

Улога медија и новинара у стварању и очувању коруптивног амбијента

ВЛАДИМИР РАДОМИРОВИЋ



После победе на парламентарним изборима 2008. године Борис Тадић је у првом обраћању јавности обећао „реформе” у медијима који нису извештавали онако како је желео председнички кабинет. Обећано – испуњено. Као и правосуђе, медији су „реформисани” тако да се у корену сасече свака помисао на независност и самосталност. А као и у правосуђу, у „реформи” медија учествовали су људи из саме струке.

Тако је већ у јесен 2008. под контролу стављена Политика, уз помоћ новопостављених уредника који су се потрудили да испуњавају наредбе и молбе из кабинета. У лето 2009. усвојене су драконске измене и допуне Закона о јавном информисању, уведене тешке казне за сагрешења, а новинарима, уредницима и власницима медија који нису били „на линији” јасно поручено да ће бити на удару закона ако се сами не „реформишу”. Иако је прокламовани циљ овог закона било укидање таблоида Курир, који се замерио председнику странке Г17 плус Млађану Динкићу (он је запретио обарањем владе ако измене закона не буду усвојене) последице су се осетиле на широј медијској сцени. Уре-

дници су још пажљивије почели да читају текстове неподобних новинара и да их мењају тако да погађају вољу властодржаца.

У исто време, појачавају се пословне везе између државних и приватних медија и функционера. Фирма у којој је сувласник премијер Мирко Цветковић потписује уговор о пружању услуга са Политиком чију је уређивачку политику Влада ставила под контролу. Повећавају се и износи које државни органи и јавна предузећа дају приватним медијима, а у истом обиму повећавају се и накнаде агенцијама за оглашавање (Драстичан пример је уговор којим је Министарство здравља дало пет милиона динара агенцији Мекен Ериксон за медијску промоцију реконструкције клиничких центара која није ни почела. Та агенција је у власништву функционера Демократске странке Срђана Шапера.).

Успоставља се монопол над информацијама, а државни органи жмуре на очигледне случајеве концентрације капитала. Ни Републичка радиодифузна агенција (РРА), ни Комисија за заштиту конкуренције, ни Пореска управа не реагују на чињеницу да се власник Пинка Жељко Митровић појављује као власник телевизије Авала (највећи појединачни власник је извесни бечки адвокат за кога није познато да се икада бавио телевизијским послом, али њега ниједан државни орган не позива да објасни своје учешће у националној телевизији у Србији), две стране фирме купују Б92 и Фокс (Прва српска телевизија) да би се убрзо испоставило да ове београдске телевизије успешно сарађују уместо да буду конкуренција. У међувремену, на ТВ тржиште куповином Арене спорт улази и Телеком Србија, који може да

користи своју позицију на тржишту телекомуникација да откупљује права на најскупље спортске догађаје и да их потом препродаје другим телевизијама. То га ставља у доминантан положај на тржишту које уопште не би требало да буде његово.

Политичари и држава као власници

Политичари, претежно они на власти, а и понеки из опозиције, појављују се као власници новина. Иако нема транспарентних података, претпоставља се да је Драган Ђилас власник Преса (у регистар је као највећи појединачни власник уписана адвокатица из Новог Сада, из канцеларије која пословно сарађује са Ђиласом), док је Божићар Ђелић купио Недељни телеграф да би га после кратког времена угасио. Редакција Економиста која је ступила у штрајк због шест неисплаћених плата тврди да је Ђелић власник и овог недељника. Не треба посебно објашњавати да власништво над новинама овим политичарима омогућава да у јавност пласирају информације и дезинформације које им одговарају, те да новац из јавних предузећа намењен оглашавању преусмеравају ка својим медијима. Тек пошто је дневни лист Правда угашен, огласио се бивши главни уредник тврдњом да је власник тих новина Александар Вучић.

Посебно питање су медији у јавном (државном) власништву. Јавни сервиси, Радио-телевизија Србије и Радио-телевизија Војводине су под потпуном политичком контролом што је примећено и у извештају о медијском праћењу изборне кампање који је урадио Биро за друштвена истраживања. Ту је објашњено да РТС „о изборима информиса без критичности и аналитичности”, док је РТВ листи „Избор за бољи живот – Борис Тадић” дала дупло више времена од осталих.

„Медији своју улогу ограничавају на „преношење” промотивних информација о учесницима

кампање. Већина медија, осим дневног листа Данас, одустаје од своје контролне улоге, односно аналитичког и критичког извештавања”, наведено је у овом извештају.

