestali s distribucijom programa Nove TV. RAK je istaknuo (u pisanom odgovoru 25. decembra 2013) da nije bilo drugih slučajeva nepoštivanja propisa o distribuciji programa, te da je u slučaju Nove TV distribucija prekinuta ubrzo nakon što je Nova TV “povukla” dozvolu datu bosanskohercegovačkim distributerima za preuzimanje njihovog signala. Međutim, Senad Zaimović, direktor marketinške agencije “Fabrika”, ističe da su ga i TV-kanali iz Hrvatske i Agencija za zaštitu intelektualnog vlasništva obavijestili da dozvola za reemitiranje njihovih programa nije bila regulirana. Vidjeti tekst: *MC Online*, “Senad Zaimović: javni RTV servisi su s pravom zabrinuti”.

Vodeće reklamne agencije također su značajni akteri na medijskom tržištu. One su djelimično u vlasništvu stranih preduzeća ili su u potpunom vlasništvu građana i/ili privrednih subjekata iz BiH, ali većina ih je dio regionalnih mreža reklamnih agencija.⁸¹ Vlasnički obrasci u ovim agencijama ne predstavljaju razlog za zabrinutost, ali je bilo određenih optužbi za finansijske zloupotrebe i prakse koje su štetne za medijsko tržište (više u poglavlju o finansijama).

Aktuelno goruće pitanje je borba za prevlast unutar sistema mjerenja gledanosti u TV-sektoru. Pored agencije Mareco Index Bosnia (MIB),⁸² koju je Udruženje medijske industrije (UMI)⁸³ angažiralo 2006. godine za prikupljanje podataka o TV-gledanosti, nedavno je na tržište ušla još jedna firma, Audience Measurement d.o.o. Kapital ovog preduzeća u potpunom je vlasništvu firme sa Kipra, Nmam Media Audience Measurement Limited. Začudo, ovu firmu nismo pronašli ni u jednoj dostupnoj bazi podataka,⁸⁴ a sumnja se da je povezana sa pojedinim medijskim

⁸¹ Vodeće su: McCann Erikson Sarajevo, čiji je vlasnik Universal media, d.o.o. Sarajevo, preduzeće u vlasništvu građanina Srbije Srdana Šapera; Direct media, d.o.o., čiji je vlasnik Multikom Group, d.o.o. Beograd (Srbija) i jednim dijelom privatna osoba Aleksandra Čuk. Ona je dio mreže preduzeća koja djeluju u jadranskoj regiji. Mita Group, d.o.o. Sarajevo, u potpunom je vlasništvu privatne osobe Mirsada Kučuka, ali je i ona dio široke mreže agencija. Communis d.o.o. je agencija u vlasništvu privatnih osoba – Ivana Stankovića iz Srbije i Zvezdane Cvijetić iz Sarajeva. Omni media, d.o.o. Sarajevo, u vlasništvu je hrvatskog građanina Nevena Čička. Vlasnik ureda SV-RSA u Sarajevu, koji spominju sekundarni izvori (ali se ne spominje u *online* registru pravosuđe.ba), jeste Neven Kulenović.

⁸² Vlasnička struktura Mareco Index Bosnia, d.o.o., sastoji se od: Balkan British Social Surveys i INDEX AD Shareholding Association iz Bugarske, D3 Systems Inc iz Austrije/SAD-a, kao i privatnih osoba – dvoje iz Austrije i troje iz BiH: Roswitha Hasslinger, Friedrich Karmasin, Aida Hadžiavdzić-Begović, Vahid Kljajić i Reuf Kljajić. Aida Hadžiavdzić-Begović je u intervjuu vođenom 19. decembra 2013. godine izjavila da vlasništvo uskoro treba biti prebačeno sa Reufa Kljajića na druge vlasnike.

⁸³ Formirano 2005. godine uz podršku USAID-a/Chemonicsa. Članovi su veći TV-mediji i reklamne agencije, koji su se udružili s ciljem osiguranja finansijskog i proceduralnog okvira za istraživanja u sektoru emitiranja. MIB je odabran na osnovu kvalifikacija i najniže ponudene cijene.

⁸⁴ Pretraživanje dostupnih baza podataka omogućili su Saša Leković i njegove kolege iz ICIJ-a (Međunarodnog konzorcija istraživačkih novinara), koji su izjavili da nikada nisu naišli na sličan slučaj.

“igračima” u BiH. Bilo to istina ili ne, indikativno je da se čini kako Institut za mjeriteljstvo BiH odnedavno stavlja Audience Measurement, d.o.o., u povlašten položaj.⁸⁵ Ovi događaji ukazuju na borbu za prevlast među ključnim akterima u marketinškom sektoru (vidjeti više u poglavlju o finansijama).

2.4. Zaključci

Nepostojanje garancija transparentnosti vlasništva nad medijima onemogućava uvid u prirodu odnosa i njihov utjecaj na integritet medija. Propis koji sprečava sukob interesa u slučaju kada državni službenik posjeduje interes u medijskoj organizaciji ne može spriječiti indirektan utjecaj na uređivačku politiku kroz prikriveno vlasništvo.

Čini se da su zakonske odredbe koje ograničavaju strano vlasništvo nad medijima podjednako neefikasne s obzirom na to da strani akter koji osnuje preduzeće u BiH može indirektno biti vlasnik čitavog medija.

Vlasnička struktura u zemlji generalno podrazumijeva velike rizike po integritet medija. Veliki dio medija koji opstaje na tržištu uprkos stalnom smanjenju prihoda mogući su indikator da ih u životu održavaju moćni poslovni i politički akteri na državnom ili lokalnom nivou u zamjenu za uređivačku poslušnost. pojedini izvori ukazuju na generalnu orijentaciju medija ka političkim sponzorima zbog pukog opstanka. Kao posljedica toga, oni koji bi trebali biti predmet temeljitog medijskog nadzora zapravo su bliski s direktorima medija ili velikim izvorima prihoda.

Određene sporne veze između medija i političkih/poslovnih aktera vidljive su u nominalnim vlasničkim obrascima koji upućuju na političke aktere ili velike

⁸⁵ Predstavnici Audience Measurement odbili su intervju za potrebe ovog istraživanja. Slično tome, do 4. marta 2014. godine nije stigao nikakav odgovor od Instituta za mjeriteljstvo BiH (zahtjev je upućen 14. decembra 2013. godine).

poslovne aktere. Vlasnički obrasci uključuju neke strane vlasnike, velike poslovne aktere i veze sa političkim strankama. U RS-u veze uglavnom vode do vladajućeg SNSD-a, što ostavlja malo prostora za političku alternativu u medijima. U Federaciji su ove veze još šarolikije, što možda pogoduje većoj političkoj raznolikosti u medijskim sadržajima. Dva vodeća dnevna lista, naprimjer, bliska su s dvjema sukobljenim bošnjačkim strankama. Međutim, žestoki sukobi među političkim akterima i njihovim saveznicima u medijima ugrožavaju integritet medija. Noviji mediji sa stranim vlasništvom, npr. novinska agencija Anadolu i u određenoj mjeri Al Jazeera Balkans, dočekani su sa dobrodošlicom kao dragocjen doprinos medijskoj raznolikosti, s mogućim višim profesionalnim i tehničkim standardima.

Sa sve većom upotrebom *online* medijskih izvora,⁸⁶ trendovi u *online* medijskom sektoru postaju sve važniji za integritet medija i donose dodatne izazove i mogućnosti. Smatra se da *online* medijski izvori generalno obećavaju pluralnije i kvalitetnije medijsko okruženje, ali je malo *online* izvora koji su cijenjeni zbog relevantnog sadržaja i alternativnih glasova. Većinu takvih medija su osnovale organizacije koje su medijski profesionalci, a finansijski su zavisni od međunarodne donatorske zajednice. *Online* mediji, međutim, donose dodatne izazove za integritet medija. Njihova netransparentnost predstavlja razlog za zabrinutost, jer pojedini *online* mediji čak nisu ni registrirani kao medijska preduzeća, tako da na svojim stranicama ne nude uvijek kontakt-podatke i osnovne informacije o sebi, i mnogi od njih ostaju van dometa samoregulatornog sistema. Također, postoje indikatori da su pojedini *online* mediji pod potpunom kontrolom političkih stranaka.

⁸⁶ Penetracija interneta je 2012. godine dostigla 57% stanovništva, tj. 551.037 pretplatnika i 2.184.500 korisnika (RAK 2013b). Od 100 ispitanih korisnika *online* medija, 17% je izjavilo da svaki dan koriste *online* medijske izvore, a 47% gotovo svaki dan, dok je samo 5% izjavilo da ne koriste *online* izvore vijesti. Isti izvor navodi da korisnici obično posjećuju *online* izvore vijesti putem linkova na društvenim medijima – gotovo petina od 100 ispitanih posjećivala je izvore vijesti isključivo putem društvenih mreža (Husejnenfendić 2012, 228).

3. OBRASCI FINANSIRANJA U MEDIJSKOM SEKTORU U BIH

Pored povezanosti vlasnika, finansijski obrasci mogu ukazivati i na sporne veze između medija i političkih/poslovnih aktera. Umjesto preuzimanja medijskog preduzeća, koje jedva može biti unosno, politički i poslovni akteri vjerovatno radije osiguravaju utjecaj kroz povremene donacije i marketinške ugovore sa ključnim medijima.

Glavne slabosti u medijskom sektoru prisutne su već godinama. Veliki broj medija se natječe za male prihode, koji proteklih godina dodatno opadaju zbog ekonomske krize. Ukupni prihodi u TV-sektoru 2012. godine iznosili su 156,5 miliona KM (80,02 miliona eura),⁸⁷ a ukupni marketinški prihodi u svim medijskim sektorima iznosili su 45,45 miliona eura (procjena reklamne agencije “Fabrika”). Mediji su sve više ovisni o sve rjeđim izvorima prihoda, naročito nakon povlačenja međunarodnih donatora i odliva marketinških prihoda iz zemlje u ruke stranih medija. Ovi uvjeti vjerovatno će ugroziti integritet medija u Bosni i Hercegovini, pri čemu će mediji žrtvovati svoju uređivačku nezavisnost, odnosno komercijalizirati svoj sadržaj kako bi osigurali prihode.

U sljedećem odjeljku razmotrit ćemo nekoliko važnih pitanja koja se odnose na finansiranje medija, među kojima su transparentnost, moguća zloupotreba finansiranja od strane vlasti, instrumentalizacija marketinških praksi javnih preduzeća i aktuelna sporenja oko mjerenja gledanosti u TV-sektoru.

⁸⁷ RAK, Analiza tržišta emitovanja u BiH, str. 11.

3.1. Transparentnost finansiranja medija

Privatni mediji ne podliježu značajnim zahtjevima u pogledu finansijske transparentnosti, osim što su obavezni prijavljivati podatke o finansijama agenciji za finansijske usluge.⁸⁸ Ove agencije za odgovarajuću naknadu pružaju podatke o završnim računima, prihodima i rashodima,⁸⁹ plaćama i broju zaposlenih, ali detaljnije podatke o prilivu sredstava i promjeni kapitala treba tražiti u posebnoj postupku i oni su dostupni samo za veće pravne osobe.⁹⁰ Finansijska transparentnost naročito je maglovita u *online* medijima koji nisu registrirani kao preduzeća.

S druge strane, emiteri u okviru javnog servisa, među kojima su RTVFBiH, RTRS i BHRT, imaju zakonsku obavezu da objavljuju godišnje poslovne i finansijske izvještaje, kao i revizorske izvještaje.⁹¹ Oni ranije nisu dosljedno poštovali ovu obavezu, ali su 2013. godine sva tri emitera ove izvještaje učinila dostupnim na svojim web-stranicama. I revizorski su izvještaji dostupni *online*, ali ih pobijaju protivvrječne izjave direktora (više u poglavlju o javnom radiotelevizijskom servisu).

⁸⁸ AFIP i FIP u Federaciji BiH i APIF u Republici Srpskoj. Većina kapitala pripada matičnom entitetu (AFIP i FIP – Federaciji BiH, a APIF – Republici Srpskoj).

⁸⁹ LRC inženjering također daje podatke na komercijalnoj osnovi, ali AFIP ga je nedavno optužio za nezakonito dolaženje do podataka i za određene nepreciznosti. Međutim, Konkurencijsko vijeće presudilo je da je AFIP zloupotrijebio dominantan položaj na tržištu. Vidjeti više na: <http://afip.ba/index.php/component/content/article?id=48&> (stranica posjećena 3. februara 2014).

⁹⁰ Obično su dostupni za veća preduzeća. Podaci se ne mogu ustupiti drugim osobama, niti dalje distribuirati ili objaviti. Vidjeti Smjernice za pristup finansijskim podacima, objavljene na: <http://afip.ba/images/materijali/PravilaOUstupanjuPodataka.pdf> (stranica posjećena 3. februara 2014).

⁹¹ Kako je predviđeno Zakonom o javnom radiotelevizijskom sistemu BiH, Zakonom o javnom radiotelevizijskom servisu BiH, Zakonom o RTVFBiH i Zakonom o RTRS, te Pravilom 57/2011 o javnim radiotelevizijskim emiterima.

Nije lako doći do podataka o finansiranju medija od strane institucija vlasti.⁹² Revizorski izvještaji koji su dostupni *online* mogu poslužiti kao izvori podataka, ali ne mogu zamijeniti pretražive baze podataka, jer se svaki dokument mora zasebno pregledati.⁹³ Pored toga, revizorski izvještaji za javna preduzeća ne objavljuju se svake godine.⁹⁴ Alternativni, mada nepotpuni izvor podataka o finansiranju od strane vlasti u periodu 2007–2011. jeste baza podataka koja sadrži iznose za 86 institucija vlasti, tj. nešto više od polovine svih javnih institucija.⁹⁵

3.2. Finansiranje od strane vlasti: sporna zavisnost od institucija vlasti

Prisutne su velike sumnje da institucije vlasti koriste finansiranje medija kao političko sredstvo. Kantonalne (u FBiH) i općinske vlasti (u FBiH i RS-u) medijima dodjeljuju sredstva bilo kroz direktno finansiranje lokalnih javnih medija bilo kroz donacije. Javni općinski i kantonalni emiteri (12 TV-stanica i 62 radiostanice) godišnje dobijaju direktna budžetska sredstva u iznosu od 15,39 miliona KM (7,87 miliona eura). Za većinu ovih medija, budžetska su sredstva nedovoljna za normal-

⁹² Ilustracije radi, odgovor (e-mail, septembar 2013) na naš zahtjev za podacima o finansijskim sredstvima koje je dodijelila Vlada RS-a bio je da se odluke koje se tiču subvencija za medije objavljuju u *Službenom glasniku Republike Srpske*. Međutim, broj svezaka *Službenog glasnika* koje bi trebalo pojedinačno pretražiti kako bi se pronašle ove odluke nemjerljivo je velik.

⁹³ Izvor: PR-službenici Revizorskog ureda FBiH i Revizorskog ureda BiH, neformalni telefonski razgovori, decembar 2013.

⁹⁴ Naprimjer, godišnje revizije se vrše svake godine za institucije na nivou FBiH, ali Ured za reviziju ima zadatak da samo povremeno daje revizorske izvještaje o javnim preduzećima, i to na osnovu uspostavljenih kriterija prioriteta.

⁹⁵ Ova je baza podataka dostupna na: <http://database.cin.ba/finansiranjeudruzenja/> (stranica posjećena 3. februara 2014).

no funkcioniranje, a među njima Televizija Kantona Sarajevo (TVSA) dobija daleko najveći iznos – oko 4 miliona KM (2,05 miliona eura) svake godine. Vlada Republike Srpske finansira medije od 2009. godine (vidjeti indikativne, ali nepotpune podatke u tabeli 7).

Tabela 7: Javno finansiranje 2007–2013.

	2007–2011.	2012.	2013.
Finansiranje od strane Vlade RS-a	8,4 miliona eura (CIN)	1,87 miliona eura (CIN)	0 * (osim redovnog finansiranja novinske agencije Srna)
Finansiranje od strane lokalnih vlasti	> 0,9 miliona eura (nepotpuni podaci)	7,87 miliona eura**	N/A

Izvor: CIN Sarajevo

* E-mail odgovor Vlade Republike Srpske

** Hadžović, E., tekst dostupan na: <http://www.media.ba> (stranica posjećena 9. januara 2014).

Napomena: Obuhvaćena je otprilike polovina institucija vlasti.

Iznenadna štedljivost Vlade RS-a u 2013. godini, kada medijima nisu dodijeljena nikakva sredstva (osim redovnog finansiranja novinske agencije Srna), može ukazivati na nepostojanje političkog interesa da vrši utjecaj na medije u neizbornoj godini. S obzirom na to da je 2014. godina općih izbora, moglo bi se očekivati povećano javno finansiranje. Naši ispitanici smatraju da javna finansijska sredstva prvenstveno služe kao sredstvo za vršenje utjecaja na uređivačku politiku i ističu da SNSD javna sredstva koristi kako bi zadržao kontrolu nad većinom medija na teritoriji Republike Srpske (Željko Raljić, časopis *Respekt*) i kako bi nagradio prijateljske medije (Suzana Mijatović, novinarka *Slobodne Bosne*). Slično tome, smatra se da su lokalni javni mediji prvenstveno vođeni interesima lokalnih vlasti.

3.3. Tržište oglašavanja: nestabilno i sve manje

Tržište je prezasićeno velikim brojem medija koji se natječu za rijetke izvore prihoda. Oglašavanje se raspodjeljuje kroz medijske sektore uz stalnu i uvjerljivu prednost TV-tržišta, koje je 2012. godine od oglašavanja imalo ukupne prihode od 55,58 miliona KM (28,42 miliona eura) (RAK 2013a, 11).

Tabela 8. Prihodi u sektoru TV-medija 2012. godine

Vrsta prihoda	Godina 2012. (KM)	Godina 2012. (euro)
Fakturirana RTV-pretplata	71,2 miliona	36,4 miliona
Prikupljena RTV-pretplata	50,8 miliona	25,97 miliona
Oglašavanje	55,58 miliona	28,42 miliona
Ukupno:	156,5 miliona	80,02 miliona

Izvor: RAK 2013a, 11.

Štampani mediji platili su najveću cijenu u procesu digitalizacije, dok su *onli-ne* mediji 2013. godine imali najveći relativni rast marketinških prihoda (anonimni pisani odgovor, decembar 2013). Dostupni izvori sugeriraju da su marketinški prihodi u opadanju kao posljedica nagomilanih efekata ekonomske krize, pri čemu je 2009. i 2010. godine došlo do pada od procijenjenih 30–35% (Senad Zaimović, IREX 2011). Negativni su trendovi vidljivi i u procijenjenim marketinškim prihodima u protekle tri godine (vidjeti tabelu 9).

Tabela 9. Procijenjeni prihodi od oglašavanja 2011–2013.

	2011. procjena (milijon eura)	2012. procjena (milijon eura)	2013.⁹⁶ procjena (milijon eura)
TV	32,57	33,79	20
Radio	2,50	2,51	2,2
Štampa	9,02	8,08	1,8
Internet	1,00	1,07	1,2
Ukupno	45,09	45,45	25,2

Izvor: reklamna agencija “Fabrika”

Glavna prepreka za malo bosanskohercegovačko tržište oglašavanja tokom godina bio je odliv marketinških prihoda na strana medijska tržišta. Umjesto očekivanog rasta tržišta, tržište se od 2003. godine dodatno smanjuje zbog sve većeg reemitiranja kanala iz susjednih zemalja, kao i globalnih sportskih, informativnih i naučnih kanala. Kako je naveo jedan od ispitanika u ovom istraživanju, trebale su biti preduzete mjere na nivou medijskih politika kako bi se zaštitilo tržište oglašavanja: “...moraju biti ograničenja u reklamnim blokovima [...] ono što se dešava jeste da se reklame naplaćuju u Beogradu, Zagrebu ili Ljubljani, a kod nas se emituje. Porezi se ne plaćaju ovdje, a konzument je bosanski. Mislim da na to treba obratiti pažnju.” (Reuf Herić, direktor Radija Q). Udruženje UMI do sada je pokušavalo zaštititi tržište davanjem jedino općih podataka o svim stranim medijima, na taj način ograničavajući upotrebu rezultata mjerenja za pojedinačne oglašavačke prakse relevantnih stranih medija (Hadžiavdić-Begović, direktorica MIB-a, intervju, 19. decembar 2013), ali je upitno da li će se ovaj sistem zadržati u budućnosti.

⁹⁶ Nešto su veće procjene jedne druge reklamne agencije – ukupno 33 miliona eura marketinških prihoda: TV 70%, outdoor 10%, online 4%.

3.4. Instrumentalizacija marketinških praksi vodećih domaćih oglašivača

Pojedini novinarski izvještaji i izjave naših ispitanika sugeriraju da postoje sporne veze među vodećim oglašivačima, političkim krugovima i drugim ključnim akterima u medijskom sektoru (npr. reklamne agencije, isporučioци podataka), koje se manifestiraju kao zloupotreba marketinških praksi za ostvarenje pojedinačnih poslovnih ili političkih interesa.