Агенција Танјуг, у државном власништву, добија новац из буџета, али ни то није довољно па јој се обезбеђују и повољни државни кредити чиме се онемогућава тржишна конкуренција и уништавају приватне агенције Бета и ФоНет.

Према неким проценама 25 одсто ТВ емитера и 24 одсто радио емитера је у јавном власништву, а то значи да осим РТС и РТВ постоје многе станице у централној Србији и Војводини чији су оснивачи локални органи власти који их финансирају из свог буџета, да би за то финансирање тражили противуслугу – повољно извештавање о активностима челника општинских и градских власти. Нарочито је тешка ситуација у мањим местима, где приватни медији не могу да се ослане на тржиште да превазиђу проблеме с финансирањем, па и они највише зависе од воље политичара.

Тако је на пример Градско веће Лесковца у последње три године потписало низ спорних уговора са локалним јавним гласилима и новинарима. Наиме, из буџета за 2010. годину је без јасних критеријума давано 1.120.000 динара месечно (13.440.000 годишње) „за услуге по уговору (...) за медијско праћење рада локалне самоуправе” и то Телевизији Лесковац 400.000, Телевизији К1 150.000,





Телевизији Студио МТ 150.000, Телевизији Клисура 150.000, РТВ 4С 100.000, недељнику Панорама 70.000, Радију 016 40.000, агенцији ЈУГпрес 50.000 динара и Радију Прик 10.000 динара.

У одлуци Градског већа за 2012. годину коју је потписао градоначелник Слободан Коцић (ДС) практично су поновљени ови износи, с тим што је уместо недељнику Панорама износ од 70.000 динара месечно дат недељнику Нова наша реч, док су додате агенције Југмедија и СДС као и портал Јужне вести. Уз то, дописница Блица добија више од милион динара годишње за ажурирање сајта града, што може довести до искривљавања слике о раду локалне власти.

Према неким проценама, локалне самоуправе годишње дају чак 16,5 милиона евра медијима без конкурса и на нетранспарентан начин, иако се држава Споразумом о стабилизацији и придруживању са ЕУ обавезала да ће прекинути овај начин финансирања.

Угрожена слобода медија

Анкета коју је крајем 2011. урадила Асоцијација независних електронских медија (АНЕМ) показала је да од 240 уредника информативних медија тек 6 (2%) сматра да су медијске слободе и новинарска права потпуно остваривани. Око три четвртине новинара (72%) мисли да Србија има велики проблем у погледу слободе медија: или су постојале озбиљне препреке за њено остваривање (67%), или уопште нису постојали услови за то (5%). „Промене у оценама у односу на раније године су мале, али је њихов тренд негативан. Слободу медија у 2009. години негативно је оценило 66% анкетираних уредника информативних медија, а 65% у 2008. години. Сви интервјуисани председници медијских удружења (АНЕМ, НУНС, НДНВ и Локал прес) оцењују да је слобода медија 2011. године погоршана у односу на претходну годину”, наводи у уводном тексту извештаја Медијске слободе Србије у европском огледалу стручњак за медије Јованка Матић.

Због ових чињеница стање са извештавањем о корупцији компликује се толико да можемо рећи да Србија нема основни стуб ефикасне борбе против корупције: слободне медије.

„Новинари су у свакодневном раду често изложени ограничењима слобода и права која се јављају у веома различитим облицима, од физичких напада, угрожавања сигурности, отказивања реклама, кадровских смена, разних врста притисака, до новијих облика као што је спречавање дистрибуције информација преко блокирања интернет сајтова. Новинари раде у условима снажно изражене финансијске зависности (од интереса власника, оглашивача, државних финансијера) која узрокује самоцензуру и цензуру, а које су појачане последњих неколико година због актуелне економске кризе. Ипак, „директни удари на слободу медија најчешће долазе из политичких извора и из повезаности са политичким интересима”, наводи се у извештају Медијске слободе Србије у европском огледалу.

Као носиоце највећег притиска на њихове медије, анкетирани уредници медија су навели владајуће политичке партије (47% медија), органе извршне власти (32%), опозиционе партије (26%) и у истој мери приватна предузећа у својству оглашивача (16%) и јавна предузећа (16%).