S obzirom na to da su mediji veoma ovisni o samo nekolicini vodećih domaćih oglašivača, te da vjerovatno ne mogu dozvoliti da ih izgube, njihova je uređivačka politika podložna utjecaju i pritisku ovih oglašivača i s njima povezanih subjekata. Vodeći su nacionalni oglašivači javna telekomunikacijska preduzeća BH Telecom i HT Mostar, koja su usko povezana sa političkim strankama. Zajedno sa trećim, privatiziranim telekomunikacijskim preduzećem – Telekomom Srpske, oni su među vodećim oglašivačima, naročito u sektoru štampanih medija, koji je manje privlačan stranim oglašivačima. Naprimjer, Senad Zaimović, direktor agencije “Fabrika”, objasnio je da ova reklamna agencija ne sarađuje sa javnim preduzećima iz dva razloga – zato što ta preduzeća sarađuju sa agencijama koje favoriziraju njima bliske političke strukture, te zato što “Fabrika” izbjegava saradnju sa njima kako ne bi bila politički kompromitirana (pisani odgovor, 7. januar 2014). Pojedini izvori navode da političke stranke kontroliraju oglašivačke prakse kroz imenovanja direktora javnih preduzeća, tako da kada, naprimjer, javno preduzeće “započne petomilion-sku kampanju [...] direktor će dva miliona preusmjeriti u štabove političkih stranaka, za sljedeće izbore” (Samra Lučkin, direktorica agencije “Boram”, konferencija OSCE-a, septembar 2013).

Tabela 10. Vodeći oglašivači u 2012. godini

TV-sektor			
	Oglašivač	Marketinška sredstva (KM)	Marketinška sredstva (euro)
1	Beiersdorf AG Hamburg	34.233.575	17.503.349
2	Procter & Gamble	30.400.775	15.543.669
3	Agrokor	27.521.124	14.071.327
4	Henkel & Schwarzkopf	27.204.850	13.909.619
5	Coca-Cola Company	23.623.004	12.078.250
6	Atlantic Group	18.611.750	9.516.037
7	L'Oreal	17.953.442	9.179.449
8	Ferrero	15.963.488	8.162.002
9	Telekom Srpske	15.133.979	7.737.881
10	Unilever	12.336.460	6.307.532
11	Podravka	8.869.768	4.535.040
12	Wrigley	8.239.934	4.213.011
13	Zglobex	8.083.733	4.133.147
14	Lek Sandoz	7.927.291	4.053.159
15	Mars Incorporated	7.344.655	3.755.262
16	BH Telecom	6.666.267	3.408.408
17	Ministarstvo poljoprivrede ... (FBiH)	6.410.943	3.277.863
18	InterEx	6.011.655	3.073.710
19	Johnson & Johnson	6.002.380	3.068.968
20	Mercator	5.837.197	2.984.511

Dnevni listovi			
	Oglašivač	Marketinška sredstva (KM)	Marketinška sredstva (euro)
1	Telekom Srpske	1.341.901	686.103
2	Agrokor	1.046.987	535.316
3	BH Telecom	585.365	299.292
4	HT Mostar	440.389	225.167
5	Mercator	425.985	217.803

Časopisi			
	Oglašivač	Marketinška sredstva (KM)	Marketinška sredstva (euro)
1	Telekom Srpske	531.861	271.936
2	BH Telecom	461.334	235.876
3	Agrokor	385.520	197.113
4	TV 1	284.334	145.378
5	Procter & Gamble	207.864	106.279

Izvor: MIB, AD indeks 2012.

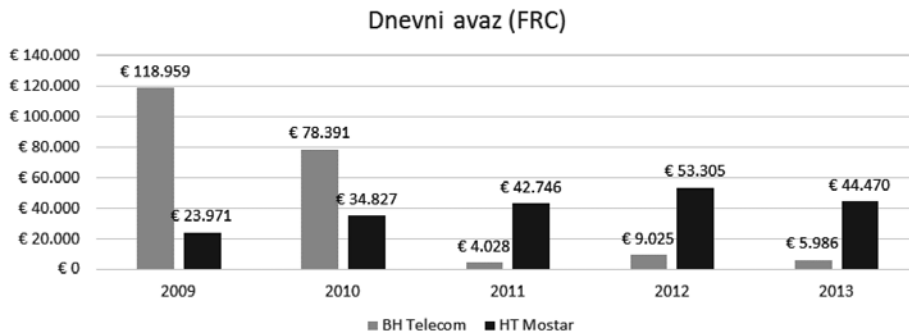
Napomena: FRC vrijednosti (skraćena od "full rate card") su izračunate na osnovu osnovnih cjenovnika (stvarne cijene mogu biti snižene).

BH Telecom⁹⁷ je 2012. godine na reklamiranje potrošio otprilike 3,94 miliona eura (MIB, AD indeks; FRC vrijednosti). Smatra se bliskim stranci SDA. Jedan

⁹⁷ Kao što je prikazano u tabeli 10, Telekom Srpske uložio je mnogo više sredstava u reklamiranje 2012. godine u poređenju sa dva javna telekoma. Telekom Srpske je privatiziran 2006. godine, a njegov je većinski vlasnik sada Telekom Srbije (65% dionica). Smatra se da je drugo javno preduzeće, Elektroprivreda, povezano sa SDP-om. Zbog ograničenja ovog istraživanja, oglašivačke prakse ovih preduzeća neće se dalje razmatrati.

od ispitanika u ovom istraživanju smatra da su političke veze vidljive u oglašivačkim praksama u sektoru štampanih medija: “SDA je zabranio svako reklamiranje u *Dnevnom avazu*, zbog čega u *Dnevnom avazu* nema BH Telecoma” (Selvedin Avdić, *Žurnal*). Uistinu, prihodi *Dnevnog avaza* od oglasa BH Telecoma drastično su smanjeni 2010. i 2011. godine, tj. u periodu koji se podudara sa političkim angažmanom vlasnika *Dnevnog avaza*. Isti je trend nastavljen 2012. i 2013. godine (vidjeti dijagram 1).⁹⁸

Dijagram 1: Približni prihod *Dnevnog avaza* od oglašavanja BH Telecoma i HT-a Mostar



Izvor: AD indeks, MIB

Također se tvrdi da određene oglašivačke prakse imaju za cilj donošenje nezakonite finansijske koristi za pojedine aktere. *Slobodna Bosna* je izvještavala o navodnim nezakonitim oglašivačkim praksama javnog telekoma HT Mostar, koje

⁹⁸ Vrijednosti su indikativne, ali ne omogućavaju da se dođe do jasnih zaključaka o tendencioznim motivima u ovom smislu.

se sastoje od preuveličanih marketinških ugovora sa reklamnim agencijama iz Sarajeva i Zagreba, kao način pranja novca u korist direktorâ HT-a Mostar i s njima povezanih reklamnih agencija i medija.⁹⁹ Finansijske transakcije HT-a Mostar proteklih godina također se tumače kao način osiguranja kontrole SDP-a (kao i HSP-a i HDZ-a 1990) nad uređivačkom politikom FTV-a, ali se od početka 2011. godine HT Mostar vezuje uz Hrvatsku demokratsku zajednicu (HDZ).¹⁰⁰

U novijem izvještaju Hervinga G. Hoelera, Blaža Zgaga i Esada Hećimovića ističe se da su ovaj slučaj istraživale vlasti Slovenije, Austrije i BiH, ali da nalog za pokretanje krivične istrage koji je izdat u oktobru 2013. godine u BiH još uvijek, iz tehničkih razloga, nije potpisan u Kantonalnom tužilaštvu u Mostaru. U međuvremenu, iste osobe i dalje se nalaze na vodećim položajima u ovim preduzećima.¹⁰¹ Pojedini medijski izvještaji sadrže optužbe i protiv marketinške agencije SV-RSA, zbog navodnih nezakonitih poslovanja sa HT Eronetom, ali drugi izvor tvrdi da je SV-RSA tendenciozno napadnuta zbog svoje istaknute uloge na tržištu oglašavanja i da “Medijska haranga organizirana od strane televizije OBN interpretira da SV-RSA favorizira FTV/BHRT/RTRS, i računa da će eliminacijom SV-RSA iz procesa

⁹⁹ Direktori članica Mreže plus – ATV, Hayat, TV Oscar C, TV Tuzla i Pink BiH. Vidjeti, naprimjer, tekst A. Metiljevića pod naslovom “Dok SIPA traga za milionima eura koje je ‘oprao’ Darko Aleksić, direktorica ATV-a Nataša Tešanović traga za – donacijama”, koji je *Slobodna Bosna* objavila 10. novembra 2011, str. 4, gdje se tvrdi da je Darku Aleksiću, jednom od vlasnika ATV-a, naprimjer, plaćeno 440.127 eura i da je učestvovao u pranju 1,94 miliona eura.

¹⁰⁰ Za to vrijeme, marketinška agencija SV-RSA bila je angažirana u izornoj kampanji SDP-a 2010. godine, što također ukazuje na veze između vlasnika ove agencije Nevena Kulenovića i SDP-a (Suzana Mijatović, novinarka *Slobodne Bosne*, intervju, 12. januar 2014). Izvor: M. Fazlić, “Milionski profit HT Eroneta izvučen preko marketinških agencija zagrebačkog ‘Digitela’ i sarajevsko-beogradske agencije SV-RSA, koju vodi marketinški mešetar Neven Kulenović”.

¹⁰¹ Vidjeti više u tekstu “ERONET: Mi pokrivamo sve” Hervinga G. Hoelera, Blaža Zgaga i Esada Hećimovića, rezultatu istraživačkog novinarskog projekta, koji je podržao SEE Media Observatory i koji je objavljen u *Slobodnoj Bosni*, 23. januara 2014, str. 32–36. Treba napomenuti da je Hećimović urednik na OBN televiziji i da nije novinar *Slobodne Bosne*, ali je ovaj tekst objavljen u tom časopisu.

oglašavanja budžete uspjeti da kanalizira na vlastitu televiziju”.¹⁰² Slično tome, izvještaji pojedinih medija 2009. godine, naprimjer, ukazivali su na moguće sporne odnose reklamne agencije “Via Media” sa BH Telecomom, ali se o tome ne mogu izvući nikakvi definitivni zaključci.¹⁰³

Jedna od naših sagovornica istakla je da saradnja između pojedinih reklamnih agencija i političkih stranaka ukazuje i na moguće zajedničke interese. Jedan takav primjer za koji naša sagovornica smatra da sugerira kontroverzne veze jeste izborna kampanja koju je za SDP (na općinskim izborima 2012. godine) vodila agencija SV-RSA (Suzana Mijatović, novinarka *Slobodne Bosne*, intervju, 12. januar 2014).¹⁰⁴

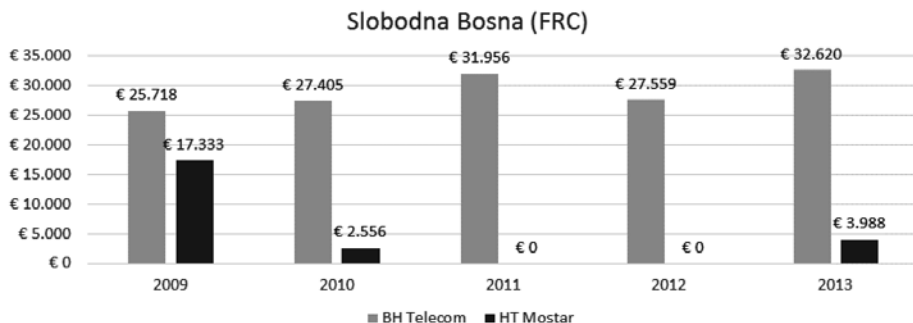
Nekoliko ispitanika smatra da bi kritičko izvještavanje o vodećim oglašivačima vjerovatno imalo direktne posljedice na finansije datog medija. Naprimjer, broj oglasa HT-a Mostar u *Slobodnoj Bosni*, te shodno tome marketinški prihodi novina, drastično su smanjeni 2010. godine, da bi na kraju pali na nulu tokom sljedeće dvije godine (vidjeti dijagram 2). Novinarka *Slobodne Bosne* Suzana Mijatović misli da je ovo direktna posljedica njihovog kritičkog izvještavanja: “Onog trenutka kada smo mi počeli da pišemo o marketinškoj agenciji SV-RSA... o njihovim spornim marketinškim ugovorima sa javnim preduzećima – recimo najdrastičniji primjer je HT Mostar – ...nakon objavljivanja teksta, saradnja [koja je već bila dogovorena] automatski je povučena, otkazana” (telefonski intervju, decembar 2013).¹⁰⁵

¹⁰² Kontaktirali smo OBN radi intervju, ali od njegovih direktora nismo dobili konačan pozitivan odgovor.

¹⁰³ Vidjeti, naprimjer, M. Dedajić, “Pod lupom revizorski izvještaji za 2007. i 2008.”

¹⁰⁴ Agenciji SV-RSA smo 5. marta 2014. godine uputili zahtjev za intervju, ali nismo dobili pozitivan odgovor.

¹⁰⁵ Slično tome, Mijatović je kazala da *Slobodna Bosna* nikada nije potpisala marketinške ugovore sa Javnim preduzećem “Elektroprivreda BiH” nakon kritičkog izvještavanja o tom preduzeću.

Dijagram 2: Prihodi *Slobodne Bosne* od BH Telecoma i HT-a Mostar

Izvor: MIB, AD indeks

Gore navedeno samo je jedan primjer onoga što se smatra općim obrascem ekonomskih pritisaka na medije i marginalizacije medija koji su kritični prema određenim centrima moći.

Nekoliko ispitanika u ovom istraživanju bilo je svjedokom direktnih pokušaja potkupljivanja medija. Jedan je od njih rekao: “Nama su nekoliko puta ponuđene reklame da bismo prestali pisati o određenim temama. Jasno vam je kako smo odgovorili kada pogledate da nemamo reklama” (Selvedin Avdić, *Žurnal*). Moćna pozicija ovih oglašivača, ojačana političkim strukturama, direktorima medija ostavlja malo izbora. Kako je prethodni vlasnik *BH Dana* izjavio 2009. godine:

“Mi smo sada u *Danima* u situaciji da su nam bitnije tri stranice prodatih oglasa, nego 5000 novih čitalaca po broju. Možete li zamisliti taj apsurd? [...] surovo je gledati šta imamo od oglasa [...] Neke nemamo jer nisam spreman na kompromise. Zna se koji su oglašivači ovdje najveći. Dva, tri naša teksta o FDS-u [Fabrics duhana], BH Telecomu, Bosnalijeku [farmaceutskoj firmi] da se nisu objavila, čitaoci možda to i ne bi primijetili, a mi bismo mogli da

namirimo budžet za godinu dana. Sve ima svoju cijenu i ne bih volio da ovo shvatite kao žalopojku ali to je naš izbor.” (Senad Pećanin, *Oslobođenje*, 3. oktobar 2009).

Godinu dana kasnije, časopis *BH Dani* je prodat porodici Selimović, ilustrirajući time da mediji koji su vjerni misiji služenja javnosti hodaju po tankom ledu.

Bilo je nekoliko slučajeva kada su institucije vlasti uložile značajna sredstva u kampanje o temama iz svoje nadležnosti, što je ocijenjeno kao promocija političkih stranaka ministara. Posljednji slučaj takve prakse viđen je 2012. godine kada je Ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva FBiH potrošilo oko 6,41 milion KM (3,28 miliona eura) na televizijske reklame i 171.782 KM (87.831 euro) na reklame u štampanim medijima, čime je po visini uloženog novca postao 17. najjači oglašivač u TV-sektoru 2012. godine (izvor: MIB, AD indeks, FRC vrijednosti). Kampanja pod nazivom “Kupujmo domaće” imala je za cilj promociju domaće poljoprivrede, ali je umjesto toga ocijenjena kao zloupotreba javnih sredstava u svrhu promocije jedne političke stranke. Pored toga, Ministarstvo se našlo na meti kritika zbog nepoštivanja procedura o javnim nabavkama i raspodjele sredstava agencijama i medijima na osnovu njihovih veza sa Ministarstvom i sa strankom ministra – Narodnom strankom “Radom za boljitak”. Transparency International BiH također je osudio trošenje javnih sredstava na kampanju “Nije kasno za bolji život”, koju su 2010. godine podržali Ministarstvo energije, rudarstva i industrije FBiH i Javno preduzeće “Elektroprivreda BiH”, kazavši da ona predstavlja promociju Stranke za BiH uoči izbora. Prije toga, promotivni video Vlade Republike Srpske pod nazivom “Ponosni na Srpsku” ocijenjen je kao pre-naglašavanje uspjeha stranke SNSD.¹⁰⁶

Ovi sporni odnosi i prakse predstavljaju velik rizik po integritet medija u BiH. Marketinški prihodi nezavisnih medija, koji su kritični prema strukturi na vlasti, izuzetno su rijetki. Kako je istakao jedan od naših ispitanika, zlatni dani bosansko-hercegovačkog novinarstva davno su prošli zbog beskrupulozne jagme za oglašava-

¹⁰⁶ Izvor: CIN, “Srcem na izbore i u kupovinu domaćih proizvoda”.

vanjem i za publikom, koja daje prednost komercijalnim sadržajima i zato: “Borba postaje sve prljavija” (Selvedin Avdić, *Žurnal*).

3.5. Mjerenje čitanosti, slušanosti i posjećenosti kao aktuelno bojno polje

Sistem mjerenja čitanosti, slušanosti i posjećenosti štampanih, radio i *online* medija daleko je od idealnog, a među akutnim problemima su nezainteresiranost direktora medija i nedovoljni budžeti u ovom sektoru za finansiranje kvalitetnog mjerenja. Vodeći štampani mediji nikada nisu pokazali interes da učestvuju u mjerenju tiraža zbog nedostatka sredstava, a moguće i da bi prikrili niske brojke. Samo nekoliko štampanih medija (*Press*, *Blic*, *Ljepota i zdravlje*, *Šik* i *Sport centar*) učestvuje u mjerenjima koja vrši *Audit Bureau of Circulations* (ABC). Mareco Index Bosnia (MIB) daje podatke o upotrebi štampanih medija i radioemitera na osnovu metode dnevnika. Kako je jedan od naših ispitanika istakao, metoda dnevnika podložnija je manipulaciji, te je manje zadovoljavajuća naročito za strane oglašivače (Reuf Herić, direktor Radija Q, intervju, 8. januar 2014).

Pored podataka koje pružaju Alexa i Google, *online* mediji koriste mjerenja agencije *Gemius Audience*.¹⁰⁷ Iako mjerenja Gemiusa pružaju potpunije podatke o ponašanju i demografskim karakteristikama korisnika, što može omogućiti optimizaciju reklamnih kampanja,¹⁰⁸ ne učestvuju svi vodeći *online* mediji u ovom si-

¹⁰⁷ Gemius Audience je globalna firma sa sjedištem u Poljskoj i sa 17 ureda, od kojih su dva u susjednim zemljama, a koja djeluje širom Evrope. Gemius je saradivao sa jednim preduzećem iz BiH – Valicon (većinski kapital u vlasništvu slovenačke firme Valicon d.o.o. i privatne osobe Ismira Omeragića) do 2012. godine, kada je oko 100 različitih web-stranica bilo obuhvaćeno istraživanjem.

¹⁰⁸ Pored toga, iako se korisnik u poretku ne prepoznaje kao jedinstveni korisnik ukoliko pristupa sa različitih lokacija, zbog čega eventualno barata nerealnim brojevima, sistem mjerenja GA uzima u obzir podatke sa terena i očekivano je mnogo pouzdaniji (telefonski razgovor, decembar 2013).

stemu mjerenja.¹⁰⁹ Kako je istakao naš sagovornik, razlozi su nezainteresiranost i nezadovoljstvo rezultatima mjerenja, ali ni politički motivi nisu isključeni (Jasmin Marić, Valicon, u telefonskom razgovoru vođenom u decembru 2013. godine).

U ovom trenutku najveća borba vodi se oko mjerenja TV-gledanosti. Udruženje UMI angažiralo je agenciju Mareco Index Bosnia (MIB) za isporučivanje podataka o gledanosti u sektoru emitiranja. Glavne su prednosti prethodnog, jedinstvenog sistema mjerenja to što su ga neko vrijeme prihvatili svi, što je bio finansijski održiv, te što je vlasnik podataka bio UMI. Jedan od naših ispitanika istakao je da je UMI dao doprinos razvoju tržišta s obzirom na to da je izbalansirao interese aktera koji se natječu na tržištu (pisani odgovor, 21. mart 2014). Međutim, unutar UMI-ja pojavila su se neslaganja i pojedini su članovi počeli dovoditi u pitanje pouzdanost MIB-ovog sistema mjerenja. Nesporazumi su kulminirali kada su dva velika emitera – BHRT i OBN – 2011. godine istupili iz udruženja. Aida Hadžiavić-Begović, direktorica MIB-a, rekla je da je MIB od 2011. godine žrtva negativnih kampanja koje vode TV-stanice i štampani mediji (TV1, OBN i *Slobodna Bosna*), a koje dovode u pitanje postupak mjerenja, što je praćeno i inspekcijskim pregledom MIB-a i pokušajima lociranja domaćinstava obuhvaćenih istraživanjem publike.¹¹⁰ Prema njenom mišljenju, cilj je ovih pritisaka bio “da se raspadne medijska industrija i da se napravi... jedna maglovita situacija na tržištu gdje bi neko sigurno trebao profiti-

¹⁰⁹ Naprimjer, *Dnevni avaz* trenutno nije obuhvaćen sistemom mjerenja.