Савет за борбу против корупције приметио је да се у Вечерњим новостима Мирослав Мишковић, али и други власници крупног капитала, увек приказују као „патриотски привредници”, „људи од поверења”, „успешни домаћи бизнисмени”, „интелигентни пословни људи”, који се промовишу кроз наслове – „Бизнисмени купују платане”, „Краљево: Три куће од Делте”, „Делта држи реч”, „Делта осваја и Словенију”, „Три премијера у Делти”, „Додик пожелео Делта сити”, „Бизнис не кроји политику”, „Делта спаја Балкан”, „Привредници су уз председника”, или „Срби иза Салфорда”, „Салфорду ипак љубљанско млеко”, „Беко: Одлазе нам најбољи” и др.

Нема ни говора да би Новости или други медији блиски тајкунима или у њиховом власништву могли да неутрално известе о сумњама да су ти људи умешани у корупцију.

Партнери у злочину

У говору пред скупштином Европске федерације новинара у Београду прошле године Борис Тадић показао је нови приступ изјавом да новинари и медији треба да буду „партнери власти”. Ако се та изјава повеже са оном из 2008. произлази да су за три године српски медији довољно „реформисани” да сада могу да постану „партнери власти”. И заиста, уместо да буду контролори власти, српски медији јесу партнери те власти, партнери у злочину. Зато што су медији затворени, грађани не виде да се нешто помера у борби против корупције што за последицу има то да они који виде злоупотребу и имају доказе о њој не желе да

је пријаве. Ако грађани немају поверења у правосуђе и медије, нема ни борбе против корупције.

За ову ситуацију, наравно, Борис Тадић није једини одговоран. Као што је раније речено, део одговорности лежи и на самим новинарима. Главна прилика да се медији трајно ослободе политичког притиска пропуштена је (као и много тога другог) после октобра 2000. Тада је требало поставити границу између новинара и политичара, уместо да се онима који су дошли на власт „гледа кроз прсте”, зато што су „наши”. После 5. октобра новинари су заиста постали партнери и сарадници моћника, политичара и тајкуна, а не савезници грађана и контролори власти.

Као што је у свом крунском извештају о медијима приметио Савет за борбу против корупције: „Корупција у самим медијима обесмишљава објективно информисање и онемогућава јавни надзор над друштвеним делатностима. Када је контрола над медијима од стране државних институција јача од функције контроле коју треба да имају медији, када се интереси скривених власника медија не поклапају са интересима грађана, када се интереси појединаца одвијају на штету јавног интереса, који треба да штити држава, онда долази и до релативизације проблема корупције у друштву”.

Савет је утврдио да је међу 30 најзначајних анализираних медија у Србији (12 дневних новина, 7 недељника, 6 ТВ станица и 5



радио станица) чак 18 медија са недовољно транспарентним власништвом, чији прави власници нису познати домаћој јавности. Разлог томе је, пре свега, присуство офшор компанија у власничким структурама медија, што све, превасходно, има за циљ да се прави власници медија сакрију и да се тиме од јавности прикрију и интереси тих медија.

„Државне институције у Србији издвајају велика буџетска средства на оглашавање и промоцију чиме се остварује лична и партијска промоција, која на годишњем нивоу, на узорку за 50 најзначајнијих институција, није мања од 15 милиона евра... Осим поменутог износа од 15 милиона евра, медији кроз јавне конкурсе добијају, у зависности од извора, додатних 21 до 25 милиона евра. Наиме, ни о томе не постоје потпуни подаци, па према Медијској студији Министарства културе, тај износ за 2010. годину износи 25 милиона евра, док поједина документација, такође Министарства културе и Покрајинског секретаријата, показује да је реч о износу од око 21,5 милиона евра. У сваком случају, ако се то упореди са укупним тржиштем оглашавања од око 160 милиона евра, долази се до податка да медијима од државних институција долази приближно четвртина њихових прихода”, навео је Савет.