¹¹⁰ Hadžiavić-Begović kaže da su mediji (naročito *Slobodna Bosna*) tendenciozno pisali o inspekcijama u MIB-u i o MIB-ovom navodnom odbijanju da se podvrgne reviziji sistema mjerenja, dok je zapravo problem bio nedostatak sredstava za takvu reviziju, te da nisu objavili MIB-ove odgovore. Hadžiavić-Begović također navodi da je jedna od inspekcija tražila od MIB-a da otkrije podatke o domaćinstvima obuhvaćenim sistemom mjerenja. S obzirom na to da bi se to kosilo sa principima medijskog istraživanja, MIB je umjesto toga ponudio da testira brojeve na opremi za mjerenje bez otkrivanja podataka o domaćinstvima. Pored toga, jedno je domaćinstvo obavijestilo MIB da su neki ljudi bili na terenu i pokušavali pronaći domaćinstva obuhvaćena istraživanjem i zamijeniti opremu za mjerenje, nakon čega je MIB uveo dodatni mehanizam zaštite podataka. U ovim inspekcijama nisu utvrđene nikakve značajne greške u radu (zaključci inspekcije, istraživački arhiv).

rati”. Hadžiavdić-Begović oklijeva da imenuje aktere koji stoje iza ovih pritisaka, ne samo zato što ih je teško identificirati, već i zato što bi njihovo imenovanje, kako je kazala, “moglo dovesti mene u opasnost, moju porodicu, moju firmu”.

U međuvremenu je na tržište ušao novi isporučilac podataka o publici – Audience Measurement d.o.o. (AM) – i mediji su počeli potpisivati pojedinačne ugovore sa jednim ili oba isporučioca. UMI, koji je ranije bio vlasnik podataka, sada je izgubio svoju ulogu, što je potaknulo strah da će, zbog nepostojanja krovne institucije koja bi (u teoriji) osigurala legitimnost ovog postupka, mnoštvo pojedinačnih ugovora između medija i isporučilaca istraživanja publike otvoriti mogućnost da rezultati istraživanja publike budu skrojeni u skladu sa potrebama najjačih aktera na tržištu. Drugi ispitanik se slaže da je UMI sprečavao zloupotrebe na tržištu i da je zbog toga udruženje “moralo da bude diskreditovano... da bi se otvorio prostor drugim interesnim sferama. [...] procijenjena godišnja vrijednost mjerenja kreće se oko 1,50 milion KM [...] u narednom petogodišnjem periodu [će] biti oprihodovano cca. 8-10 miliona KM [...] radi se o veoma respektabilnim iznosima” (pisani odgovor, 21. mart 2014). Borba za prevlast prenesena je i na nivo medijskih politika. Institut za mjeriteljstvo BiH 2012. godine unio je izmjene u podzakonske propise o mjeriteljstvu, propisujući da opremu za mjerenje TV-gledanosti treba certificirati ovlaštena laboratorija.¹¹¹ Ono što je sporno jeste to što se laboratorija koja je ovlaštena za certificiranje opreme nalazi u vlasništvu Audience Measurement d.o.o., što znači da ona provjerava vlastitu opremu za mjerenje. Naročito je problematično to što ovlaštena laboratorija ima ekskluzivna prava na korištenje softvera Pollux

¹¹¹ U nekoliko zemalja Evrope, među kojima su Španija, Češka, Srbija i Makedonija, *peoplemetri* nisu obuhvaćeni certificiranjem koje vrše institucije za mjeriteljstvo (izvor: odgovori institucija za mjeriteljstvo poslani MIB-u; direktorica MIB-a je odgovore prosljedila Mediacentru; pohranjeni u projektnoj arhivi). S druge strane, naprimjer, AGB Nielsen u Sloveniji morao je dobiti atest za opremu i certifikat od Slovenačkog instituta za kvalitet i mjeriteljstvo, na osnovu kojih je nadležno ministarstvo donijelo odluku da dozvoli korištenje opreme (izvor: e-mail odgovor od AGB Nielsen Media Research, Slovenija, januar 2014, istraživačka arhiva).

u procesu provjere, koji je kompatibilan sa samo jednim sistemom mjerenja i ne može se koristiti za certificiranje opreme koju koristi MIB. S druge strane, upotreba softvera za konverziju koji bi omogućio čitanje podataka u MIB-ovom sistemu nije moguća, jer bi to podrazumijevalo otkrivanje poslovnih tajni.¹¹²

Dodatni problematični elementi nedavnih događanja (uglavnom utvrđeni na osnovu informacija MIB-a, jer nisu bili dostupni alternativni izvori) su sljedeći:

- Indikativne proceduralne manjkavosti – mandat Vijeća Instituta istekao je u vrijeme ovih izmjena, a oprema koju koristi AM certificirana je čak i prije nego što je laboratorija ovlaštena za vršenje provjere.
- Ovo pitanje nije suštinski problematizirano prije nego što je donesena odluka; nisu razrađeni argumenti koji ukazuju na to da je certificiranje potrebno ili da je legitimno u ovom obliku.
- Direktor Instituta za mjeriteljstvo obratio se klijentima MIB-a (i prije nego što je kontaktirao MIB), tražeći od njih da raskinu saradnju sa MIB-om, čime je prekoračio svoj mandat.
- Pažnja je pogrešno usmjerena na opremu za mjerenje, koja predstavlja samo tehnički element sistema mjerenja, dok se legitimnost istraživanja zapravo može potvrditi jedino kroz nezavisne revizije, čime bi se, između ostalog, ustanovilo da li oprema radi kako treba, da li softver daje ispravne proračune, da li je utvrđivanje uzoraka domaćinstava u skladu sa metodološkim normama i da li baza podataka odgovara podacima dobijenim kroz posjete domaćinstvima.

MIB je podnio žalbu Konkurencijskom vijeću BiH, kojem je trebalo više od dva mjeseca da odluči da žalbu treba uzeti u razmatranje i da otvori istragu o tome da li je Institut za mjeriteljstvo nametnuo nezakonita ograničenja na tržištu. Međutim, Vijeće nije suspendiralo prethodnu odluku Instituta (saopćenje za štampu Konkurencijskog vijeća, 22. januar 2014). Državna agencija za istrage i zaštitu (SIPA) je u

¹¹² Izvor: Aida Hadžiaović-Begović, direktorica MIB-a.

martu 2013. godine primila žalbu i prosljedila je RAK-u, a obje su institucije izjavile da ova pitanja nisu u njihovoj nadležnosti. Hadžiavić-Begović smatra da postoje elementi zloupotrebe ovlaštenja od direktora Instituta za mjeriteljstvo, tako da je MIB obavijestio Tužilaštvo o ovom slučaju.¹¹³

Iako su neki od naših ispitanika naveli da se podaci o TV-publici dva isporučio ova informacija trenutno podudaraju,¹¹⁴ još uvijek se ne zna kakav će biti ishod ovih žestokih borbi i kako će to utjecati na tržište.

3.6. Dobri primjeri finansiranja medija

Malobrojni mediji čija struktura finansiranja omogućava uređivački integritet su *online* medijski izvori, koji se oslanjaju na podršku donatorske zajednice. Uz već spomenute časopise, *Žurnal* (Sarajevo) i *Buku* (Banja Luka), pozitivan je primjer i Centar za istraživačko novinarstvo (CIN), koji je registriran kao udruženje i čiji su osnivači Leila Bičakčić, Drew Sullivan i Don Pine.¹¹⁵ Centar se finansira donacijama raznih međunarodnih donatora sa sjedištem u BiH, regiji i šire. Većina donacija namijenjena je konkretnim projektima i traje od jedne do tri godine, a samo manjina predstavlja temeljnu podršku čiji je cilj održivost i jačanje kapaciteta, ali sredstva su ipak relativno stabilna. Indikator uspjeha CIN-a je sama činjenica da godinama

¹¹³ Vidjeti saopćenja za štampu MIB-a na: <http://www.mib.ba/01e.asp> (stranica posjećena 25. januara 2014). Fondacija Mediacentar pokušala je dogovoriti intervju sa predstavnicima preduzeća Audience Measurement i Instituta za mjeriteljstvo, ali preduzeće nije željelo odgovoriti na zahtjev, dok je Institut zatražio zvanični, pismeni zahtjev. Zahtjeve smo podnijeli početkom decembra 2013. godine, ali još uvijek nismo dobili nikakav odgovor.

¹¹⁴ Adnan Bilal, direktor za marketing RTVFBiH, Senad Zaimović, direktor reklamne agencije “Fabrika”.

¹¹⁵ Ostali zaposleni u CIN-u su članovi Skupštine CIN-a, plus Upravni odbor od sedam članova iz Evrope i SAD-a.

raste interes za prenošenje CIN-ovih priča. Kako je kazala Bičakčić: "...danas skoro pa svi mediji u BiH i značajan broj u regionu objavljuju CIN-ove priče..."¹¹⁶

Ipak, činjenica da većina pozitivnih primjera integriteta medija zavisi od donatorske pomoći namijenjene konkretnim projektima donekle je zabrinjavajuća, jer dovodi u pitanje njihovu dugoročnu održivost. CIN razmatra mogućnost buduće komercijalizacije pristupa svom sadržaju kako bi osigurao stalne prihode, ali je za sada pristup potpuno besplatan.

3.7. Zaključci

Zbog finansijske krize i odliva prihoda od oglašavanja na strana medijska tržišta, već osiromašeno tržište oglašavanja, prezasićeno medijima, dodatno propada. Broj medija, međutim, nije se smanjio tokom godina, ali zato njihov opstanak može uključivati rizike po integritet medija zbog strategija smanjivanja troškova i kompromitiranih izvora prihoda, budući da ove prakse ne pogoduju kvalitetnom, društveno značajnom i nezavisnom novinarstvu. Oglašivačke prakse očekivano su narušene kako bi više odgovarale interesima određenih grupa, kroz razne vrste spornih odnosa među oglašivačima, reklamnim agencijama, medijskim organizacijama i političkim strukturama. Sporni odnosi podrazumijevaju uvjetovanje dodjele javnih sredstava lojalnošću medija prema institucijama vlasti, kao i nelegitimne oglašivačke prakse vodećih domaćih oglašivača. Sumnja se da vlasti (lokalne vlasti i Vlada Republike Srpske) finansiraju medije kako bi kupili njihovu podršku, naročito u vrijeme posebne potrebe, kao što su izbori. Neprivatizirani kantonalni i općinski emiteri vjerovatno su pod najdirektnijim utjecajem lokalnih vlasti s obzirom na to da ne postoje čak ni formalne garancije uređivačke nezavisnosti.

¹¹⁶ Prema pismenom odgovoru Leile Bičakčić, januar 2014.

Javna preduzeća se smatraju bliskim određenim političkim strankama, a ocjenjuje se da se njihove oglašivačke prakse koriste kao sredstva za partikularne političke ili poslovne interese. Mediji koji prkose određenim političkim struktura vjerovatno će biti žrtve diskriminacije, tj. bit će kažnjeni povlačenjem oglasa ili će im biti ponuđeni oglasi u zamjenu za prestanak kritičkog izvještavanja. Pojedini izvori također navode da se koriste lažni marketinški ugovori za izvlačenje novca iz vodećih oglašivača u džepove njihovih direktora, reklamnih agencija i medijskih kuća.

Aktuelna sporenja oko mjerenja gledanosti predstavljaju borbu za prevlast u cilju stjecanja odlučujućeg utjecaja nad sistemom mjerenja gledanosti. Čini se da su interesi industrije u cjelini – osiguranje pouzdanog sistema mjerenja – ostali u pozadini i postali žrtve pojedinačnih interesa.

Dodatni razlog za zabrinutost je činjenica da javni servisi uzimaju neumjesno velik dio prihoda od oglašavanja, čime ugrožavaju svoju misiju služenja javnosti a istovremeno ograničavaju prihode u privatnom medijskom sektoru (više o ovome u poglavlju o javnom radiotelevizijskom servisu).

4. JAVNI RADIOTELEVIZIJSKI SERVISI

Političke elite nakon rata u BiH nisu se spremno povinovale zahtjevima međunarodne zajednice da izvrše transformaciju državnih emitera u zajednički sistem javnog radiotelevizijskog servisa. Visoki predstavnik je na kraju objavio nekoliko odluka kojima je 1999. godine uspostavio državni javni RTV-servis (današnji BHRT), a 2002. godine postavio zakonski okvir za javni RTV-servis. Sistem javnog RTV-servisa u Bosni i Hercegovini odražava složene ustavne aranžmane u zemlji i sastoji se od tri javna emitera:

- emitera na državnom nivou, a to je Radiotelevizija Bosne i Hercegovine (BHRT), koji obuhvata BHTV1 i BH Radio 1;
- Radiotelevizije Federacije BiH (RTVFBiH), sa jednim TV-kanalom (FTV) i jednim radiokanalom (Radio Federacije BiH);
- Radiotelevizije Republike Srpske (RTRS), koja se sastoji od jednog TV i jednog radiokanala.

Pod pritiskom Evropske komisije i OHR-a, 2005. godine usvojeni su novi zakoni o javnoj radioteleviziji (uključujući Zakon o javnom RTV-sistemu BiH i Zakon o javnom RTV-servisu BiH), kojima se uređuju odnosi među tri javna emitera i zahtijeva uvođenje zajedničke organizacijske jedinice – korporacije javnih RTV-servisa u BiH. Korporacija, međutim, nikada nije uspostavljena. Prisutno je snažno političko uplitanje, a i međuetničke podjele prenose se u sferu javne radiotelevizije. Politička podijeljenost očituje se u činjenici da publika različite nacionalnosti preferira različite emitere, dok u slučaju hrvatske etničke grupe postoji snažno uvjerenje da su njihovi interesi sasvim zanemareni u okviru postojećeg sistema javne radiotelevizije. Pored političkih opstrukcija, prisutan je i problem složene strukture, neefikasnog poslovanja, te zanemarivanja interesa javnosti.

4.1. Javni servis kao kolateralna šteta različitih političkih interesa

Mark Thompson je nedavno javni servis u Bosni i Hercegovini nazvao “najobeshrabrujućim” slučajem javnog radiotelevizijskog servisa u regiji.¹¹⁷ Najštetniji faktor je politizacija javnog servisa. Političke elite negativno utječu na javne servise na tri glavna nivoa: pokušavaju osigurati utjecaj na uređivačku politiku i rad ovih emitera, opstruiraju potpunu reformu javnog servisa, te utječu na javni diskurs o javnom servisu u zemlji.

Težnje političkih elita da utječu na javni radiotelevizijski servis manifestiraju se kroz politizirane procedure imenovanja struktura upravljanja. Kao posljedica toga dovede se u pitanje kredibilitet i stručnost članova upravnih odbora javnog servisa. Postoje određene mjere zaštite protiv sukoba interesa,¹¹⁸ ali, u praksi, interesi vladajućih političkih stranaka određuju imenovanja članova odbora.¹¹⁹ Glavni su kriteriji kojima se oni rukovode nacionalni princip i političke veze, dok se zanemaruju stručnost i iskustvo kandidata. Kako su odbori politizirani, od njih se ne može očekivati da reagiraju na uređivačku pristrasnost za koju se ovi emiteri optužuju. Slično tome, pošto su nedovoljno stručni, od odbora se ne može očekivati da poboljšaju rad javnih servisa.¹²⁰

¹¹⁷ Na konferenciji o rezultatima intervencije međunarodne zajednice u regiji koju je organizirala Analitika, Sarajevo, oktobar 2013.

¹¹⁸ U upravnim odborima ne mogu biti zvaničnici vlasti, članovi političkih stranaka, zaposleni u javnom servisu ili drugim preduzećima koja se bave emitiranjem itd. Međutim, zabrana sukoba interesa ne uključuje druge oblike mogućih interesa u preduzećima vezanim za medije (kao što su indirektno veze, udjeli u kapitalu itd). Zaštita protiv neopravdanih otkaza djelimično se predviđa kroz zahtjev za navođenjem osnova za otpuštanje članova odbora i direktora, ali ova tri zakona ne predviđaju postupak žalbe i na taj način ne nude veliku zaštitu protiv politički motiviranih otkaza u entitetskim parlamentima.

¹¹⁹ Vidjeti ranije navedenu napomenu 32.

¹²⁰ Uloga upravnog odbora obuhvata zaštitu interesa javnosti u smislu emitiranog programa, te nadgledanje ukupnih poslovnih rezultata i korištenja imovine emitera.

Kako smatra jedan od ispitanika u ovom istraživanju, članovi odbora uglavnom su “ne-kompetentni ljudi, koji rade (ili ne rade) prema instrukcijama političkih stranaka” (Zija Dizdarević, novinar, intervju, 8. juli 2013). Političko uplitanje u imenovanja naročito je bilo očito 2012. godine kada je Parlament FBiH pokušao imenovati novi Upravni odbor RTVFBiH. Navodno zbog slabih poslovnih rezultata RTVFBiH, Parlament je raspustio tadašnji Upravni odbor i postavio privremeni Upravni odbor u junu 2012. godine, te raspisao konkurs za nove članove. To bi se i moglo prihvatiti kao opravdani otkaz da te aktivnosti nisu bile tako nagle i da nisu zanemarene norme koje predviđaju da se godišnje može imenovati samo jedan član odbora. Ovo se desilo u trenutku kada se činilo da se FTV udaljio od percipiranog povlaštenog tretmana SDP-a 2012. godine. No, ova je inicijativa napuštena u novembru 2012. godine nakon snažnih reakcija međunarodne zajednice, nevladinih organizacija i medija.¹²¹

Polarizacija na entitetskoj osnovi ometa transformaciju sistema u efikasan i uspješan javni servis. Naime, političke elite iz Republike Srpske pokušavaju oslabiti institucije na državnom nivou, a zbog ovakve separatističke politike, državni emiter BHRT se nalazi na naročito klizavom terenu. Jedan od naših ispitanika ukazao je na različite načine na koje se opstruira državni emiter, među kojima su imenovanja, smjene i optuživanja: “najveći problem je mišljenje koje dolazi iz RS-a da je [...] javni servis nepotreban i ima čitava lepeza opstrukcija koje su posljednjih 7-8 godina primijenjivane protiv tog javnog RTV servisa” (Mehmed Agović, direktor BHRT-a do 2009. godine, trenutno savjetnik u Ministarstvu saobraćaja i komunikacija BiH). Pojedini izvori navode da zbog ovih političkih motiva Upravni odbor BHRT-a predstavlja “jedan od glavnih faktora koji ometa uspostavljanje korpora-

¹²¹ Nakon toga je Parlament FBiH prešao na druge prioritete, ostavljajući ovaj problem neriješenim, pri čemu je jedan od članova prethodnog Upravnog odbora dao ostavku u junu 2013. godine, dok je mandat ostalih članova istekao (posljednji u julu 2013. godine). Slično tome, pokušaji smjene direktora BHRT-a Mehmeda Agovića, sadašnjeg savjetnika ministra saobraćaja i komunikacija, 2009. godine, smatraju se lažno opravdanim slabim poslovnim rezultatima, iako su zapravo najvjerovatnije motivirani interesima vodećih političkih grupa.

cije javnog servisa, te je odgovoran i za nemogućnost finansijske i organizacijske stabilizacije ovog emitera (BHRT)” (anoniman izvor, juli 2013).

Nedavnu krivičnu optužnicu protiv nekoliko novinara FTV-a, naprimjer, pojedini su izvori protumačili kao političku optužnicu po instrukcijama političkih elita u RS-u. Udruženje novinara Republike Srpske (UNRS), koje je podnijelo ovu prijavu, tvrdi da je optužnica pitanje odbrane profesionalnih standarda, ali drugi izvori smatraju da bi se takvi plemeniti motivi bolje branili drugim sredstvima zaštite.¹²²

Nepostojanje političke volje djelimično je razlog zašto nikada nije formirana korporacija tri javna radiotelevizijska servisa. Uloga korporacije obuhvatala bi upravljanje pravima na emitiranje i tehničkim sredstvima, nadgledanje distributivne mreže, tehničkih sredstava i imovine, koordinaciju i realizaciju zajedničke marketinške strategije (Zakon o javnom radiotelevizijskom sistemu),¹²³ te vodeću ulogu u procesu digitalizacije. Iako je Strategija prelaska na digitalno emitiranje usvojena 2009. godine,¹²⁴ njena je realizacija još od tada u zastoju. U januaru 2012. godine pripremljen je Akcioni plan, ali ga Vijeće ministara još uvijek nije usvojilo. Helena Mandić je pesimista u pogledu budućnosti ovog procesa. Što se tiče spremnosti javnog RTV-servisa za proces digitalizacije, tender za digitalnu infrastrukturu osporen je u dva navrata, a sa žalbenim postupkom se odugovlačilo godinama.

¹²² Vidjeti, naprimjer, intervju sa Borkom Rudić, generalnim sekretarom Udruženja “BH novinari”. Viđeti *MC Online*, “BH novinari: Ovo je politička optužnica”.

¹²³ Pored toga, pod pritiskom Evropske unije izmijenjeni su i dopunjeni zakoni koji se odnose na RTVFBiH i RTRS. Zakon o RTRS-u usvojen je 11. maja 2006. godine, a Zakon o RTVFBiH je osporen zbog mogućeg kršenja “vitalnog nacionalnog interesa”, tj. jednakih prava konstitutivnih naroda u odlučivanju, obrazovanju, vjeri, jeziku, njegovanju kulture, tradicije i naslijeđa. Zakon je konačno usvojen u augustu 2008. godine.

¹²⁴ Određeni napredak postignut je tokom 2012. godine s montiranjem digitalnih predajnika koji su povezali tri centra sa studijima javnog RTV-servisa u Mostaru, Sarajevu i Banjoj Luci. Do roka za prelazak (decembar 2014. godine) trebala bi biti riješena proceduralna pitanja, razvoj infrastrukture, realizacija javnih kampanja i osiguranje tehnološke i informativne spremnosti građana.

Konačno su 19. januara 2014. godine ispunjeni svi uvjeti da može započeti izgradnja infrastrukture koja će spajati RTV-centre u Sarajevu, Mostaru i Banjoj Luci.¹²⁵

Naposljetku, političke elite Hrvata u BiH ističu da su potrebe Hrvata, kao konstitutivnog naroda u BiH, marginalizirane u sistemu javnog radiotelevizijskog servisa, te se zalažu za uvođenje još jednog javnog servisa na hrvatskom jeziku. Iz ovog su razloga godinama sprečavali usvajanje Zakona o javnom RTV-servisu FBiH. Ova je tema ponovo pokrenuta u januaru 2013. godine, kada je jedan poslanik predložio uvođenje četvrtog kanala kroz amandmane na Zakon o javnom RTV-sistemu BiH. Medijski stručnjaci, međutim, smatraju da je to bio manevar za dobijanje političke podrške, a ne inicijativa s namjerom da uspije:

“Ova afera omogućava da se u hrvatskoj javnosti u BiH dva HDZ-a predstave kao ‘čvrsti zagovornici’ formiranja hrvatskog TV-kanala, koji su ‘sve učinili da svoje obećanje ispune’[...] Srpske partije (SNSD i SDS), s druge strane, pokazale su se kao lojalni koalicioni partneri sa hrvatskim partijama [...] SDP i SBB, kao bošnjački partneri u novoj vlasti [...] što se više suprotstavljaju formiranju [etno]nacionalnih TV-kanala, to računaju na veću podršku bošnjačke javnosti.” (Mehmed Halilović, pravni savjetnik za medijska pitanja, Internews u BiH)¹²⁶

Stručnjaci i analitičari ističu da se pitanje četvrtog emitera zasniva na etno-nacionalnom populizmu, a ne na sagledavanju stvarnih potreba.¹²⁷ Pored toga, u pitanje se dovodi finansijska i administrativna izvedivost, a medijski stručnjaci pozivaju na racionalizaciju sistema, djelimično kroz formiranje korporacije. U me-

¹²⁵ Žalbeni su postupci trajali dvije godine, djelimično zbog činjenice da je Ured za razmatranje žalbi spor i da mu je istekao mandat. Ova infrastruktura treba da “poveže pet IT-centara u sistem digitalnih veza i predajnika koji digitalnim signalom pokrivaju područja Sarajeva, Mostara i Banjaluke” (Mehmed Agović, u pismenom odgovoru, januar 2014. godine). Sredstva za ovu fazu već su osigurana i ako ne bude žalbi na tender, realizacija ove faze trebala bi početi negdje do kraja februara ili u martu 2014. godine, istakao je Agović.

¹²⁶ Vidjeti tekst M. Halilović, “Zašto je (ne)prihvatljiva hrvatska televizija u BiH”.

¹²⁷ Vidjeti, naprimjer, niz tekstova objavljenih na: <http://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/da-hrvatskom-kanalu-u-bih> (stranica posjećena 21. decembra 2013).

đuvremenu je diskurs hrvatskih političkih elita u BiH imao strašne posljedice po funkcioniranje javnog servisa s obzirom na to da je dramatično smanjena stopa naplate RTV-pretplate među Hrvatima u BiH (više u sljedećem odjeljku).

Konačno, misija koju javni servis ima u služenju javnosti nije precizno definirana, ne vrši se sistematski monitoring djelovanja javnog servisa, a konsultacije sa građanima izuzetno su ograničene.¹²⁸ Pojedini izvori navode da emiterima u javnom servisu nedostaje ravnoteža u izvještavanju, da zanemaruju određene vrste sadržaja kao što su: obrazovni sadržaji, sadržaji vezani za manjine, sadržaji vezani za kulturu,¹²⁹ društvenu koheziju u zemlji, te da nude previše zabavnih formata, čime, u određenoj mjeri, funkcioniraju kao komercijalni mediji.¹³⁰

4.2. Finansijske kontroverze: dominacija javnog servisa na tržištu oglašavanja i niska stopa naplate RTV-pretplate

Finansijska nezavisnost javnih servisa garantira se na regulatornom nivou za sva tri emitera, jer su izvori prihoda nezavisni od organa vlasti. Ove su odredbe kompromitirane u slučaju RTRS-a kada je amandmanima na Zakon o RTRS-u 2013. godine otvorena mogućnost finansiranja ovog emitera direktno iz budžeta Vlade Republike Srpske. Međutim, ako se ova mogućnost ubrzo i realizira, ona bi samo ozakonila ono što se već godinama u određenoj mjeri prakticira u drugom obliku – finansiranje raznih medija, među kojima je i RTRS, kroz donacije Vlade Republike Srpske.

Javni servisi se prvenstveno finansiraju kroz RTV-pretplatu i reklame.

¹²⁸ Odgovarajući zakoni o javnim servisima predviđaju postojanje programskog vijeća, savjetodavnog tijela koje se sastoji od predstavnika različitih dijelova stanovništva, ali je njihova uloga do sada bila marginalna.

¹²⁹ Vidjeti, naprimjer, Isanović 2008, 289.

¹³⁰ Vidjeti, naprimjer, Tešanović 2011, 50.

Tabela 11: Prihodi javnih TV-emitera u 2012. godini

	BHT	FTV	RTRS	U cjelini
Prihodi od RTV-pretplata	56,17%	40,83%	56,91%	51,44%
Prihodi od oglašavanja	8,98%	39,81%	15,10%	20,31%
Ostali prihodi	34,85%	19,36%	27,99%	28,25%
Ukupno	100%	100%	100%	100%

Izvor: RAK 2013a

Udio javnih servisa u ukupnim prihodima od oglašavanja na TV-tržištu je neopravdan. Javni servisi imaju dominantan položaj na tržištu, a s obzirom na činjenicu da također naplaćuju RTV-pretplatu, u poziciji su da nude cijene oglašavanja ispod realnih, zbog čega predstavljaju nelojalnu konkurenciju privatnim emiterima.¹³¹ FTV ima najveće prihode od oglašavanja na tržištu (vidjeti tabelu 12), te ostvaruje veće prihode od oglašavanja nego 40 drugih TV-emitera u BiH zajedno (uključujući OBN, Pink BH, Hayat, BNTV). Dok su sva tri javna servisa u grupi od sedam emitera sa najvećim prihodima, koji zajedno uzimaju 87,3% oglašivačkih prihoda, za ostalih 39 medija ostaje ukupno 12,72%.¹³²

¹³¹ Mjerodavne institucije, međutim, ne dijele ovo mišljenje. Na skupštini Konkurencijskog vijeća održanoj u decembru 2013. godine, optužbe OBN-a protiv sva tri javna servisa odbačene su zbog nemogućnosti utvrđivanja zloupotrebe dominantnog položaja na tržištu. Vidjeti: <http://bihkonk.gov.ba/7127.html> (stranica posjećena 8. februara 2014).

¹³² Svakom od tri emitera bilo je dozvoljeno emitiranje šest minuta reklama po satu, tj. ukupno 18 minuta, prije nego što je njihovo trajanje smanjeno na četiri minute po satu (ova će odluka uskoro biti opet razmotrena; više u poglavlju o medijskim politikama), dok je komercijalnim medijima dozvoljeno 12 minuta reklama po satu. U pojedinim slučajevima, javni servisi daju popuste, koji ponekad iznose više od 70% redovne cijene oglašavanja (RAK 2013a).

Tabela 12: Prihodi od oglašavanja po TV-emiteru

TV-emiter	Prihodi od oglašavanja	Procent ukupnih prihoda od oglašavanja
FTV	KM 12.316.590 / 6.297.373 eura	22,16
OBN	KM 9.473.384 / 4.843.664 eura	17,04
Pink BH	KM 7.524.903 / 3.847.422 eura	13,54
Hayat	KM 5.148.684 / 2.632.480 eura	9,26
BNTV	KM 4.235.788 / 2.165.724 eura	7,62
BHT	KM 3.830.894 / 1.958.705 eura	6,89
RTRS	KM 3.478.864 / 1.778.715 eura	6,26
ATV	KM 2.506.624 / 1.281.617 eura	4,51
TV Tuzlanskog kantona	KM 865.931 / 442.743 eura	1,56
TV Kantona Sarajevo	KM 746.185 / 381.518 eura	1,34

Izvor: RAK 2013a

Iako je udio prihoda od oglašavanja u ukupnim prihodima sva tri emitera nedvojbeno prihvatljiv – 20,31% u 2012. godini, on je nedopustivo visok za FTV – 39,81%.¹³³ S obzirom na to da se oglašavanje u praksi ne raspodjeljuje među tri emitera u skladu sa Zakonom o sistemu javnog RTV-servisa (50% za BHRT, a po 25% za RTRS i RTVFBiH), FTV ima znatno veći udio prihoda od oglašavanja od javnih servisa u drugim zemljama u Evropi, koji iznosi između 10 i 20% u Njemačkoj, Francuskoj, Mađarskoj, Češkoj i Grčkoj.¹³⁴ Ovaj generalno visok procent može ugroziti misiju služenja javnosti i ukazivati na ukupnu komercijalizaciju ovog emitera, što

¹³³ U isto vrijeme postoje razlike u funkcioniranju tri emitera, pri čemu FTV ima veće troškove od druga dva emitera i veći prosjek plaća. Prosječna plaća zaposlenih na RTVFBiH je 27,06% veća od plaća zaposlenih na BHT-u i 24% veća od plaća na RTRS-u, mada RAK tvrdi da se njihovi programi značajno ne razlikuju.

¹³⁴ Vidjeti Boev 2012, 29.

zahtijeva neku vrstu ograničavanja. Iz tog razloga pojedini izvori predlažu limit od oko 25% prihoda od oglašavanja u ukupnom iznosu prihoda.¹³⁵ Međutim, nedavna odluka Vijeća RAK-a da smanji maksimalno trajanje reklama sa 6 na 4 minute po satu može dodatno ugroziti funkcioniranje javnih servisa i treba biti ponovo razmotrena. Pored toga, kako tvrdi Senad Zaimović, direktor reklamne agencije “Fabrika”, nije vjerovatno da će komercijalni emiteri dobijati više reklama kao rezultat ovih ograničenja za javne servise.

Stepen naplate RTV-pretplata je nizak, sa tendencijom opadanja, iako je plaćanje RTV-pretplata obaveza za sva domaćinstva i osobe koje posjeduju radio ili TV-prijemnik. Kako navodi RAK, najveći iznos pretplate fakturiran je i naplaćen 2009. godine, ali je tokom sljedećih godina stalno padao. Zvanično prijavljeni stepen naplate RTV-pretplata iznosi 73,9%. Međutim, to je dio stvarno fakturiranog iznosa koji su prikupili telekom operateri (ukupno 57,32 miliona KM ili 29,31 miliona eura u 2012. godini) koji obuhvata 649.953 domaćinstva, dok je procijenjeni broj domaćinstava koja posjeduju radio ili TV-prijemnik zapravo mnogo veći i vjeruje se da iznosi oko 1.033.520, što znači da stvarni stepen naplate možda iznosi tek 46,5%.¹³⁶ Stepennaplate naročito je nizak među građanima hrvatske nacionalnosti, a vezan je za političku kampanju za kanal na hrvatskom jeziku.

Kontrola poslovnih rezultata nedovoljno se koristi za poslovni razvoj. Godišnji finansijski i revizorski izvještaji imaju upitne efekte, jer se redovno ne preduzimaju nikakve korektivne mjere nakon ocjena o slabim poslovnim rezultatima javnih servisa. Upravni odbori trebali bi pratiti i nadgledati poslovanje javnih emitera, ali je ovaj mehanizam obezvrijeđen u uvjetima upitne nezavisnosti i stručnosti članova odbora. Revizije i usvajanje poslovnih izvještaja javnih servisa u parlamentu se

¹³⁵ Procent je približan, ali smisao je ograničiti utjecaj tržišta na programe na javnim RTV-servisima (član 19, 2005, 14).

¹³⁶ Ovo je najniži mogući procent, a vrlo vjerovatno postoji znatan broj domaćinstava koja su izuzeta iz obaveze plaćanja RTV-pretplata, iako nemamo tačne podatke (RAK 2013a, 15–17).

također ne smatraju efikasnim korektivnim mehanizmima. Mada je bilo nekoliko slučajeva kada parlament nije usvojio finansijske izvještaje javnih emitera, nisu uslijedile nikakve korektivne mjere, što izaziva sumnju da su ponovo prevagnuli određeni politički interesi.

U cjelini, finansijsko je planiranje u javnim emiterima upitno bez dugoročnih procjena njihovih administrativnih, tehničkih i produkcijskih potreba. Te bi procjene trebale služiti kao osnova za sve odluke o ograničavanju oglašavanja, državnim subvencijama i iznosima RTV-pretpplate, a trebale bi uzeti u obzir i finansiranje korporacije (kada bude formirana).

4.3. Pozitivni slučajevi

Teško je utvrditi bitne pozitivne trendove u odnosu na imenovanja i finansiranje javnih servisa, ali treba spomenuti nedavne događaje na BHRT-u, gdje je konačno formiran zajednički radio i TV-desk kao korak ka unapređenju i konvergenciji produkcijskih procesa.

Drugi je pozitivan događaj prekid potpune političke bliskosti FTV-a sa SDP-om, iako još uvijek traju političke borbe za utjecaj nad ovim emiterom.

4.4. Zaključci

Ukratko, sistem javnih servisa u BiH trenutno se suočava sa nekoliko velikih problema:

- političke opstrukcije i uplitanja: utjecaji na imenovanja upravnih struktura, nepostojanje političke volje za formiranjem korporacije javnih servisa;
- neefikasno poslovanje i problematični izvori prihoda: RTV-sistem je glomazan, sredstva se ne koriste racionalno, ne postoji koordinacija i efikasna sarad-

nja između tri emitera, prevelik je broj zaposlenih itd., a glavni izvor prihoda – RTV pretplata – je nedovoljan, dok je udio prihoda od oglašavanja u finansijskoj konstrukciji pretjeran;

- slabi rezultati i zanemaren javni interes: nekonkurentan program na javnim servisima, slabo ispunjavanje javnog interesa, pretjerana komercijalizacija sadržaja i nizak kvalitet produkcije.

5. NOVINARSTVO POD UTJECAJEM INTERESA CENTARA MOĆI

Među ključnim elementima slobode medija su odgovarajući uvjeti za rad, koji podrazumijevaju nezavisnost medija od političkih i ekonomskih centara moći, poticajne tržišne uvjete, te dosljednu saradnju unutar profesionalne zajednice (McQuail 2000, 167). Ovo se poglavlje bavi uvjetima za rad u medijskom sektoru u Bosni i Hercegovini, s naglaskom na političke veze medija, socijalno-ekonomski status i pritiske na novinare, te profesionalno organiziranje. Kratko će biti riječi i o posljedicama na sadržaj medija, uglavnom na osnovu sekundarnih izvora i podataka dobijenih od ispitanika s kojima su obavljeni razgovori za ovo istraživanje.¹³⁷

Na početku rata u bivšoj Jugoslaviji i tokom njegovog trajanja, mediji su u ogromnoj mjeri korišteni kao sredstvo za ciljeve političkih elita. Postojale su očite direktne veze između direktora državnih medija i političkih partija i lidera. Regulatorni okvir koji je razvijen i primijenjen nakon rata donekle je profesionalizirao medije, ali politički paralelizam i dalje uveliko odlikuje bosanskohercegovački medijski sistem i podrazumijeva ne samo etno-nacionalne veze, već i veze sa pojedinim političkim strankama unutar određenih etničkih zajednica. Većina medija smatra se bliskim centrima političke i ekonomske moći i vjeruje se da u određenoj mjeri djeluju kao zagovornici njihovih interesa.¹³⁸

¹³⁷ U okviru ovog istraživanja, u oktobru 2013. godine obavljeno je 12 intervju sa novinarima, urednicima i vlasnicima medija, s naglaskom na položaj i rad novinara (ostali su se intervju baviли drugim temama), pri čemu smo pokušali poštovati teritorijalnu i nacionalnu raznolikost i obuhvatiti različite medijske sektore: javne i privatne TV-stanice, radio, novine i *online* medije.

¹³⁸ Vidjeti, naprimjer, Marko (2012) i Jusić (2004).

5.1. Direktne političke veze i poslovni interesi

Jedan od mehanizama političkog utjecaja na medije je imenovanje rukovodnog i uređivačkog osoblja odanog određenim centrima moći. Politički interesi se smatraju ključnim faktorom u postupcima imenovanja direktora i urednika medija.¹³⁹ Ovo je naročito očigledno kod javnih emitera. Dva entitetska emitera – RTRS i RTVFBiH – posebno su na udaru kritika zbog svojih političkih veza. Dok se za RTRS smatra da je pod potpunom kontrolom vodeće političke stranke u RS-u SNSD-a, na sceni su sukobi oko utjecaja na RTVFBiH nakon što je on 2012. godine prekinuo svoju snažnu povezanost sa SDP-om. Ispitanici smatraju da na političku povezanost ukazuju veze pojedinih direktora u javnim servisima, ponekad nedozvoljeno dugi mandati, kao i trenutak i način pojedinih smjena.¹⁴⁰ Pojedini ispitanici u ovom istraživanju također vjeruju da direktori entitetskih javnih novinskih agencija – Srne i Fene – neizbježno imaju političke veze. Žestoke kritike vezane za glavnog i odgovornog urednika Srne ukazuju na dominaciju političkih kriterija nad profesionalizmom.¹⁴¹

¹³⁹ Kako je istaklo nekoliko ispitanika u ovom istraživanju. Vidjeti također Marko 2011–2012, 6.

¹⁴⁰ Naprimjer, aktuelni ministar ekonomskih odnosa i regionalne saradnje RS-a Igor Vidović ranije je bio član Upravnog odbora RTRS-a (četverogodišnji mandat, počevši od 2009), a prije toga poslanik u Skupštini grada Banje Luke (2004–2008). Mandat prethodnog direktora RTRS-a, koji se često spominjao zbog podrške rukovodstvu SNSD-a, produžen je za 10 godina, do septembra 2013. godine, kada je konačno smijenjen. Špekulira se da je razlog smjene činjenica da SNSD više nije bio zadovoljan njegovom podrškom. Vidjeti, naprimjer, M. D., “SB saznaje: Dodik smijenio Davidovića, generalnog direktora RTRS-a”.

¹⁴¹ Pojedini izvori navode da glavni i odgovorni urednik nema minimalno pet godina iskustva na uredničkim poslovima, što se traži na konkursu. (Vidjeti N. S., “Pisma čitatelja: Vera Sajić bira rukovodstvo Srne”). Željko Raljić iz časopisa *Respekt*, intervju, 7. oktobar 2013, smatra da je urednik blizak SNSD-u i da će opet biti imenovan; također vjeruje da novi konkurs za kandidate možda neće biti ni objavljen prije nego što aktuelni urednik stekne neophodno iskustvo. Pored toga, urednici i novinari ove agencije u augustu 2013. godine poslali su pismo Vladi RS-a, tražeći novu upravu sa potrebnim kvalifikacijama (vidjeti, naprimjer, *Kurir*, “Urednici Srne pisali vrhu Srpske: spasite nas, na samom smo dnu”).

Politički utjecaj često se spominje i u slučaju lokalnih javnih emitera – 12 lokalnih javnih TV-stanica od ukupno 44, te 62 lokalne javne radiostanice od ukupno 140, čiji su osnivači kantonalne i općinske vlasti. Drugi problem kod lokalnih javnih emitera jeste to što njihova uređivačka nezavisnost nije zaštićena kroz nezavisne izvore prihoda, jer ih direktno finansiraju općinske i kantonalne vlasti. Jedan od naših ispitanika otvoreno je govorio o politizaciji postupaka imenovanja, kazavši da je on imenovan za izvršnog direktora TVSA u januaru 2012. godine kao kandidat kojeg je predložila SDA, a da je smijenjen u aprilu 2013. godine, opet na političkoj osnovi. U Kantonu Sarajevo česte smjene vlasti 2013. godine dovele su i do čestih smjena direktora kantonalne televizije, zbog čega oni nisu mogli postići nikakve značajne rezultate. Kako je kazao naš ispitanik, “dode druga vlast i odmah želi da imenuje svoje ljude [...], a niko ne razmišlja o tome kakvu štetu nanosi preduzeću” (Mirza Sulejmanović, RTSA). Nedostatak profesionalnog integriteta nije neočekivan u okolnostima kada se, kako je rekao naš sagovornik, “osjeća atmosfera da, pošto je ovo javno preduzeće koje zavisi od kantonalnog budžeta, na neki način morate biti pokorni”. Lokalne vlasti preduzimaju oštre mjere kada nisu zadovoljne političkim uplitanjem, tako da su, naprimjer, novinari RTV Goražde 2013. godine nekoliko mjeseci bili bez plaća.