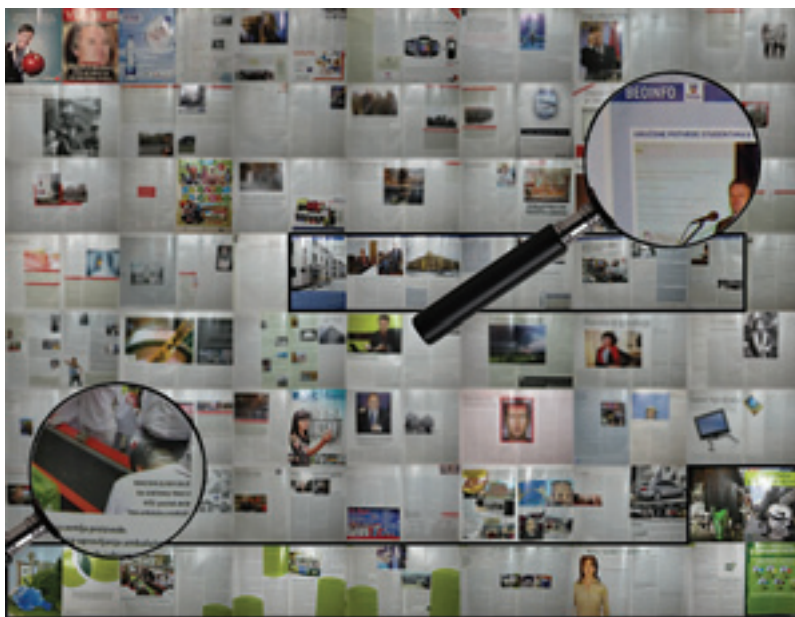
Три канала за утицај

Јованка Матић примећује да држава има три директна канала којима може да утиче на резултате тржишног пословања не само медија којима је власник него и свих осталих: „Она медијима у статусу јавних предузећа (таквих је било 120 међу 467 радио и ТВ емitera са дозволама 2008. године)

обезбеђује буџетске донације, а истовремено им дозвољава да послују на тржишту, чиме се приватни медији стављају у тежи положај – они морају да буду комерцијално успешнији да би били исти. Друго, држава може да контролише прилив рекламних средстава у медије помоћу надзора које има над јавним предузећима, а који су углавном велики оглашивачи (један од највећих је државни телекомуникациони оператор Телеком). На овај начин је могуће контролисати и медијске садржаје, јер се рекламним приходима могу награђивати пожељни а кажњавати непожељни. Треће, државни органи могу директно да се оглашавају у медијима на разне начине (јер ту делатност нико не контролише) и да са медијима склапају специјалне уговоре о посебним врстама услуга, којима такође могу да контролишу и економски опстанак медија и њихову информативну продукцију”.

Занимљив је случај са последњим конкурсом за пројекте који је расписало Министарство културе, информисања и информационог друштва. Пројекте јавних гласила оцењује комисија састављена од новинара (у њеном раду учествовао је и аутор овог текста). Комисија је свој посао завршила почетком марта, а ниједан медиј још није добио новац од Министарства, нити је Министарство објавило одлуку о томе. Запослени у Министарству наводе да је министар Предраг Марковић наводно из своје странке (УРС, Г17 плус) добио нови списак којим је оборио одлуку комисије и сав доступни новац преусмерио „лојалним” медијима. Стручне службе, међутим, не желе да потпишу такво решење, а исход је да приватни ме-





дији, нарочито они у мањим срединама, не могу да дођу до новца који би им омогућио да преживе нелојалну конкуренцију.

Ти медији не могу доћи до буџетског новца који се олако троши на кампање које јавности не доносе никакву корист. Тако је у поступку ревизије пословања Министарства животне средине и просторног планирања и Министарства унутрашњих послова Државна ревизорска институција открила да је државним новцем плаћано објављивање текстова предузећу Рингиер у чијем саставу послују дневне новине Блиц и Ало.

Министарство Оливера Дулића је Рингиеру 2010. и почетком 2011. платило 47.200.000 динара, док је „цех“ Ивице Дачића био 590.000 динара. Осим шокантне чињенице да су министарства плаћала медијима за објављивање текстова, ревизори су утврдили и да су Дулић и Дачић прекршили законе. Дулић је прекршио Закон о јавним набавкама (чланови 7. и 20.) и Закон о буџетском систему (члан 57.), а Дачић Закон о буџетском систему (члан 56.).

Како је утврђено поступком ревизије, Министарство животне средине и просторног планирања је са издавачким привредним друштвом Рингиер, издавачем Блица и Ало, склопило уговор за истраживања, за шта иначе ово предузеће није регистровано. Осим услуга истраживања, швајцарско-немачки Рингиер је по уговору имао обавезу

да министарству пружа и услуге објављивања резултата истраживања у дневном листу Блиц и у дневном листу Ало а „у циљу коришћења резултата истраживања од стране целокупне јавности“ (члан 3. Уговора).