Generalno se sumnja da se finansiranje od strane vlasti koristi kao sredstvo političke kontrole, bilo da dolazi kroz direktno finansiranje javnih medija, bilo kroz donacije sa različitih nivoa vlasti i za javne i za privatne medije, bilo kroz usmjerenje oglašivačkih praksi vodećih oglašivača.

Mediji iz suprotstavljenih interesnih grupa žestoko kritiziraju vodeće domaće oglašivače i političke stranke. Naprimjer, *Dnevni avaz* je kritizirao SDA, njoj blisko javno preduzeće BH Telecom i dnevni list *Oslobođenje* sve dok ovi odnosi nisu donekle izglašeni 2013. godine. S druge strane, *Oslobođenje* nije moglo kritizirati predsjednika Gaddafija za vrijeme rata u Libiji, jer bi to bilo protiv poslovnih interesa *Oslobođenja* (Marko 2012).

Što se tiče imenovanja direktora privatnih medija, ne postoje bukvalno nika-kve garancije da su postupci imenovanja zasnovani na profesionalnim kriterijima. Kako je izjavila jedna od naših sagovornica, “postupak imenovanja glavnog i odgovornog urednika se svodi na imenovanje od strane vlasnika... bez ikakvog razmatranja mišljenja članova tima [...] zakon nije ograničio prava vlasnika da imenuju glavne i odgovorne urednike i vlasnici apsolutno koriste svoja prava” (Radmila Žigić, Radio Pan).

Ispitanici u ovom istraživanju navode da se počinovanje interesima centara moći donekle osigurava kroz konformističku ideološku poziciju ili političke veze samih novinara.¹⁴² Konformizam se tako osigurava kroz cenzuru, a još više kroz samocenzuru. Istraživanje koje je provedeno 2008. godine ukazuje na to da većina medijskih radnika (58%; N = 122) smatra da su cenzura i samocenzura u određenoj mjeri prisutni u bosanskohercegovačkim medijima.¹⁴³ Ispitanici u ovom istraživanju, bez spominjanja konkretnih primjera, naveli su nekoliko načina na koje se zadovoljavaju interesi medija i njihovih filijala: cenzurom na osnovu finansijskih i političkih interesa medija i s njima povezanih aktera (naročito u medijima koji dobijaju finansijska sredstva od vlasti, kako navodi Maja Isović, novinarka *online* časopisa *Buka*); ignoriranjem ili marginalizacijom određenih izjava (kako navodi Emir Musli, izveštač Deutsche Welle i *Dnevnog avaza*); preopterećivanjem novinara da ne bi mogli istraživati određene priče (kako navodi Jelena Vujić, novinarka

¹⁴² Moguće je da sami novinari teže radu u medijima koji dijele njihov ideološki stav (kako navodi Isović) ili da se naknadno počnu identificirati s tom ideologijom i političkom opcijom (kako navodi Žigić). Dominantne etno-nacionalne i entitetske podjele u BiH naročito se ogledaju u stavovima novinara, što automatski osigurava njihovo počinovanje određenim interesima političkih elita. Dva ispitanika također ističu problematično učešće novinara u političkim kampanjama i ulogu savjetnika državnih zvaničnika ili njihovo učešće kao političkih kandidata.

¹⁴³ 40% ispitanika smatra da postoje povremeni slučajevi, 18% smatra da su oni svojstveni medijskim praksama, dok je 41% ispitanika kazalo da nemaju saznanja o postojanju takvih praksi. Samo je jedan ispitanik naveo da je njemu lično naredeno da ne izveštava kritički o određenim strukturama vlasti (Hodžić 2008).

ATV-a); marginalizacijom “osjetljivih” priča (kako navodi Davud Muminović, pomoćnik urednika Al Jazeera Balkans, prethodno zaposlen u *Nezavisnim novinama*), ili marginalizacijom novinara koji se ne povinuju ovim partikularnim interesima. Jedan od naših ispitanika tvrdi da su takve prakse, naprimjer, bile prisutne na RTV Goražde: “Novom klasifikacijom radnih mjesta, aktualna politička elita je smijenila [prethodnog urednika Rasima Bosnu], tako da je, bez obzira na svoje dugo iskustvo, završio kao spiker. Mi [sindikata] smo se borili i on je dobio radno mjesto novinara, ali ne urednika” (Elma Geca, predstavnik Sindikata RTV Goražde). Najistaknutiji slučaj smjene glavne i odgovorne urednice informativnog programa je slučaj Duške Jurišić sa FTV-a iz 2010. godine. Činjenica da uprava nije objavila razlog njene smjene dala je povoda špekulacijama da je smjena rezultat političkih pritisaka.¹⁴⁴ U drugim slučajevima politički interesi se zadovoljavaju bez kršenja zakonskih procedura. Naprimjer, bivši izvršni direktor Odjela za program i produkciju TVSA Mirza Sulejmanović izjavio je da je na tom radnom mjestu proveo 15 mjeseci, ali je činjenica da lokalne vlasti za to vrijeme nisu provele redovni konkursni postupak omogućila njegovo lako uklanjanje u skladu sa namjerama vladajućih stranaka.

Postoje i određene špekulacije o koruptivnim praksama i ponudama, ali, kako su istakla dva ispitanika, korupcija nije uvijek otvorena i umjesto novca ponekad je

¹⁴⁴ Općinski sud u Sarajevu gotovo dvije godine kasnije presudio je da je otkaz bio neosnovan i da Jurišić treba ponovo biti imenovana. Međutim, tada više nije postojalo radno mjesto glavnog urednika zbog internih izmjena statuta FTV-a, za koje se također smatra da su bile nelegitimne. Jurišićevoj je 2012. godine ponuđeno drugo radno mjesto, ali ga je ona odbila smatrajući da nije jednako vrijedno. Sredinom 2013. godine Jurišić je imenovana za urednicu TV-programa. Međutim, ovaj pozitivni ishod više je bio rezultat izmijenjenih okolnosti, olabavljenih političkih veza i pravnih sredstava, nego pokazatelj trajnih promjena u odnosu na legitimnost postupaka imenovanja i političku nezavisnost (vidjeti, naprimjer, Sadiković, “Jurišić smijenjena zbog političkih pritisaka?”). U jednom drugom slučaju, iako su kao razlozi za degradiranje urednika informativnog programa Bakira Hadžiomerovića navedeni neprofesionalizam i kršenje novinarskih normi, Mirza Huskić, predstavnik Sindikata RTVFBiH i BHRT, navodi da je smjena zapravo bila tendenciozna i proceduralno upitna (intervju u oktobru 2013. godine).

zasnovana na privatnim odnosima i uslugama, kao što je npr. omogućavanje dobijanja kredita od banke. Nekoliko naših ispitanika navelo je nuđenje mita. Naprimjer, Željko Raljić iz časopisa *Respekt* kazao je da mu je nuđen novac da ne objavi izdanje *Respekta* u kome se govorilo o imovini ministra industrije, energije i rudarstva RS-a.

Načelno, mogućnost novinara da se odupru cenzuri i samocenzuri je upitna imajući u vidu socijalno-ekonomski položaj novinara.

5.2. Težak socijalno-ekonomski položaj novinara i izloženost vanjskim pritiscima

Smatra se da su novinari izuzetno loše plaćeni, pri čemu je procijenjena prosječna plaća nešto niža od prosječne plaće u zemlji, tj. oko 407 eura,¹⁴⁵ a u pojedinim lokalnim medijima čak ispod 250 eura.¹⁴⁶ Nisu rijetka kršenja radnih prava, koja se, kako se navodi u izvještaju iz 2009. godine, najčešće odnose na isplatu plaća (kako je navelo 43% ispitanika; N = 121), dužinu radnog vremena (39%) i opće radne uvjete (33%), dok se druga kršenja javljaju rjeđe (Hodžić 2008). Problemi vezani za isplatu plaća odnose se na niska primanja, neredovne isplate i prijavljivanje državi minimalnih plaća radi smanjenja doprinosa. Dodatni je problem neprijavljeni rad, te, kako je istakla jedna od naših ispitanica, činjenica da novinari u pojedinim slučajevima rade po nekoliko godina bez ugovora o radu i zdravstvenog osiguranja (Maja Isović, *online* časopis *Buka*). Inspekcija rada i sudovi nemaju dovoljno kapaciteta i nisu dovoljno efikasni da bi adekvatno zaštitili radna prava. Naprimjer, jedna od naših ispitanica u oktobru 2013. godine navela je da se zaposleni na RTV Goražde nalaze “u groznoj situaciji” već nekoliko mjeseci, jer nisu dobili plaće od augusta 2013. godine (Elma Geca, predsjednica Sindikata RTV Goražde).

¹⁴⁵ Procjene ispitanika u istraživanju MSI (IREX 2013, 25).

¹⁴⁶ Plaće u najvećim medijima dostižu oko 800 eura, a u rijetkim slučajevima i do 1.790 eura.

Zaposleni lako mogu dobiti otkaz pod izgovorom ekonomskih ili administrativnih razloga, a pronalaženje drugog posla veoma je neizvjesno na tržištu rada u BiH. Shodno tome, novinari su izuzetno ugroženi a njihova je autonomija daleko od toga da bude zaštićena. Kako navode ispitanici u ovom istraživanju, ne samo da se “profesionalno obavljanje posla u pravilu ne isplati” (kako je kazala Radmila Žigić sa Radio Pana), već rad u suprotnosti sa profesionalnim standardima zapravo ponekad postaje jedini način da novinari osiguraju egzistencijalni minimum sebi i svojim porodicama (kako je navela Milkica Milojević, novinarka i predsjednica Udruženja “BH novinari”).¹⁴⁷

Mediji i novinari koji se ipak bave novinarstvom koje je kritično prema centrima moći često su izloženi raznim vrstama vanjskih pritisaka, među kojima su prijetnje, verbalni i fizički napadi, te tužbe protiv medija i novinara.¹⁴⁸ Besplatna linija za pomoć novinarima godišnje bilježi oko 40 različitih vrsta pritisaka i kršenja medijskih sloboda, od kojih se više od deset odnosi na prijetnje i teške fizičke napade.

Socijalni pritisci povezani sa etničkim identitetima prisutni su još od kraja rata, a naročito su im izloženi mediji koji su izvještavali o ratnim zločinima koje su počinili pripadnici njihovog vlastitog naroda. Najekstremniji slučaj je bombaški napad na novinara Željka Kopanju 1999. godine (više o ovome ranije u tekstu u dijelu o vlasnicima medija). Željka Mihaljević navodi da su u plakatu koji je dijeljen u lokalnoj zajednici 2000. godine zaposleni na radiju Studio N iz Livna označeni kao strani plaćenici i izdajnici hrvatskog naroda. “To je bio otvoreni poziv na linč”, kazala je Mihaljević.¹⁴⁹ Ovaj vid pritiska još uvijek je prisutan, a jedan od posljednjih slučajeva je fizički napad na Šteficu Galić, urednicu portala *tacno.net*, nakon

¹⁴⁷ Oba su intervjua vođena u oktobru 2013. godine.

¹⁴⁸ Vidjeti Hodžić (2010, 13–15).

¹⁴⁹ Zanimljiv je slučaj poticanje na nasilje protiv novinara Predraga Lucića na Facebooku u aprilu 2013. godine zbog njegove satirične pjesme o ratnim zločinima u selu Ahmići. Pjesma se bavi ulogom hrvatske vojske u počinjenim zločinima, ali je pogrešno protumačena kao uvredljiva i politički problematična.

prikazivanja dokumentarnog filma o njenom suprugu, koji je pomagao bošnjačkom stanovništvu tokom rata direktno se time suprotstavljajući hrvatskim nacionalistima u gradu Ljubuškom.

Poražavajuće je što državni službenici ne samo što nisu uspjeli zaštititi nezavisno novinarstvo, već su i sami glavni akteri u vršenju pritisaka na novinare. Najupečatljiviji su primjeri toga Vlada Republike Srpske, koja je u nekoliko navrata odbila kontakte sa novinarima određenih medija u znak odmazde zbog kritičkog izvještavanja o njoj (BN televizija 2013. godine),¹⁵⁰ ili bojkot državnog javnog servisa BHRT-a 2007. godine. Na isti je način u maju 2013. godine načelnik općine Bihać pozvao javne institucije i preduzeća da bojkotiraju RTV Unsko-sanskog kantona. Politički akteri i državni službenici učestvovali su i u verbalnim napadima na medije i novinare, a nekoliko takvih slučajeva se desilo samo u 2013. godini.¹⁵¹ Pojedini izvori navode da se zakoni, a najviše Zakon o zaštiti od klevete, zloupotrebljavaju kako bi se vršio pritisak na neposlušne medije, a da su tome naročito skloni politički akteri i državni službenici.¹⁵² Sudski procesi oduzimaju puno vremena i novca, te po svemu sudeći obeshrabruju

¹⁵⁰ Saopćenje za štampu OSCE-a dostupno na: <http://www.oscebih.org/News.aspx?newsid=1565&lang=EN> (stranica posjećena 12. januara 2014).

¹⁵¹ Napad predsjednika Republike Srpske na novinare BNTV-a, kada ih je optužio da “uzimaju novac od Amerikanaca da ga unište”; napad načelnika opštine Trebinje na novinara Nebojšu Vukanovića (ATV) i druge novinare prisutne na konferenciji za štampu (februar 2013). Urednik časopisa *Slobodna Bosna* prijavio je brojne prijetnje i uvrede Zorana Čegara, načelnika Obavještajnog sektora Uprave policije Federacije BiH u maju 2013. godine, a poslanik u Skupštini Unsko-sanskog kantona je u januaru 2013. godine čak fizički napao novinara *online* medija *IN Media* itd.

¹⁵² Pored toga, ispitanik u ovom istraživanju Željko Raljić naveo je da je on bio izložen jednom vidu pritisaka u julu 2013. godine kada su ga ispitivali u Ministarstvu unutrašnjih poslova, kako on vjeruje po instrukcijama šefa sigurnosti predsjednika RS-a. Naime, to se desilo nakon što je Raljić objavio plakat koji je prethodno dobio na adresu redakcije, na kojem se predsjednik RS-a prikazuje kao korumpirana osoba i kriminalac. Kako je kazao Raljić, ispitivanje je bilo usmjereno na otkrivanje imena osobe koja je distribuirala plakate, ali je Raljić odbio otkriti taj podatak.

istraživačko novinarstvo i kritiku. Naprimjer, presuda protiv novinarkе Ljilјane Kovačević 2013. godine nаlаgаlа је plаćаnjе оdštete оd оkо 2.500 еurа.¹⁵³ Premijer RS-a је protiv RTVFBiH podnio некоlikо tužbi zа klevetu, а protiv FTV-a dо sаdа је doneseno pet presudа.¹⁵⁴

Nаposlјetku, tri ispitanikа u ovom istraživanju istaklа su dа su društveni efekti аngаžiranог novinarskog izvještаvanjа obeshrаbrujući, јer “medijski izvještаji u suštini ne mijenjаju ništа bitnо nа političkoј sceni” (Emir Musli, slobodni novinar koji rаdi zа Deutsche Welle i *Dnevni avaz*), а novinarski izvještаji pо pravilu ne dоvоde dо pokretanjа sudskih postupаkа (kаkо је naveo Davud Muminović, pomoćnik urednikа nа Al Jazeera).

5.3. Nedoslјednа solidarnost i podrška, ograničeno profesionalno organizirаnje

Opći utisаk, nа osnovu intervjuа sа 12 novinаrа/urednikа/direktоrа mediја u BiH, јeste dа se novinari ne osjećаju dovoljno zаštićeni ni оd strаne držаvnih institucijа ni kroz kolektivnо organizirаnje. Podrška је neizvjesnа i često neefikasnа, а novinarsku zajednicu generalnо kаrаkterizirа opći nedostatak solidarnosti. Prаvni okvir zа profesionalnо organizirаnje veomа је razvijen.¹⁵⁵ Sindikаlne organizacije se osnivаju nа nivou pojedinačnih mediја, kаo i nа nivou entitetа (RS i FBiH). Postoje 32 sаmоstаlne sindikаlne organizacije (u okviru pojedinačnih mediја), uz оkо 1.800 individualnih članovа dа entitetskа sindikаtа medijskih i grаfičkih

¹⁵³ Predsjednik RS-a је u mаju 2013. godine podnio tužbu protiv Ljilјane Kovačević nаkоn njenог izvještаvanjа о istrazi koju је Tužilаštvo provelо u vezi sа izgrаdnjom zgrаde Vlаde Republike Srpske u Bаnjoj Luci.

¹⁵⁴ Dо krаја aprilа 2012. godine sаmо је јednа оd njih bilа prаvosnаžnа.

¹⁵⁵ Zаkоn о udruženjima i fondacijаmа BiH, Ustаv FBiH, Ustаv RS-a.

radnika.¹⁵⁶ Nisu dostupni precizni podaci o nivou organiziranja, ali različiti izvori navode da je on još uvijek relativno nizak,¹⁵⁷ naročito u privatnim medijima. Naprimjer, četiri velike TV-kuće koje smo kontaktirali nemaju sindikate (Pink BH, OBN, Hayat i BN). Rezultati istraživanja koje je provedeno 2011. godine ukazuju na to da su sindikati uglavnom neefikasni jer je 27 (od 31) ispitanika njihov rad ocijenilo negativno. Kako se navodi u istom izvještaju, sindikati “bi trebali imati veću ulogu i preuzeti više inicijative u zaštiti novinara”.¹⁵⁸

Postoji šest novinarskih organizacija,¹⁵⁹ sa više od 1.900 članova, ali njihove aktivnosti i komunikacijske prakse nesrazmjerno su nedostatne. Jedino se na web-stranici Udruženja “BH novinari” nude relevantni izvještaji, informacije i saopćenja za štampu o aktuelnim dešavanjima u medijskom sektoru. To udruženje u ovom trenutku ima više od 700 članova iz oba entiteta različite nacionalnosti, od kojih su 550 aktivni članovi,¹⁶⁰ ali još uvijek nije u potpunosti prihvaćeno u novinarskoj zajednici u Republici Srpskoj.¹⁶¹ Važna aktivnost “BH novinara” je besplatna linija za

¹⁵⁶ Članovi ovog sindikata su četrnaest samostalnih sindikalnih organizacija sa oko 200 zaposlenih i pet pojedinaca (izvor: Mariana Šarčević, predstavica Sindikata medijskih i grafičkih radnika u RS-u). Osamnaest medija i oko 1.600 novinara su članovi Sindikata grafičkih, izdavačkih i medijskih radnika u FBiH (izvor: Amer Toskić, predstavnik Sindikata); oba podatka data su u telefonskoj i *e-mail* komunikaciji u augustu 2013. godine.

¹⁵⁷ Istraživanje provedeno 2007. godine (Hodžić 2008) pokazalo je da su među ispitanicima medijskim radnicima oko 31% ispitanika (od ukupno 121) bili članovi sindikalnih organizacija. Međutim, sindikalna organizacija u RS-u procjenjuje da ovaj procent iznosi oko 60%; drugi izvori navode da 15% medijskih radnika čini članove sindikalnih organizacija u BiH (Tešanović 2011, 63).

¹⁵⁸ Vijeće za štampu BiH i “BH novinari” 2012, 24–25.

¹⁵⁹ To su: Udruženje “BH novinari”, Udruženje novinara RS-a, Udruženje mladih novinara RS-a, Udruga hrvatskih novinara u BiH, Društvo novinara BiH i Ženska novinarska mreža. Tu je i Asocijacija izvještača sa sudova u BiH, kao dio Balkanske istraživačke regionalne mreže (BIRN), ali ona nije registrirana kao udruženje.

¹⁶⁰ Informacije “BH novinara” dostavljene 19. novembra 2013. godine.

¹⁶¹ Pojedini izvori navode da njihove reakcije nisu uvijek dosljedne, te da, naprimjer, nije bilo reakcija na tendenciozno novinarstvo na RTVF BiH prije 2012. godine.

pomoć novinarima, koja nudi podršku novinarima koji su izloženi raznim pritiscima, što donekle potiče novinare da prijavljuju pritiske, korupciju i neetičke prakse. Ostala su udruženja uglavnom neaktivna, s izuzetkom Udruženja novinara Republike Srpske, koje je od 2011. godine intenziviralo svoje aktivnosti. Međutim, ovo je udruženje ponekad izloženo kritikama zbog politiziranih aktivnosti, što je rezultat moguće bliskosti sa vodećom strankom u RS-u – SNSD-om.¹⁶²

Novinarska zajednica još uvijek je veoma podijeljena duž nacionalnih i entitetskih linija. Zajedničke i koordinirane aktivnosti su rijetke i uglavnom ograničene na izjave o većim napadima na novinare, što umanjuje potencijalnu snagu i efekte kolektivnog organiziranja. Kako je kazala jedna od naših ispitanica: “Ne sjećam se situacije kada je cijela novinarska zajednica u BiH stala u odbranu naših kolega koji su bili izloženi nepravednim optužbama, marginalizaciji ili možda otpušteni” (Radmila Žigić, Radio Pan).

Medijski izvještaji o protestima koji su se dogodili u BiH u februaru 2014. godine djelimično su pokazali slabosti medijskog sektora. Naročito tokom prvih dana protesta, mnogi su mediji zanemarili socijalno-ekonomske motive i poziv na odgovornost (prvenstveno kantonalnih) vlasti i predstavili proteste kao “huliganski” ispad i nasilje, dok su drugi iznosili tendenciozne i politizirane špekulacije o inicijatorima i motivima protesta.¹⁶³

¹⁶² Marko (2012, 10) također dovodi u pitanje da li je velika konferencija koju je organiziralo ovo udruženje više bila politički događaj s obzirom na to da je glavni gost na konferenciji bio predsjednik Republike Srpske, koji je govorio o ekonomskim perspektivama RS-a.

¹⁶³ Vidjeti, naprimjer, analitički tekst P. Janusz, “Spinom na spin”, kao i tekst: B. Knežević, “Demonstrantima obećano oružje za napad na RS”.

5.4. Novinarske prakse: efekti spornih veza

Nekoliko je glavnih faktora koji ograničavaju kvalitet novinarstva u zemlji,¹⁶⁴ među kojima su etno-nacionalna pristrasnost i pristrasnost prema bliskim političkim akterima. Ispitanici u ovom istraživanju naročito smatraju da je pristrasnost u značajnoj mjeri uzrokovana entitetskim, etničkim i stranačkim vezama. Etničko-nacionalna podijeljenost posebno je primjetna u medijskim sadržajima vezanim za ratne zločine, što dovodi do različitih pristupa, tumačenja, odabira izvora, načina na koje se optuženi ratni zločinci imenuju i predstavljaju itd. Kako tvrde Volčič i Džihana (2011, 11–12), “...medijsko praćenje suđenja je pokazalo dominantne interese i perspektive etničkih frakcija koje predstavljaju pojedinačne medijske organizacije”. Političke elite redovno koriste etno-nacionalnu retoriku, a mediji je reproduciraju.

Neki od naših ispitanika naročito ukazuju na to da je politička pluralnost u Republici Srpskoj ugrožena jer je većina (naročito štampanih i elektronskih) medija na neki način bliska vladajućem SNSD-u, a neki od njih su posljednjih godina dobijali znatna sredstva od Vlade Republike Srpske. Spominju se i političke veze u FBiH, te se navodi da nekoliko vodećih političkih stranaka utječe na različite medije.

Političke veze naročito se pripisuju dnevnim listovima u BiH, te se tako *Dnevni avaz* smatra bliskim aktuelnom ministru sigurnosti i lideru Saveza za bolju budućnost (SBB), za razliku od dnevnog lista *Oslobođenje*, za koji se vjeruje da je blizak Stranci demokratske akcije (SDA), dok se *Nezavisne novine* i *Glas Srpske* smatraju bliskim SNSD-u.¹⁶⁵

¹⁶⁴ Vidjeti, naprimjer, prethodne izvještaje MSI-a (Media Sustainability Index – Indeks medijske održivosti) organizacije IREX.

¹⁶⁵ Međutim, ne treba prenaglašavati efekte ovih veza na sadržaj medija. Kako je rekao jedan od naših ispitanika, većina medijskog sadržaja još uvijek je korektna i samo se za sadržaj koji je direktno vezan za relevantne političke stranke može očekivati da bude pristrasan i neprofesionalan (Davud Muminović, pomoćnik urednika na Al Jazeera Balkans).

Bliskost medija sa političkim strankama možda se najjasnije vidi u vrijeme izbora (Udovičić 2010). Naprimjer, 2010. godine izvještaji u dnevnim listovima i na dnevnicima na javnim emiterima FTV-u i RTRS-u bili su veoma pristrasni (Ibid.), pri čemu se prvi emiter bavio kritikom vlasti RS-a, a drugi je podržavao SNSD.¹⁶⁶ Dok se za RTRS smatra da je u službi vodeće stranke SNSD-a, pojedini ispitanici navode da je FTV 2012. godine prenio svoju naklonost sa SDP-a na SDA. Kako kaže jedan od naših ispitanika, dok je bio angažiran kao novinar na RTRS-u nije smio izvještavati o umiješanosti bivšeg gradonačelnika Dervente u trgovinu maloljetnim osobama: “To je završeno pogodbom u Tužilaštvu BiH... Nisam dobio mogućnost da kažem pravu istinu o gradonačelniku.”

Određeni poslovni interesi također se iskazuju kroz pristrasne medijske izvještaje. Naprimjer, izvještaji o već spomenutim izmjenama Kodeksa o komercijalnim komunikacijama (kojima je dodatno smanjeno trajanje oglašavanja na javnim emiterima) razlikovali su se kada su se o njima izjašnjavali javni servisi, sa jedne strane, i privatni emiteri, sa druge, odražavajući na taj način njihove pojedinačne interese.¹⁶⁷

Kvalitet novinarstva dodatno je kompromitiran tendencijom komercijalizacije, zbog čega mediji nude “malo relevantnih stvari. To se većinom svodi na šou biznis... ili saopštenja za štampu jedne ili druge stranke” (Emir Zatega, novinar Centra za istraživačko novinarstvo). Zbog borbe za gledanost i nedostatka kapaciteta, mediji imaju tendenciju da “objavljuju nepotvrđene informacije...” (Boris Vakić, *EuroBlic*), dok nespремnost institucija da pruže tražene informacije donekle destimulira istraživačko novinarstvo (kako je navela Jelena Vuić, novinarka ATV-a). Ipak, postoji prilično dobar okvir za pristup informacijama u posjedu javne vlasti,

¹⁶⁶ Vidjeti također Džihana i ostali (2012).

¹⁶⁷ Ova je konstatacija zasnovana na viđenju nekoliko ispitanika i ni u kom slučaju nije potvrđena kroz sistematičnu analizu sadržaja.

a žalbeni procesi su se razvijali kroz nekoliko nedavnih sudskih presuda.¹⁶⁸ I pored toga, istraživačko novinarstvo je rijetko i njime se kao izuzetak bavi manjina medija. Mediji se, kako je kazala jedna od naših ispitanica, pretežno bave dnevnim događajima i jedva dostižu profesionalni minimum (Radmila Žigić, Radio Pan).

5.5. Svjetla strana novinarskih praksi

Primjeri dobrog i izvorima bogatog novinarstva i doprinosa pluralizmu u većoj mjeri mogu se pronaći među *online* medijima. Različiti izvori navode da su dobri novinarski prilozi i kritički i angažirani tekstovi zastupljeni u *online* časopisima *Žurnal* i *Buka*, te na web-stranici Centra za istraživačko novinarstvo (CIN). Sva tri medija zavise od podrške međunarodnih donatora. Čini se da časopis *Slobodna Bosna* uspijeva očuvati uređivačku nezavisnost od političkog uplitanja, ali, kako su naveli pojedini ispitanici, kvalitet je ovog časopisa ugrožen zbog nedostatka novca i osoblja. Državni javni servis BHRT također održava relativno balansirano izvještavanje i tokom godina nije popustio političkim utjecajima. Drugi mediji koji se često spominju po doprinosu komunikacijskim procesima u BiH i po profesionalizmu su stranog porijekla, kao naprimjer Radio Deutsche Welle¹⁶⁹ i nedavno otvorena novinska agencija Anadolu. Smatra se da je Al Jazeera Balkans podigla profesionalne standarde u BiH, ali je tokom protesta koji su održani u februaru 2014. godine u nekoliko gradova BiH kritizirana, kao i mnogi drugi mediji, zbog zanemarivanja motiva i potencijalnih pozitivnih efekata kolektivnih akcija, jer je posvetila previše pažnje nasilju koje se dogodilo tokom protesta.

¹⁶⁸ Sud je 2013. godine CIN-u dozvolio pristup informacijama o plaćama državnih službenika u dvije državne institucije. Vidjeti više u: CIN, "CIN dobio dvije tužbe protiv institucija".

¹⁶⁹ Jedan od ispitanika, na osnovu vlastitog iskustva, rekao je da DW poštuje profesionalni standard balansirano izvještavanja i omogućava istraživačko novinarstvo (Emir Musli, slobodni novinar).

Regulatorni sistem (u oblasti emitiranja) i samoregulatorni sistem (u štampanim medijima, a od 2011. godine i u *online* medijima) doprinijeli su većem poštovanju profesionalnih standarda. Domet samoregulatornog mehanizma, međutim, i dalje je naročito ograničen, jer ne pokazuju svi mediji spremnost da se aktivno angažiraju u samoregulatornom sistemu.

5.6. Zaključci

Nekoliko faktora narušava kvalitet i kredibilitet medija:

- loš socijalno-ekonomski položaj novinara i kršenje njihovih radnih prava,
- nepostojanje novinarske autonomije zbog političkih veza medija,
- teška ekonomska situacija medija, nedostatak sredstava za kvalitetno i istraživačko novinarstvo i komercijalizacija medijskog sadržaja,
- zavisnost medija od finansiranja od strane vlasti na različitim nivoima i politički motivirana imenovanja urednika i upravljačkih struktura,
- nezainteresiranost vlasnika medija da ulažu u kvalitetno novinarstvo, istraživačko novinarstvo i specijalizaciju novinara za pojedine oblasti,
- različiti pritisci i napadi na novinare,
- nedostatak podrške za novinare u okviru novinarske i šire zajednice,
- obeshrabrujuće nepostojanje utjecaja angažiranog novinarstva na institucionalne akcije i društvene promjene.

Ukratko, kvalitet novinarstva i istraživački novinarski sadržaji ugroženi su zbog nedostatka sredstava u medijima i zbog političkih i ekonomskih veza, pritiska i utjecaja. Ovi interesi se osiguravaju kroz određene vidove cenzure, ali još više kroz samocenzuru i kroz politički i ideološki konformizam novinara. Mehanizmi političkih veza su različiti. Među njima su direktne veze direktora medija i, u određenoj mjeri, koruptivne prakse, kao i finansijski utjecaj na medije. Težak so-

cijalno-ekonomski položaj novinara, nepoštivanje radnih prava, nepostojanje institucionalne zaštite, manjkavo kolektivno organiziranje i, naposljetku, nedostatak podrške javnosti čine novinare podložnijim pritiscima i obeshrabruju njihov rad na pričama koje bi mogle zahtijevati širu podršku.

6. FINALNI ZAKLJUČCI

Regulatorni i institucionalni okvir za medijski sektor postavio je temelj pacifikacije i regulacije medija. Važni pozitivni koraci bili su uspostavljanje institucionalnog okvira (RAK) i određenih zakonskih i regulatornih normi (naprimjer, zakoni o javnim radiotelevizijskim servisima, Zakon o komunikacijama itd.). Uspostavljen je i samoregulatorni okvir, ali traje borba za njegovo šire prihvatanje među štampanim i *online* medijima. Međutim, daljnja su unapređenja u zastoju, a trendovi tokom protekle decenije generalno su zabrinjavajući. Ključni su akteri bili indolentni i nisu pronašli prave odgovore na teškoće u medijskom sektoru na nivou medijskih politika, dok su postojeće norme donekle narušene u praksi.

Nekoliko ključnih faktora koji se tiču medijskog okruženja narušavaju nezavisnost i održivost medija i, naposljetku, kvalitet novinarstva u BiH. Ovaj sektor trpi posljedice snažnog političkog uplitanja i oštre polarizacije duž entitetskih, nacionalnih i političkih linija. Političko uplitanje se intenziviralo kroz nastavak populističke retorike, onemogućavanje transformacije javnih servisa i kroz pritisak na RAK. Nekoliko nedavnih problematičnih inicijativa i izmjena medijskih politika još je više olakšalo uplitanje u uređivačku politiku entitetskih emitera, učvrstilo politički utjecaj na RAK i ograničilo njegove ovlasti, a pokrenuta je i inicijativa čija je namjera bila smanjiti odgovornost u smislu slobode pristupa informacijama, no, ona je propala zahvaljujući pritisku međunarodne zajednice i civilnog sektora.

Smatra se da je većina medija blisko povezana s političkim elitama, bilo kroz nominalno vlasništvo, bilo kroz skriveno vlasništvo, bilo kroz finansijske tokove. Političko uplitanje se, naprimjer, postiže kroz finansiranje “lojalnih medija” od strane vlasti, ali se proteže i na oglašivačke prakse vodećih oglašivača u zemlji – javnih preduzeća, bliskih vodećim političkim strankama. Uvid javnosti u sporne

obrasce vlasništva i finansiranja je mali i uglavnom zasnovan na sporadičnim medijskim izvještajima.

Ekonomsko okruženje je takvo da teško može potaknuti kvalitetno novinarstvo. Tržište je osiromašeno i smanjuje se već godinama zbog ekonomske krize, odliva prihoda ka većim stranim medijima, ali i zbog toga što je donatorska pomoć manje dostupna, a stopa je naplate RTV-pretplata pala. Medijska industrija opterećena je borbom za moć, koja šteti vjerodostojnosti i održivosti sistema mjerenja i još više odvraća potencijalne oglašivače.

Profesionalno organiziranje na sličan je način oslabljeno etničkim i entitet-skim podjelama i nepostojanjem zajedničkih inicijativa za promoviranje socijalno-ekonomskog položaja i poboljšanje zaštite medija i novinara izloženih pritiscima.

Generalno govoreći, većina medija funkcioniра s veoma malim budžetom i uglavnom ne može priuštiti kvalitetno novinarstvo, niti kritiku malobrojnih vodećih izvora prihoda i s njima povezanih aktera. Novinari su obeshrabreni da se bave istraživačkim novinarstvom iz nekoliko razloga, a glavni od njih su: egzistencijalna nesigurnost, nedostatak podrške institucija i organizacija civilnog društva, te generalno uvjerenje da istraživačko novinarstvo ne može potaknuti društvene promjene.

Ključni elementi integriteta medija tako ostaju neriješeni, uključujući transparentnost vlasništva i (ne)adekvatna ograničenja stranog vlasništva i sukoba interesa, neodrživo veliki broj medija, veliki broj neprivatiziranih emitera, netransparentnost javnog finansiranja i nepostojanje garancija zaštite javnog interesa, nefunkcionalan javni servis, prepreke u procesu digitalizacije itd. Rezultati istraživanja ukazuju na zaključak da postoji hitna potreba za strateškim pristupom u rješavanju svih ovih problema. Prethodna iskustva ukazuju na potrebu za uključivanjem različitih društvenih aktera, uključujući institucije vlasti, medijsku industriju, civilni sektor i međunarodnu zajednicu, kako bi se balansirali pojedinačni interesi onih na vlasti, omogućile promjene u skladu sa javnim interesom i javnosti dao bolji uvid u sporne vlasničke i obrasce finansiranja u medijskom sektoru.

7. Preporuke

I. Medijske politike

Iako smo svjesni teškoća zalaganja za suštinske izmjene medijskih politika u opisanim okolnostima i u duboko podijeljenom medijskom okruženju, različiti društveni akteri mogu preduzeti sljedeće ključne korake:

- Rezultate istraživanja koristiti kao osnovu za inicijative u domenu medijskih politika. Bilo bi poželjno uspostaviti redovan sistem prikupljanja podataka, istraživanja i analize različitih aspekata medijskog sektora i uključiti ga u proces odlučivanja. Da bi se to postiglo, treba unaprijediti kapacitete državnih institucija, akademske zajednice i nevladinog sektora kako bi mogli vršiti odgovarajuće analize medijskog sektora.
- Poboljšati mehanizme sprečavanja neskrivenog utjecaja političkih aktera na medijski sektor kroz garanciju uređivačke nezavisnosti (prvenstveno osiguravanjem da se članovi regulatornog tijela, upravljačkih tijela javnih servisa i direktori i urednici medija imenuju u nezavisnim postupcima na osnovu stručnosti, te osiguravanjem nezavisnih obrazaca finansiranja). Naposljetku, institucije od značaja za medijski sektor (Ministarstvo komunikacija, Ministarstvo finansija, Konkurencijsko vijeće, RAK itd.) treba da donesu fiskalne politike koje će pomoći održivosti medija (porezne olakšice, dozvoljavanje medijima zajednice da ubiru prihode od oglašavanja itd.) i omogućiti im proizvodnju pluralnog i kvalitetnog medijskog sadržaja.
- Unaprijediti postojeće zakone kako bi bili jasniji i kako bi se osigurala njihova dosljedna primjena. Naprimjer, potrebna je preciznija definicija “poticanja na mržnju” (u krivičnim zakonima), kao i standarda za utvrđivanje “duševne boli” (u Zakonu o kleveti). Što se tiče Zakona o slobodi pristupa informacijama (ZOSPI), treba pružiti više garancija transparentnosti informacija u posjedu vlasti, uključujući sankcije protiv institucija koje ne djeluju u skladu sa zako-

nom (koje su predviđene državnim zakonom, ali ne i entitetskim). To uključuje i bolje uređivanje transparentnosti i legitimnosti finansiranja medija od strane vlasti, kao i preispitivanje statusa lokalnih javnih medija.

- Formulirati zakone protiv koncentracije vlasništva kako bi se spriječila moguća buduća koncentracija vlasništva nad medijima i nedostatak medijskog pluralizma.
- Poboljšati transparentnost medijskog poslovanja, a prije svega transparentnost vlasništva i obrazaca finansiranja.
- Poboljšati kapacitete različitih aktera koji će doprinijeti boljoj implementaciji i izradi medijskih politika. Ovo se naročito odnosi na jačanje kapaciteta RAK-a i zaštitu njegove nezavisnosti u kontekstu aktuelnih pritisaka na ovu instituciju. Organizacije civilnog društva također treba da izgrađuju svoje kapacitete kako bi aktivno utjecale na medijske politike umjesto samo reagirale na neosnovane inicijative za izmjene medijskih politika.
- Organizacije civilnog društva, u saradnji sa Institucijom ombudsmena za ljudska prava i međunarodnim institucijama, a eventualno i sa drugim državnim institucijama, treba da se uključe u razvoj medijskih politika kako bi spriječile eventualne štetne izmjene (kao one koje su nedavno pokrenute) i doprinijele najboljim rješenjima.

II. Medijsko vlasništvo

- Poboljšati transparentnost zvaničnih podataka o medijskom vlasništvu; konkretnije, registri preduzeća u RS-u treba da pružaju ove informacije putem *online* platformi. *Online* registar preduzeća u FBiH, koji se nalazi na web-stranici www.pravosudje.ba, predstavlja dobar korak naprijed; bilo bi poželjno da se *online* registri centraliziraju ili povežu kako bi se olakšao pristup. *Online* registar emitera koji vodi RAK treba sadržavati i informacije o vlasnicima medija.

- Razviti medijske politike i institucionalni i samoregulatorni okvir kako bi se riješio problem netransparentnosti *online* medija. Treba pokrenuti istrage web-stranica koje funkcioniraju kao medijska preduzeća, ali tako nisu zvanično registrirane; treba potaknuti *online* medije da na svojim stranicama objavljuju podatke o vlasništvu i kontakt-podatke i da se aktivno angažiraju u samoregulatornom sistemu kako bi se na taj način promovirale profesionalne norme.
- Razviti mehanizme kontrole kapitala i zvaničnih vlasnika nasuprot skrivenim. Općinski sudovi treba da garantiraju ispunjavanje svih uvjeta za registraciju medijskih preduzeća, uključujući poštivanje propisa o sukobu interesa, kao i propisa o stranom vlasništvu; Organi vlasti treba da istražuju eventualna kontroverzna, skrivena vlasništva; mediji i organizacije civilnog društva mogu imati veliku ulogu u demaskiranju “sumnjivih” vlasničkih obrazaca i objavljivanju informacija o mogućim afilijacijama vlasnika.
- Ponovo razmotriti i unaprijediti zakonski okvir kako bi se spriječilo “indirektno” strano vlasništvo koje je utvrđeno u nekoliko velikih slučajeva.
- Unaprijediti propise o sukobu interesa direktora i urednika medija kako bi se spriječilo sljedeće:
 - utjecaj državnih službenika na uređivačke politike medija koje zvanično ne posjeduju, ali za koje se pretpostavlja da su povezani s njima (u vlasništvu članova porodice, postojanje bilo kakvog interesa u medijima);
 - imenovanje osoba s političkim vezama u upravne odbore i politički angažiranih urednika; prilikom imenovanja treba uzeti u obzir mišljenje medijskih radnika i u privatnim i u javnim medijima.
- U saradnji s Konkurencijskim vijećem, RAK-om, Ministarstvom komunikacija i drugim nadležnim institucijama, treba usvojiti zakone kojima se sprečava koncentracija vlasništva.
- Riješiti status lokalnih javnih medija osiguravanjem njihove uloge ispunjavanja javnog interesa (istraživanja i konsultacije sa građanima i stručnjacima kako

bi se utvrdilo da li je zadovoljen interes javnosti, odnosno kako se on može bolje zadovoljiti kroz ove javne medije), uređivačke nezavisnosti (mehanizmi osiguranja nezavisnih procedura imenovanja i finansiranja koji ne zavise od samovoljnih odluka trenutnih lokalnih vlasti) i konkurencije (medijska industrija i Konkurencijsko vijeće treba da razviju politike koje će osigurati da lokalni javni mediji ne predstavljaju nedozvoljenu konkurenciju lokalnim privatnim medijima koji se natječu za iste izvore oglašavanja). Ovi mediji mogu se djelimično transformirati da postanu mediji zajednice, mogu se umrežiti radi smanjenja troškova proizvodnje, transformirati u lokalne urede javnih servisa i dijelom privatizirati.