Када је Рингиер испоставио рачун на износ од 4.720.000 динара са ПДВ-ом за услуге истраживања од 15.09–15.10.2010. и за услугу огласи у листу Блиц и листу Ало, уз рачун је приложена спецификација трошкова насталих у току извршења услуга, која се састоји од трошкова ангажованих радника/сарадника на пројекту, обраде података, трошкова службеног пута (трошкови

дневница и превоза) и режијских трошкова за наведене ставке од 30%. Рингиер је на увид дао и списак новинских наслова класификованих као теме („Светски дан заштите озонског омотача“, „За обнову националних паркова потребна велика средства“, „Британци посадили 100 стабала на Тари“), текстови („Платани стижу из иностранства“, „Забрана пушења од 11. новембра“, „Дрвокрадице се не плаше чувара“, „Дулић: Србија пречишћава само четири одсто отпадних вода“), и репортаже, истраживања („Станари чувају свој парк“, „Ругло уз пешачку зону“, „Обреновац први на свету добио соларни пуњач за мобилне“). Ревизори су замерили што списак није потписан и заведен и нагласили да Рингиер није испоставио ниједан рачун за своје услуге.

У Министарству унутрашњих послова ревизори су открили да је највећи износ у расходу „остале медијске услуге“ извршен према предузећу Рингиер – 590.000 динара. Утврђено је да је исплата извршена без уговора а на основу неколико докумената, међу којима је најважнији акт кабинета министра број 01–7212/10–3 од 14.07.2010. године којим Биро за сарадњу са медијима Министарства унутрашњих послова потврђује да је користио услуге фирме Рингиер у складу са наводима из фактуре. МУП је Рингиеру платио за тематски додатак „криминал“ у окви-

ру енциклопедије „Све о Србији”. Ревизори су закључили да Министарство унутрашњих послова није могло да изврши исплату, на име спонзорства, предузећу Рингиер, јер за то не постоји правни основ, односно Закон о буџетском систему, а ни други прописи, не дају могућност исплате новчаних средстава за такве намене из буџетских средстава и сопствених прихода. Да се овако нешто десило у Швајцарској или Немачкој, Рингиер би био позван на одговорност, а поверење читалаца у новине тог издавача било би драматично пољуљано.

На крају, не треба да чуди што је на директну интервенцију тадашњег председника Бориса Тадића прошле године „комесарским” маниром смењен главни уредник листа Ало Антоније Ковачевић јер се усудио да критикује председника. Према оцени Савета за борбу против корупције, због оваквих поступака, преношење информација о раду државних институција последњих година се претворило у банално пласирање промотивних информација о раду функционера који руководе државним институцијама, по систему ко је платио више, тај добија више простора.

Агенције блиске власти

Савет је такође оценио да посебну улогу у финансирању медија и њиховом држању у економској зависности и неизвесности, имају агенције за односе са јавношћу, маркетиншке и продукцијске агенције, које су углавном у власништву страначких активиста, или са њима повезаних особа.

„Агенције Мекен Ериксон групе и Стоа пружају услуге институцијама на чијем челу су кадрови ДС, као што су Телеком Србија, Министарство пољопривреде, Министарство трговине и услуга или Министарство спољних послова. Агенција Стоа већ више година ради за Скупштину града Београда, као и Скупштину града Новог Сада, коју традиционално води ДС... Значајно место на



Фото: RE/RL

тржишту реклама и маркетинга имају агенције у којима удео у власништву има Драган Ђилас, градоначелник Београда и заменик председника Демократске странке... (Ђиласова предузећа) Multikom и Direct media из године у годину бележе раст нето добитка, па је тако Direct media, према подацима АПР-а, у 2008. години остварила нето добитак од 558.628.000 динара, док је у претходној, 2007. био мањи за готово 200 милиона и износио је 380.604.000. У 2009. нето добитак је био 619.679.000 динара, а у 2010. 758.994.000 динара. Слично је и са Multikom group, која је заједно са повезаним предузећима, у 2008. остварила нето добитак од 498.432.000 динара, у 2009. 563.130.000 динара, док је у 2010. нето добитак износио 790.216.000 динара”, објавио је Савет.

Ово Владино тело навело је да постоји основана сумња да Драган Ђилас преко својих агенција контролише закуп највећег дела рекламног простора на националним и регионалним телевизијама у Србији, што му даје могућност да утиче на њихову уређивачку политику и да је усмери онако како одговара њему и Демократској странци.

Новинари који не зависе од странака на власти или великих оглашивача („Делте” Мирослава Мишковића, Телекома Србија...) наводе да су притисци на медије данас, за разлику од 90-их, суптилнији. „Код нас су притисци прикривенији, а јавно се не прија-

вљују чак ни драстични случајеви притиска. Оглашиваче уређивачка политика по правилу уопште не занима, али пошто њихово половање и успеси њихових клијената зависе од власти, они воде рачуна да се не замере владајућој коалицији оглашавајући се у медијима који нису наклањени властима. Резултат је да у највећој економској кризи Србија готово да и нема опозиционих медија”, каже председница Удружења новинара Србије (УНС) Љиљана Смајловић.

Власник и главни уредник недељника Сведок Владан Динић тврди да су „методе које власт користи да утиче на медије данас перфидније него у доба Милошевића”. „Нема ни потребе да политичари говоре уредницима које текстове треба да објаве, јер власт директно утиче на то које ће новине опстати. Дистрибутери новина не плаћају за продате новине независним издавачима, оглашавање је у рукама Срђана Шапера и Драгана Ђиласа, а држава своје огласе пласира у новинама које жели да одржи”, каже Динић.

Он додаје да треба решити проблем са дистрибутерима, јер издавачи не могу да контролишу колико је новина продато, а камоли да наплате своја потраживања од њих.

Како до решења?

За исправљање онога што је урађено против слободе медија биће потребне године, али је тај процес неопходно започети што пре. Први корак би, како је и предвиђено Медијском стратегијом, документом који је обавезујући за власт, требало да буде излазак органа јавне власти из власништва у медијима. Затим треба усвојити већ постојеће нацрте закона о забрани концентрације власништва у медијима и оснажити улогу регулаторних тела као што је Републичка радио-дифузна агенција (РРА) или саморегулаторних тела као што је Савет за штампу. РРА би на пример од свих емитера требало да захтева да усвоје редакцијске кодексе који ће гарантовати не-

зависност уређивачке политике од интереса власника или оглашивача, док би Савет за штампу требало ефикасно да санкционише прекршаје Кодекса новинара тако да суђења за клевету и увреду постану излишна.

Савет за борбу против корупције установио је да и тајни власници медија као и они који су познати јавности злоупотребљавају фреквенције ради остваривања личних и интереса: „Неретко власници медија третирају фреквенције, које су добили у закуп, и то као јавно добро, као своју приватну имовину”.

Такође, положај новинара биће слаб све док постоје два разједињена удружења којима већи део енергије узима борба око имовине, док су права новинара на другом месту. Једно јако удружење много би јаче заступало и професионалне и синдикалне интересе новинара. Као позитиван развој може се навести пристанак оба удружења да раде на изменама Кодекса новинара како би се сузбила корупција и поставила јасна правила о извештавању које може бити под утицајем економских и политичких интереса.

Тако се у измењеном Кодексу наводи да „новинар не сме да прима или тражи материјалну или неку другу корист за прикупљање, објављивање, одлагање или спречавање прикупљања или објављивања информација”, као ни да подмићује изворе да би дошао до информација.

„Новинар би требало да учини све да избегне ситуације које би могле да доведу до сукоба интереса, стварног или привидног, и које би могле да га наведу да компромитује



свој углед или углед професије. Новинар који не може да избегне сукоб интереса дужан је да без одлагања о томе обавести уредника”, наводи се. Посебна важна одредба је да је са новинарском професијом „неспојив рад у ПР и маркетиншким агенцијама, агенцијама за лобирање, државним органима и институцијама, као и политичким партијама”. У овом тренутку постоји низ новинара који примају плате и у медијима и у државним органима, па се може с разлогом претпоставити да уместо да јавности откривају информације о власти, они заправо прикривају те информације. Конкретно, новинар РТС-а Данијел Апостоловић радио је у служби за односе с јавношћу премијера Мирка Цветковића а недавно је добио ангажман у амбасади Србије у Бриселу. Затим, уредник вести на Пинку Драго Јовановић је портпарол Ургентног центра

у Београду, а још много новинара ради у кабинетима министара, независним државним органима или добија новац од министарстава без јасних критеријума.

У Кодексу такође пише да новинар/уредник „не сме да пристане да у било којој новинарској форми пласира било какав облик комерцијалног оглашавања или политичке пропаганде”.

Тек када буде установљена одговорност државе, власника медија, оглашивача и новинара и када грађани буду јасно знали ко је власник новина које читају или телевизије које гледају, који их оглашивач претежно финансира, али и ко је новинарима платио службени пут, биће враћено поверење у медије. То ће последично омогућити слободу медија и ефикасну борбу против корупције. ●