- Riješiti kontroverze vezane za vlasništvo nad firmom koja upravlja sistemom za mjerenje gledanosti, tj. treba učiniti transparentnim vlasništvo nad *Audience Measurement*, agencijom koja pruža podatke o gledanosti televizijskih stanica.
- Javnost treba biti upoznata sa vlasničkim obrascima koji mogu utjecati na integritet medija. Tačnije, organizacije civilnog društva treba da to zahtijevaju kroz javne rasprave o političkoj ekonomiji medija, kroz kritičku analizu medijskih praksi koje ukazuju na sporne veze medija, kroz reakcije na problematiku imenovanja direktora i urednika medija, te druge aktivnosti.

III. Finansiranje medija

- Promovirati dobrovoljnu finansijsku transparentnost među medijima. Udruženja novinara, Vijeće za štampu i druge institucije civilnog društva treba da promoviraju praksu objavljivanja vrste prihoda i liste izvora prihoda kao načina na koji mediji pokazuju svoju društvenu odgovornost i aktivno promoviraju integritet medija.
- Poboljšati korektivne mehanizme za loše ocijenjene aspekte rada javnih radiotelevizijskih servisa. Finansijski i revizorski izvještaji, nakon povratnih informacija od parlamenta, treba da služe kao osnova za donošenje mjera za

unapređenje. S druge strane, civilni sektor treba da prati rad javnih servisa i da zahtijeva pozitivne promjene kroz javnu kritiku i konsultacije s predstavnicima javnih servisa.

- Domaće tržište oglašavanja treba zaštititi od pretjeranog odliva prihoda na strana tržišta. Medijska industrija i davaoci podataka o publici treba da zadrže praksu neobjavlivanja informacija o gledanosti stranih medija u BiH; medijska industrija treba da se zalaže za pozitivna rješenja na međunarodnom nivou i na nivou nacionalnih politika.
- Poboljšati logiku i procedure finansiranja medija od strane vlasti.
 - Institucije vlasti treba da osiguraju korištenje dosljednih kriterija ocjenjivanja javnih interesa prilikom dodjele sredstava pojedinačnim medijima. Kriterije treba utvrditi na osnovu dostupnih analiza i javnih konsultacija.
 - Sve institucije vlasti treba da osiguraju potpunu transparentnost postupaka odabira medija prilikom dodjeljivanja finansijskih sredstava.
 - Javna sredstva treba koristiti isključivo za proizvodnju određenih sadržaja od javnog značaja.
 - Institucije vlasti treba da osiguraju praćenje i ocjenjivanje koristi od finansiranja medija po javni interes.
- Institucije vlasti treba jasno da pokažu da je cilj njihovih oglašivačkih praksi napredak u oblasti za koju su nadležni, a ne promoviranje vladajuće političke partije. Zbog toga je potrebno definirati precizne procedure unutar institucija vlasti kojima će se utvrditi opravdanost oglašavanja. Monitoring tih praksi od strane civilnog društva i medija treba da služi kao dragocjen korektivni mehanizam.
- Poboljšati sistem mjerenja publike i upotrebu dobijenih podataka. Poboljšanja sistema mjerenja slušanosti/čitanosti/posjeta u radijskom (peoplemetri), štampanom (tiraži) i *online* medijskom sektoru (veća upotreba sistema za pružanje detaljnih podataka o ponašanju korisnika i demografskih podataka) bila bi korisna za promoviranje integriteta medija, ali ona zavise od poslovnih interesa i finansijskih mogućnosti medija.

- Treba riješiti sadašnje kontroverze oko sistema mjerenja TV-gledanosti. Konkurencijsko vijeće i tužilaštvo treba da riješe aktuelne pritužbe o mogućim nedozvoljenim praksama od strane firme *Audience Measurement*, te moguću zloupotrebu ovlasti direktora Instituta za mjeriteljstvo BiH.
- Medijska industrija treba pružiti garancije da je sistem mjerenja TV-gledanosti pouzdan i finansijski održiv, što zahtijeva nezavisne revizije, pružanje oglasaivačima dokaza o pouzdanosti podataka, kao i održivi obrazac finansiranja jednog ili oba sistema mjerenja gledanosti.

IV. Javni radiotelevizijski servisi

- Osigurati garancije protiv politizacije postupaka imenovanja upravnih odbora: a) umjesto da Parlament/Narodna skupština ima apsolutne ovlasti u ovom procesu (kao u slučaju RTVFBiH i odnedavno RTRS-a), liste kandidata bi, kao nezavisna agencija, trebao pripremati RAK; b) treba detaljno utvrditi i strogo primjenjivati kriterije procjene stručnosti kandidata; c) ne treba tolerirati praksu neimenovanja najbolje rangiranih kandidata, tj. treba jasno definirati moguće razloge za neimenovanje; d) treba obeshrabiliti moguća politički motivirana razrješenja članova odbora uspostavljanjem transparentnog i jasno utvrđenog postupka za žalbe. Čini se da su aktuelni trendovi suprotni tome i da omogućavaju samovoljne odluke, zbog čega su itekako potrebne inicijative civilnog društva.
- Garantirati autonomiju javnih radiotelevizijskih servisa kroz nezavisne izvore prihoda. Nedavne izmjene Zakona o RTRS-u izazivaju zabrinutost da će se mogućnost direktnog finansiranja RTRS-a iz budžeta Vlade RS-a koristiti da se vrši direktan utjecaj na RTRS. Treba uvesti mjere kojima će se garantirati da finansiranje od strane vlasti ni na koji način neće biti uvjetovano, a direktne javne subvencije za "infrastrukturu i druge tehničke troškove" treba ukinuti (kao što preporučuje organizacija "Article 19") i umjesto toga ta sredstva

namijeniti za proizvodnju programa. Ukratko, zakonski okvir i mehanizmi implementacije treba da osiguraju da dodijeljena sredstva budu dovoljna za optimalno funkcioniranje javnih servisa. Dok se ne riješi problem niske stope naplate RTV-pretplata, treba preispitati odluku o smanjenju trajanja reklama na javnim servisima sa 6 na 4 minute; treba procijeniti finansijske potrebe javnih servisa, a iznos RTV-pretplata treba odrediti na osnovu procijenjenih potreba i u konsultaciji sa predstavnicima javnih servisa.

- Udio prihoda od oglašavanja ograničiti na način kojim će se osigurati da: a) emiteri u okviru javnog servisa ne budu previše zavisni od oglašavanja, b) privatni mediji ne budu neopravdano ugroženi pretjeranim oglašavanjem na javnim servisima u okolnostima koje mogu predstavljati nelojalnu konkurenciju. Međutim, ove odluke treba donijeti u pravo vrijeme i jedino ako neće biti ugrožena održivost javnih servisa, tj. ako će javni servisi dobiti dovoljno sredstava za svoje tehničke, administrativne i produkcijske troškove.
- Formirati korporaciju unutar sistema javnog servisa kako bi se, između ostalog: a) racionalizirali troškovi javnih servisa, b) izradila zajednička strategija i prakse oglašavanja tri emitera, c) koordinirale sve druge aktivnosti koje se tiču tehnološkog razvoja i upravljanja prijenosnom mrežom, d) koordinirali koraci koji vode ka digitalizaciji. Zalaganje za uspostavljanje korporacije onemogućeno je zbog nepostojanja političke volje onih koji odlučuju.
- Jasnije definirati misiju javnog servisa i predvidjeti procedure kojima se garantira njeno ispunjavanje. Misija javnog servisa treba odražavati svu složenost države, te pokušati zadovoljiti potrebe svih dijelova bosanskohercegovačkog društva; to može obuhvatati i uspostavljanje sistema monitoringa medijskih sadržaja i ispunjavanja programskih obaveza (eventualno omogućavanjem RAK-u ili organizacijama civilnog društva da vrše monitoring), kao i transparentnih postupaka žalbi na programe javnih servisa. Važnu ulogu u ovom procesu treba da imaju konsultacije sa građanima kroz (legitimno imenovana) programska vijeća.

V. Novinarstvo i položaj novinara

- Zalagati se za dosljednu primjenu postavljenih standarda prilikom imenovanja rukovodnog osoblja javnih medija kako bi se osigurala njihova relativna autonomnost i izbor na osnovu stručnosti, a mišljenje novinara u medijima o kandidatima za urednike treba imati odlučujuću ulogu prilikom imenovanja.
- Osigurati sredstva za proizvodnju medijskog sadržaja od javnog značaja, pri čemu treba osigurati da raspodjela sredstava bude transparentna i zasnovana na programskim kriterijima i javnom interesu.
- Zagovarati bolje zaštite radnih prava novinara i zaštite slobode medija kroz dosljedno praćenje relevantnih slučajeva, pružanje podrške novinarima izloženim pritiscima i zagovarati poštovanja prava i autonomije novinara.
- Uspostaviti zajedničku platformu u kojoj će učestvovati sva novinarska udruženja, zalažući se za zajedničke interese svih novinara u zemlji, bez obzira na etničku pripadnost i entitet iz kojeg dolaze – naprimjer, kroz vođenje kampanja za transparentnost, samoregulaciju, vjerodostojnost medija i zaštitu novinara. Noviji podaci o članstvu pokazuju da je broj članova u svim novinarskim udruženjima preko 1.900, što može biti moćna snaga za pozitivne promjene.
- Promovirati sindikalno i profesionalno udruživanje među novinarima, naročito u privatnim medijima, gdje sindikalno organiziranje gotovo da ne postoji.
- Promovirati odgovornost različitih društvenih aktera zbog pritisa i napada na novinare i medije, a naročito pozivati javne ličnosti na odgovornost. Ova praksa pritisa i napada treba izazivati snažnu javnu osudu i sudske procese u slučajevima napada ili pritisa na novinare.

Bibliografija

- AGCOM i RAK, *Overview of Communications Sector in Bosnia and Herzegovina*, 2008.
- Article 19, *A Model Public Service Broadcasting Law*, London 2005. Dostupno na: <http://www.article19.org/data/files/pdfs/standards/modelpsblaw.pdf> (stranica posjećena 21. februara 2014).
- Boev, B., *Analysis of the Laws Pertaining to Public Service Broadcasting System of Bosnia and Herzegovina*. Commissioned by the Office of OSCE Representative on Freedom of Media. 2012. Dostupno na: http://www.oscebih.org/documents/osce_bih_doc_201301161648304leng.pdf (stranica posjećena 10. februara 2014).
- Buka, "BUKA intervju: Mediji u BiH prepuni klevete" *Buka*, 19. septembar 2013. Dostupno na: <http://www.6yka.com/novost/39967/mediji-u-bih-prepuni-klevete> (stranica posjećena 6. marta 2014. godine).
- Dekić, S. *Civil Society Prevented Deterioration of Rights Provided in Freedom of Information Act*, Flash report, SEE Media Observatory, 2013. Dostupno na: <http://mediaobservatory.net/radar/flash-report-2-bh> (stranica posjećena 2. februara 2014).
- Džihana, A., Čendić, K. i Tahmaz M., *Mapping Digital Media: Bosnia and Herzegovina*, Open Society Fund, 2012. Dostupno na: <http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-bosnia-20120706.pdf> (stranica posjećena 10. februara 2014).
- Halilović, M., "Analiza Nacrta zakona o medijima RS: Nedostaci i rednosti," *Internews u Bosnia- Hercegovina*, 21. oktobar 2013. Dostupno na: <http://www.internews.ba/aktivnost/analiza-nacrta-zakona-o-medijima-rs-nedostaci-i-prednosti> (stranica posjećena 19. decembra 2014).
- Haraszi M., *Izvjestaj o stanju slobode medija u Bosni i Hercegovini*, OSCE, 2007. Dostupno na: <http://www.osce.org/bs/fom/24441> (stranica posjećena 22. decembra 2013).
- Hodžić, S., "Bosnia and Herzegovina", u *Labor Relations and Media: Analyzing Patterns of Labor Relations in the Media of SEENPM Member Countries*, SEENPM, 2008. Dostupno na: http://ijc.md/Publicatii/resurse/Labor_Relations_and_Media.pdf (stranica posjećena 21. februara 2014).
- Hodžić, S., *Bosnia and Herzegovina*, Flash report, SEE Media Observatory, 2013. Dostupno na: <http://mediaobservatory.net/radar/flash-report-bosniahercegovina>. (stranica posjećena 20. februara 2014).
- Hodžić, S., *The Credibility and Competence of PSB Boards are Questioned*, Flash report, SEE Media Observatory, 2013. Dostupno na: <http://www.mediaobservatory.net/> (stranica posjećena 10. februara 2014).

- Husejnefendić, Š., "Influencija news portala na perzistenciju printanih medija u Bosni i Hercegovini (Zbogom, 'papirnatom' novinarstvu?)" *Medijski dijalozi* 11, br. 5, 2012, str. 223–236.
- IREX, "Bosnia and Herzegovina", u *Media Sustainability Index (MSI)*, 2011. Dostupno na: http://www.irex.org/sites/default/files/EE_MSI_2011_Bosnia.pdf (stranica posjećena 21. februara 2014).
- IREX, "Bosnia and Herzegovina", u *Media Sustainability Index (MSI)*, 2013. Dostupno na: <http://www.irex.org/resource/bosnia-and-herzegovina-media-sustainability-index-msi> (stranica posjećena 21. februara 2014).
- Isanović, A., "Will the Digital Revolution be Televised? Concerns about the Future of Public Service Programming in Bosnia and Herzegovina", u *Public Service Television in the Digital Age*, ur. M. Sükösd i A. Isanović, Mediacentar, Sarajevo, 2008, str. 239–315. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/publication/javni-tv-servis-u-digitalnom-dobu-strategije-i-mogucnosti-u-pet-zemalja-jugoi-stocne> (stranica posjećena 21. januara 2014).
- Jusić, T., "Bosnia and Herzegovina", u *Media Ownership and its Impact on Media Independence and Pluralism*, ur. B. Petrović, Mirovni institut, Ljubljana, 2004, str. 61–92. Dostupno na: http://www2.mirovni-institut.si/media_ownership/ (stranica posjećena 21. februara 2014).
- Jusić, T. i Ahmetasević, N., *Media Reforms through Intervention: International Media Assistance in Bosnia and Herzegovina*, Working paper, Analitika, Sarajevo, 2013. Dostupno na: http://www.analitika.ba/sites/default/files/publikacije/jusic_and_ahmetasevic_-_rrpp_bih_medassistance_31dec2013_final.pdf (stranica posjećena 21. februara 2014).
- Marko, D., *The Role of Professional Journalist Associations in Generating Professionalism and Accountability of the Media in BiH*, Open Society Fund, 2012. Dostupno na: http://www.academia.edu/2045956/The_role_of_professional_journalist_associations_in_generating_professionalism_and_accountability_of_the_media_in_BiH (stranica posjećena 21. februara 2014).
- McQuail, D., *McQuail's Mass Communication Theory*, SAGE Publications, London, 2000, 4th Edition.
- Nyman-Metcalf K., *Legal Analysis of the Draft Law on Electronic Communications of Bosnia and Herzegovina*, OSCE, 2013. Dostupno na: <http://www.osce.org/fom/107410> (stranica posjećena 10. februara 2014).
- RAK, *Analiza tržišta emitovanja*, Sarajevo, 2013a. Dostupno na: <http://www.cra.ba/bih/index.php?uid=1381314621> (stranica posjećena 2. februara 2014).
- RAK, *ISP Report 2012*, Sarajevo, 2013b. Dostupno na: <http://www.cra.ba/bih/index.php?uid=1272548201> (stranica posjećena 2. februara 2014).
- Tešanić, N. (ur.), *Balkan Media Barometer: The First Home Grown Analysis of the Media Landscape in Bosnia and Herzegovina*, Friedrich Ebert Foundation, Sarajevo, 2011. Dostupno na: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sarajevo/09052.pdf> (stranica posjećena 12. januara 2014).
- Udović, R. (ur.), *Kako su mediji pratili izbornu kampanju*, Media plan institut i Konrad Adenauer Stiftung, Sarajevo, 2010. Dostupno na: <http://www.mediaplan.ba/docs/Izbori2010BA.pdf> (stranica posjećena 21. februara 2014).

Vijeće za štampu BiH i BH novinari, *Indicators for Measuring Media Freedoms in the Countries Members of Council of Europe*, Shadow report for BiH, 2012. Dostupno na: <http://www.civilrightsdefenders.org/files/Indicators-for-Media-in-a-Democracy-Bosnia-and-Herzegovina-report.pdf> (stranica posjećena 12. januara 2014).

Volčič, Z. i Džihana, A., 'Introduction: Towards Peace Journalism', u *Media and National Ideologies: Analysis of Reporting on War Crime Trials in the Former Yugoslavia*, ur. A. Džihana i Z. Volčič, Mediacentar, Sarajevo, 2011, str. 7–40.

Novinarski i drugi članci

Aščić, M., "M:tel kupuje Logosoft za 24 miliona maraka," *Dnevni avaz*, 25. decembar 2013. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 27. decembra 2014).

B. A., "Dodik: Amerikanci Trišiću dali 800.000 dolara da napravi ovu hajku protiv mene," *Vijesti.ba*, 28. novembar 2013. Dostupno na: <http://www.vijesti.ba/vijesti/bih/181075-Dodik-Amerikanci-Tri-sicu-dali-800000-dolara-napravi-ovu-hajku-protiv-mene.html> (stranica posjećena 7. januara 2014).

Baćanović, V., "Cijena bošnjaštva," *Buka*, 3. juli 2012. Dostupno na: <http://www.6yka.com/novost/25490/cijena-bosnjastva> (stranica posjećena 4. februara 2014).

Bjelajac, M., "Šta se krije iza inicijative Udruženja novinara RS," *Radio slobodna Evropa*, 25. maj 2013. Dostupno na: <http://www.slobodnaevropa.org/content/sta-se-krije-iza-inicijative-udruzenja-novinara-rs/24995987.html> (stranica posjećena 14. decembra 2014).

Čardžić, F., "Ivan Čaleta i OBN napali su sve nas," *Dnevni avaz*, 12. januar 2006. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 27. decembra 2013).

CIN, "CIN dobio dvije tužbe protiv institucija," 1. novembar 2013. Dostupno na: <http://www.cin.ba/cin-dobio-dvije-tuzbe-protiv-institucija/> (stranica posjećena 25. februara 2014).

CIN, "Srcem na izbore i u kupovinu domaćih proizvoda," 7. august 2011. Dostupno na: <http://www.cin.ba/srcem-na-izbore-i-u-kupovinu-domacih-proizvoda/> (stranica posjećena 12. januara 2014).

CIN, "Šejla Turković: Zijad je naslijedio 900,000 KM," 4. april 2013. Dostupno na: <http://www.cin.ba/sejla-turkovic-zijad-je-naslijedio-900-000-km/> (stranica posjećena 13. januara 2014).

CIN, "Turković: Radončić platio za likvidaciju Kelmendija," 9. maj 2013. Dostupno na: <http://www.cin.ba/turkovic-radoncic-platio-za-likvidaciju-kelmendija/> (stranica posjećena 4. januara 2014).

Dedajić, M., "Pod lupom revizorski izvještaji za 2007. i 2008.," *Dnevni avaz*, 10. februar 2009. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 4. januara 2014).

FTV, *Dnevnik 2*, 25. septembar 2013.

- FTV, "Šta spaja RAK, Vanjskotrgovinsku komoru BiH i OBN," članak i snimak iz *Dnevnika* 2, 30. oktobar 2009. Dostupno na: <http://www.federalna.ba/bhs/vijest/76305/kako-je-stranac-protivno-zakonu-postao-vlasnik-obn-a> (stranica posjećena 12. januara 2013).
- Fazlić, M., "Milionski profit HT Eroneta izvučen preko marketinških agencija zagrebačkog 'Digitela' i sarajevsko-beogradske agencije SV-RSA koju vodi marketinški mešetar Neven Kulenović," *Slobodna Bosna*, 17. februar 2011. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 7. februara 2014).
- Hadžović, E., "Majmuni na javnom servisu," *MC Online*, 3. juli 2013. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/majmuni-na-javnom-servisu> (stranica posjećena 9. januara 2014).
- Halilović, M., "Mogu li se izbjeći tužbe za klevetu i uvredu?" *MC Online*, 19. januar 2009. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/etikaregulativa-novinarstvo-etika/mogu-li-se-izbjeci-tuzbe-za-klevetu-i-uvredu> (stranica posjećena 7. februara 2014).
- Halilović, M., "Zašto je (ne)privatljiva hrvatska televizija u BiH," *MC Online*, 11. mart 2013. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/zasto-je-neprihvatljiva-hrvatska-televizija-u-bih> (stranica posjećena 21. decembra 2013).
- Hoeler, H. G., Zgaga, B. Hećimović, E., "ERONET: Mi pokrivamo sve," *Slobodna Bosna*, 23. januar 2014, str. 32–36. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 25. februara 2014).
- Imamović, E., "Bilo jednom u BiH," *Buka*, 11. juni 2012. Dostupno na: <http://www.6yka.com/novost/24702/bilo-jednom-u-bih> (stranica posjećena 27. decembra 2013).
- Isović, M., "Još jedan udar na slobodno i nezavisno novinarstvo u RS," *Buka*, 7. oktobar 2013. Dostupno na: <http://www.6yka.com/novost/44968/jos-jedan-udar-na-slobodno-i-objektivno-novinarstvo-u-rs> (stranica posjećena 7. februara 2014).
- Janusz, P., "Spinom na spin," *Magazin*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/spinom-na-spin> (stranica posjećena 3. marta 2014).
- Jovanović, N., "O čemu šutimo kad šutimo o *Danima*," *MC Online*, 17. novembar 2010. Dostupno na: <http://www.media.ba/en/menadzment-novinarstvo/o-cemu-sutimo-kad-sutimo-o-danima> (stranica posjećena 23. januara 2014).
- Karup-Druško, Dž., "Pranje prljavih para u BiH," *Dani*, 30. decembar 2011. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 6. januara 2014).
- Knezović, G., "Trgovački talent s Baščaršije," *Poslovni.hr*, 15. juni 2007. Dostupno na: <http://www.poslovni.hr/after5/trgovacki-talent-s-bascarsije-45771> (stranica posjećena 12. januara 2014).
- Knežević, B., "Demonstrantima obećano oružje za napad na RS," *Press RS*, 11. februar 2014. Dostupno na: http://pressrs.ba/sr/vesti/vesti_dana/story/54891/Demonstrantima+obe%C4%87ano+oru%C5%BEje+za+napad+na+RS!.html (stranica posjećena 3. marta 2014).

- Kurir*, "Urednici Srne pisali vrhu Srpske: spasite nas, na samom smo dnu," *Kurir*, 25. august 2013. Dostupno na: <http://www.kurir-info.rs/urednici-srne-pisali-vrhu-srpske-spasite-nas-na-samom-smo-dnu-clanak-951915> (stranica posjećena 25. februara 2014).
- Kusmuk, Z., "Vasilije Andrić 'puca' na mjesto direktora policije," *Global*, 21. januar 2010. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 7. februara 2014).
- MC Online*, "BH novinari: Ovo je politička optužnica," (intervju s Borkom Rudić), 17. septembar 2013. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/bh-novinari-ovo-je-politicka-optuznica> (stranica posjećena 28. februara 2014).
- MC Online*, "Da' hrvatskom kanalu u BiH," 18. mart 2013. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/da-hrvatskom-kanalu-u-bih> (stranica posjećena 7. februara 2014).
- MC Online*, "Rezultati Međunarodne podrške medijima" (Izvještaj sa konferencije o međunarodnoj podršci medijima, koju je organizirala Analitika, Sarajevo, 27. septembar 2013), 30. septembar 2013. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin/rezultati-medunarodne-podrske-medijima> (stranica posjećena 8. februara 2014).
- MC Online*, "Senad Zaimović: javni RTV servisi su s pravom zabrinuti," 8. septembar 2013. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/senad-zaimovic-javni-servisi-su-s-pravom-zabrinuti> (stranica posjećena 20. februara 2014).
- M.D., "Propalu fabriku "Prehrana" Željka Dragičević prodala Gavrilu Bobaru," *Slobodna Bosna*, 11. august 2011. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info. (stranica posjećena 7. januara 2014).
- M.D., "SB saznaje: Dodik smijenio Davidovića, generalnog direktora RTRS-a," *Slobodna Bosna*, 25. septembar 2013. Dostupno na: <http://www.slobodna-bosna.ba/vijest/10593/sb-saznaje-dodik-smijenio-davidovica-generalnog-direktora-rtrs-a.html> (stranica posjećena 18. februara 2014).
- Metiljević, A., "Dok SIPA traga za milionima eura koje je 'oprao' Darko Aleksić, direktorica ATV-a Nataša Tešanović traga za – donacijama" *Slobodna Bosna*, 10. novembar 2011. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 18. februara 2014).
- Metiljević, A., "SDP započeo operaciju preuzimanja kontrole nad FTV-om," *Slobodna Bosna*, 26. oktobar 2013. Dostupno na: http://www.slobodna-bosna.ba/vijest/11035/moja_tv-sdp-zapocheo-operaciju-preuzimanja-kontrole-nad-ftv-om.html (stranica posjećena 18. februara 2014).
- Metiljević, A., "Akvizicija godine: Tešanjski 'AS' preuzeo sarajevski 'Klas'," *Slobodna Bosna*, 21. februar 2014. Dostupno na: <http://www.slobodna-bosna.ba/vijest/12712/akvizicija-godine-tesanjski-as-preuzeo-sarajevski-klas.html> (stranica posjećena 6. marta 2014).
- Mustajbegović, S., "OBN: Otvoreno pljačkanje Bosne," *Dani*, 4. mart 2005. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 7. februara 2014).
- N24, "Ne smanjujte mogućnosti razvoja javnih RTV emitera," 9. septembar 2013. Dostupno na: <http://www.n24.ba/novost/34583/Ne-smanjujte-mogucnosti-razvoja-javnih-RTV-emitera> (stranica posjećena 7. februara 2014).

- N. S., "Pisma čitatelja: Vera Sajić bira rukovodstvo Srne," *Oslobođenje*, 13. juni 2011. Dostupno na: <http://www.oslobođenje.ba/index.php?id=20365> (stranica posjećena 20. februara 2014).
- "Prestanak važenja zakona o medijima," *Radio Sarajevo*, 29. maj 2009. Dostupno na: <http://www.radio-sarajevo.ba/content/view/4230/> (stranica posjećena 18. februara 2014).
- S.A., "Federalna uprava policije proslijedit će naredne sedmice državnom Tužiteljstvu nalaze o kriminalu u Bošnjačkom institutu!" *Slobodna Bosna*, 29. juli 2013. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 21. januara 2014).
- Sadiković, M., "Jurišić smijenjena zbog političkih pritisaka?" *Radio slobodna Evropa*, 20. januar 2010. Dostupno na: http://www.slobodnaevropa.org/content/televizija_federacije_duska_juriscic/1935049.html (stranica posjećena 21. januara 2014).
- Vasković, S., Blog dostupan na: <http://slobodanvaskovic.blogspot.com>.
- V.S., "SNSD zabranio rad Alternativnoj televiziji," *Dnevni avaz*, 2. oktobar 2010. Dostupno u *online* bazi podataka: www.idoconline.info (stranica posjećena 7. februara 2014).

Online registri i baze podataka

- Arhiv sa spiskom zakona na web-stranici Ministarstva komunikacija i prometa. Dostupno na: http://www.mkt.gov.ba/dokumenti/zakoni/Archive.aspx?template_id=10&pageIndex=1 (stranica posjećena 9. septembra 2013).
- CIN, Baza podataka o budžetskim izdvajanjima za neprofitne organizacije i javne ustanove 2007–2011. Dostupno na: <http://database.cin.ba/finansiranjeudruzenja/> (stranica posjećena 9. septembra 2013).
- RAK, *Online* registar emitera. Dostupno na: <http://www.cra.ba/eng/index.php?uid=1276851773> (stranica posjećena 9. septembra 2013).
- Vijeće za štampu u BiH, Spisak štampanih medija. Dostupno na: http://english.vzs.ba/index.php?option=com_content&view=category&id=5&Itemid=8&lang=en (stranica posjećena 9. septembra 2013).
- Registri poslovnih subjekata u Bosni i Hercegovini. Dostupno na: <http://bizreg.pravosudje.ba/pls/apex/f?p=183:20:691269052975507>. (stranica posjećena 9. septembra 2013).
- Registar vrijednosnih papira u FBiH. Dostupno na: <http://www.rvp.ba/Section2/SubSection1/Default.aspx> (stranica posjećena 9. septembra 2013).

Saopćenja za štampu

- BH novinari, *UO Udruženja BH novinari traži povlačenje prijedloga liste kandidata za Vijeće RAK-a*, 28. oktobar 2013. Dostupno na: http://www.bhnovinari.ba/index.php?option=com_content&view=category&id=62&Itemid=240&lang=bs (stranica posjećena 10. februara 2014).
- BH novinari, *Otvoreno pismo Regulatornoj agenciji za komunikacije*, 19. juli 2013. Dostupno na: http://www.bhnovinari.ba/images/stories/pdf/ostalo/pismo_raku.pdf (stranica posjećena 16. februara 2014).
- Dunja Mijatović, Predstavnik OSCE-a za slobodu medija, *New draft electronic communications law in BiH could affect independence of communications regulator, says OSCE media freedom representative*, 25. oktobar 2013. Dostupno na: <http://www.oscebih.org/News.aspx?newsid=1780&lang=EN> (stranica posjećena 16. februara 2014).
- Mareco Index Bosnia, saopćenja za štampu. Dostupno na: <http://www.mib.ba/01e.asp>. (stranica posjećena 25. januara 2014).
- OSCE, *OSCE media freedom representative concerned about recent negative media freedom developments in BiH*, 18. oktobar 2013. Dostupno na: <http://www.oscebih.org/News.aspx?newsid=1565&lang=EN> (stranica posjećena 12. januara 2014).

Zakoni i propisi, nacrti i prijedlozi zakona

- Pravilo 57/2011 o javnim radio i televizijskim emiterima. Dostupno na: <http://www.cra.ba/eng/index.php?uid=1328108149> (stranica posjećena 25. januara 2014).
- Pravilo 55/2011 o pružanju audiovizuelnih medijskih usluga. Dostupno na: <http://www.cra.ba/eng/index.php?uid=1328108149> (stranica posjećena 25. januara 2014).
- Prednacrt novog Zakona o elektronskim komunikacijama. Dostupno na: <http://www.mkt.gov.ba> (stranica posjećena 25. septembra 2013).
- Zakon o javnom RTV-servisu BiH, *Službeni list BiH*, br. 92/05. Dostupno na: <http://www.mkt.gov.ba/bos/dokumenti/zakoni/Default.aspx?id=275&langTag=bs-BA> (stranica posjećena 24. marta 2014).
- Zakon o javnom RTV-sistemu BiH, *Službeni list BiH*, br. 78/05. Dostupno na: <http://www.mkt.gov.ba/bos/dokumenti/zakoni/default.aspx?id=276&langTag=bs-BA> (stranica posjećena 24. marta 2014).
- Zakon o komunikacijama Bosne i Hercegovine, *Službeni list BiH*, br. 31/03.
- Zakon o Radio-televiziji Federacije BiH (Zakon o RTVFBiH), *Službene novine FBiH*, br. 48/08. Dostupno na: <http://www.fbihvlada.gov.ba/bosanski/zakoni/> (stranica posjećena 24. marta 2014).

Zakon o Radio-televiziji Republike Srpske (Zakon o RTRS-u), *Službeni glasnik RS*, br. 49/06. Dostupno na: http://lat.rtrs.tv/comp/zakon_rtrs.php (stranica posjećena 24. marta 2014).

Zakon o udruženjima i fondacijama BiH, *Službeni list BiH*, br. 32/01 i 42/03.

Zakon(i) o slobodi pristupa informacijama, *Službeni list BiH*, br. 28/00 i 45/06, *Službene novine FBiH*, br. 32/01, *Službeni glasnik RS*, br. 20/01.

Zakon(i) o registraciji poslovnih subjekata, *Službeni list BiH*, br. 42/04, *Službene novine FBiH*, br. 27/05, *Službeni glasnik RS*, br. 42/05.

Zakon(i) o kleveti, *Službeni glasnik RS*, br. 37/07, *Službene novine FBiH*, br. 59/02, 19/03 i 73/05.

Ostali izvori

Agencija APIF, Registar poslovnih subjekata u RS-u.

Agencija za finansijske, informatičke i posredničke usluge.

Gemius Audience, podaci o posjećenosti *online* medija.

Institut za mjeriteljstvo BiH.

Mareco Index Bosnia (MIB), AD Index 2012.

Mareco Index Bosnia (MIB), podaci o gledanosti, slušanosti i čitanosti medija.

Sudski registar preduzeća, Kanton Sarajevo.

Intervjui

Helena Mandić, direktorica oblasti emitiranja, Regulatorna agencija za komunikacije, 10. oktobar 2013.

Mehmed Agović, savjetnik, Ministarstvo komunikacija i prometa BiH, bivši direktor BHRT-a, 24. septembar 2013.

Mehmed Halilović, medijski analitičar, Internews u BiH, 17. septembar 2013.

Davud Muminović, pomoćnik urednika, Al Jazeera Balkans, 10. oktobar 2013.

Boris Lakić, zamjenik urednika, *Euro Blic*, 9. oktobar 2013.

Radmila Žigić, glavna i odgovorna urednica, Radio Pan, 9. oktobar 2013.

Željka Mihaljević, glavna i odgovorna urednica, Radio N, 9. oktobar 2013.

Željko Raljić, novinar i direktor, magazin *Respekt* i *online* magazin *Istinito*, 7. oktobar 2013.

Mirza Huskić, novinar i predstavnik Sindikata javnih RTV-servisa (RTVFBiH i BHRT), 8. oktobar 2013.

Maja Isović, novinarka, *online* magazin *Buka*, 8. oktobar 2013.

Jelena Vuić, novinarka, ATV, 10. oktobar 2013.

Ermin Zatega, Centar za istraživačko novinarstvo, 10. oktobar 2013.

Emir Musli, slobodni novinar, *Deutsche Welle* i *Dnevni avaz*, 8. oktobar 2013.

Elma Geca, predsjednica Sindikata RTV Goražde, 10. oktobar 2013.

Milkica Milojević, novinarka i predstavnica Udruženja "BH novinari", 10. oktobar 2013.

Eldin Hadžović, slobodni novinar, 8. januar 2014.

Selvedin Avdić, novinar, *online* magazin *Žurnal*, 8. januar 2014.

Suzana Mijatović, novinarka, sedmični časopis *Slobodna Bosna*, 12. januar 2014.

Mirza Sulejmanović, novinar, TVSA, 3. januar 2014.

Reuf Herić, direktor, Radio Q, 8. januar 2014.

Aida Hadžiavdić-Begović, izvršna direktorica, Mareco Index Bosnia, 19. decembar 2013.

Drugi izvori koji su konsultirani tokom istraživanja

Jasmin Marić, agencija Valikon; Borka Rudić, Udruženje "BH novinari"; Zija Dizdarević, novinar; Igor Soldo, bivši član Upravnog odbora RTVFBiH; anonimni izvor upućen u rad javnog servisa; Dragan Jerinić, Udruženje novinara Republike Srpske; Dušan Babić, medijski stručnjak; Midheta Kurspahić, glasnogovornica Elektroprivrede; Adnan Bilal, direktor marketinga RTVFBiH; Amer Toskić, predstavnik Sindikata grafičkih, izdavačkih i medijskih radnika FBiH; Mariana Šarčević, predstavnik Sindikata medija i grafičara RS-a; Marijana Ibišević, Agencija za zapošljavanje FBiH; Siniša Mihajlović, Sindikat radnika RTRS-a; Ljiljana Zurovac, direktorica Vijeća za štampu BiH; Mirza Huskić, predsjednik Sindikata zaposlenih u javnim RTV-servisima.

Autorice:

BRANKICA PETKOVIĆ magistrirala je sociologiju kulture na Fakultetu društvenih nauka Univerziteta u Ljubljani. Istraživačica je i menadžerica projekata u Mirovnom institutu, institutu za savremene društvene i političke studije u Ljubljani.

SANDRA BAŠIĆ HRVATIN doktorirala je na Fakultetu društvenih nauka Univerziteta u Ljubljani. Angažirana je kao profesorica na Univerzitetu “Primorska”, te kao viša istraživačica Naučno-istraživačkog centra u Kopru, Slovenija.

SANELA HODŽIĆ magistrirala je iz oblasti rodnih studija u Centru za interdisciplinarne studije Univerziteta u Sarajevu, a diplomirala je psihologiju. Radi kao koordinatorica istraživanja u Fondaciji za razvoj medija i civilnog društva “Mediacentar” u Sarajevu.

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna i univerzitetska biblioteka
Bosne i Hercegovine, Sarajevo

316.774(497.6)(049.5)
070(497.6)(049.5)

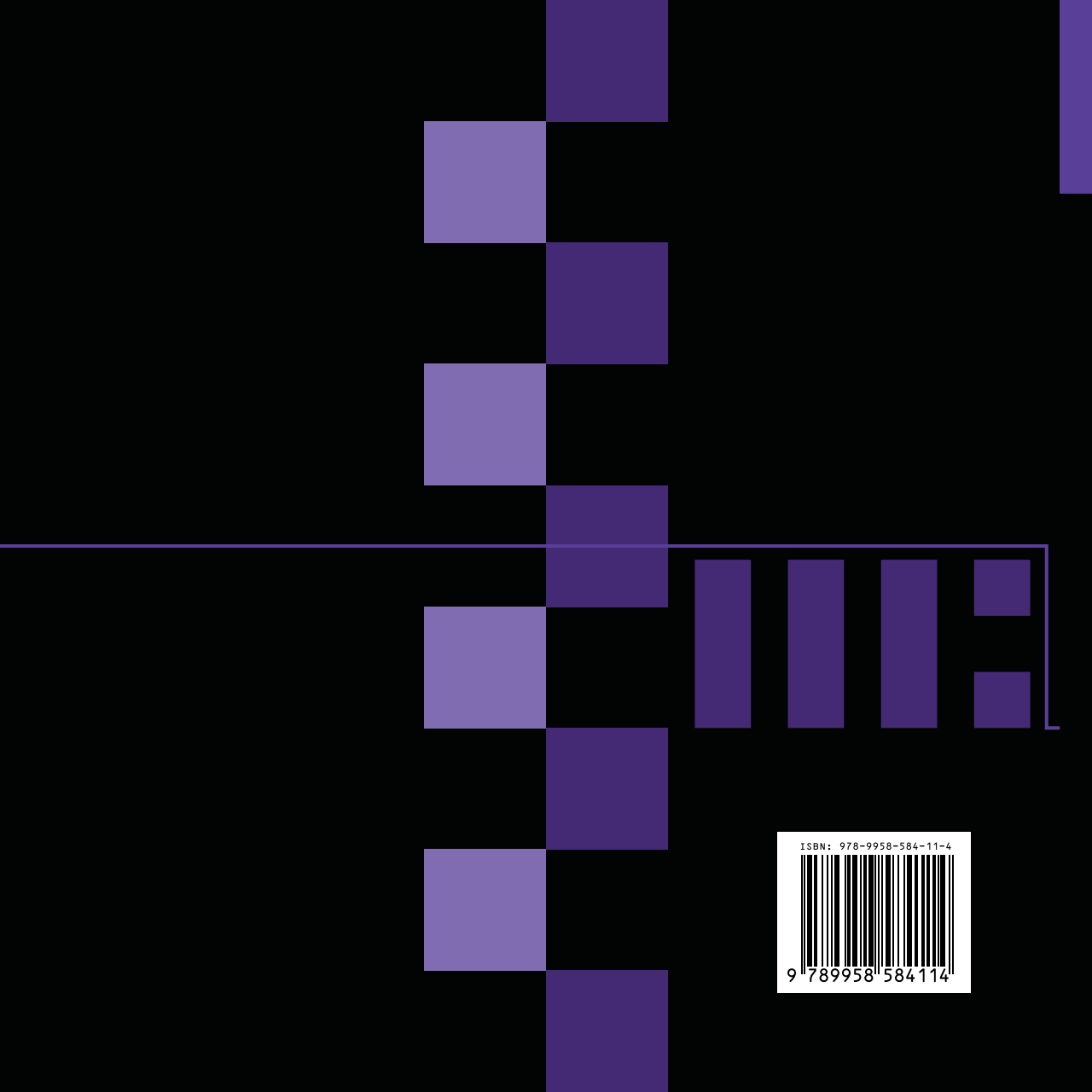
PETKOVIĆ, Brankica

Značaj medijskog integriteta : vraćanje medija
i novinarstva u službu javnosti : regionalni
pregled i istraživački izvještaj o medijskom
integritetu u Bosni i Hercegovini / [autorice
Brankica Petković, Sandra Bašić Hrvatinić, Sanela
Hodžić] ; [prijevod Nataša Kampmark, Kanita
Halilović]. - Sarajevo : Mediacentar, 2014. - 187
str. : graf. prikazi ; 17 x 17 cm

O autoricama: str. 187. - Bibliografija: str.
177-185

ISBN 978-9958-584-11-4

1. Bašić Hrvatinić, Sandra 2. Hodžić, Sanela
COBISS.BH-ID 21303558



ISBN: 978-9958-584-11-4



9 789958 584114