

# Државна помоћ и медији или етатизација медијског простора

МИША БРКИЋ

Држава и медији у Србији имају дугу традицију противприродне блуди. Што јес' – јес', држава је увек добро плаћала то м(с)иловање, а медији су на то пристајали због богате награде и урођене потребе подаништва и удовољавања силеџијама.

Ретки изузеци слободне штампе, најалост, никад нису постали правило. И у време Брозовог социјализма знало се ко је чији „оснивач“ па се тако одређивало финансирање. Партија (Савез комуниста), Социјалистички савез (радни народ) и Влада плаћали су свако свој медиј, заузврат добијали су беспоговорну лојалност и били сигурни да ће бити објављено све што траже, ма колико било глупо и мимо интереса грађана. Свако искакање коштало је фотеље главног и одговорног уредника и „сече глава“ у уредничком колегијуму. Није случајно Слободан Милошевић прво себи обезбедио упориште у београдским медијима (Политици, Експрес политици, Радио телевизији Београд, Вечерњим новостима), па тек онда кренуо у обрачун с политичким неистомишљеницима. Размере државног силовања медија у последњој деценији 20. века биле су невиђене. Свако ко је покушао да се измигољи, сурово је кажњаван. Не ми рећи се да му Борба буде кост у грлу, Милошевић је у ноћи на католички Божић послао своје јуришнике, упао у редакцију и заузео је, а 95 одсто новинара који нису хтели да прихвате његов уређивачки диктат отерао на улицу и тако приморао да покрену Нашу Борбу. Сећам се случаја једне маркетиншке кампање коју је 96–97. године започела Инвестбанка. На листи медија који ће промовисати нови „производ“ Банке била је и Наша Борба, чији сам у то време био главни и одговорни уредник. Нажалост, кампања Инвестбанке у Нашој Борби трајала је само један дан. Чим је оглас изашао, Милошевић



Фото: Медија центар

је позвао генералног директора Инвестбанке и наредио му да прекине оглашавање у тада једином независном дневном листу. То никад не бих ни сазнао да ме није позвао генерални директор и замолио да га разумем, он је имао добру вољу и наклоност али ми је објаснио да су „таква времена“.

Нешто софистициранију контролу медија – куповином лојалности – усавршио је Борис Тадић и његова саветничка камарила. Количина наклоности „штампе“ према Тадићевим и потезима његове Владе била је у директном односу с количином новца који су државне фирме трошиле на оглашавање својих услуга и производа (игре на срећу и струја) или финансирање пројеката за промоцију успеха централне и локалних власти предвођене Демократском странком. Тај модел контроле преко бесмисленог и некорисног оглашавања јавних предузећа постао је „пелцер“ који је оберучке прихватила следећа власт и, комбинујући га с такозваним пројектним финансирањем, унапредила до апсолутне покорности медија.

Кулминација државне „помоћи“ медијима догодила се за власти Александра Ву-

чића. Његово искуство с медијима није занемарљиво. У последњој Милошевићевој Влади био је министар информисања, што му је по доласку на власт 2012. године олакшало посао у обрачуна с медијима. С радикалским „гуштом“ за време министровања кажњавао је и гасио непослушне медије спроводећи Закон о информисању и цензурисао „материјал“ у време рата с НАТО пактом. Неколико година требало је медијима да се опораве од тог помора и финансијског исцрпљивања.

Враћајући се на власт после победе на изборима 2012. године, а нарочито после 2014, Вучић се ефектно окористио неизреченим аманетом Бориса Тадића „где ја стадох, ти продужи“ и систем поковања медија и гушења медијских слобода довео дотле да се његовим (Вучићевим) западним политичким и медијским пријатељима „отварају очи“, почињу јавно да критикују власт и изражавају забринутост за судбину медија и слободне речи у Србији.

Посебан парадокс представља чињеница да је Вучић највећи део своје стратегије дисциплиновања медија спровео користећи се (односно злоупотребљавајући их) „европским алаткама“. Тако се на примеру Србије показала успешност обрнуте изреке како је „пут до раја често поплочан злим намерама“. Тачно је да је на путу ка европским интеграцијама Србија морала да укине директно буџетско финансирање медија и да пређе на, од ЕУ захтевано, пројектно финансирање. Лукавство ума српских властодржаца још једном је надмудрило европску стечевину и претворило је у супротност – уместо изласка државе из медијске индустрије добили смо апсолутну доминацију етатизма у тако важној области за слободе и људска права.

Али, пре него што се кренуло у поковање медија завршена је (такође захтевана) њихова приватизација у којој је држава поново доминирала. Био је то унапред припремљени сценарио са строго контролисаним процесом у коме ништа није препуштено случају и за који је владајућа партија (СНС) била потпуно спремна. Чланови или симпатизери партије учествовали су,



обично као једини (или као привилеговани) понуђачи, покупували су готово све локалне медије, најчешће државним новцем (субвенције).

Затим је новцем партијских тајкуна ојачан, иначе тиражно јак, сегмент таблоида да би се проширио утицај на део тржишта који доминантно козумира слоган „питко и плитко“. Недостатак формата у тржишном сегменту магазина и немогућност да се власт домогне недељника које никако није могла да стави „под мишку“ решен је тако што су уз помоћ партијских финансијера и уз обилну финансијску помоћ јавних предузећа покренути нови магазини. Испоставило се да Српска напредна странка, која је на власт дошла хушкајући на борбу против тајкуна, није имуна на стару гарду тајкуна али и на своје новокомпоноване, док су јој лојални.

Кооперативност домаћих власника телевизијских станица с националном фреквенцијом није уопште била упитна, своју лојалност режиму они су већ неколико пута доказали приклањајући се свакој новој власти. Покорен је и страни власник једне медијске компаније коме је висила над главом претња кажњавања због противзаконите концентрације тв канала. То служење режиму електронских медија најочитије се показује отклоном од информативних програма, дебатних тв клубова и политичких *talk show* програма и масовно приклањање ријалити форматима. Пред свеопштом банализацијом поклекнуо је и Јавни сервис у чију програмску шему надиру „позната лица“ и новопечене „звезде“. О каквој се интеракцији ради најбоље показује застрашујући микс тв ријалитија и реалполитике у коме се више не зна шта је „задруга“ и шта Парламент.

Пошто је успостављена национална и локална медијска мрежа под партијском (државном) контролом, финансирање послушних медија више није било проблем. На располагању је био бахат и нескривен коруптиван модел пројектног финансирања који је фаворизовао лојалне медије. То се у потпуно огољеном облику може видети на случају београдске телевизије Студио Б. Понека ситна „кост“ (обично, јадац) бачена је и медијима који нису под контролом партије/државе, чисто да би се одржао привид поштене расподеле и да би премијерка имала аргумент о „непристрасности“ државе у дељењу новца кроз пројектно финансирање медија.

Какав је резултат? Поразан.

На медијској сцени Србије привидно „цвета хиљаду цветова“ које држава „залива“ својим пројектним финансирањем (субвенцијама). Истовремено голим оком може да се види (чак и из Брисела, Лондона и Вашингтона) метастаза етатистичког монопола у медијској индустрији (тржишту) и драматично урушавање медијских слобода које ствара тешке друштвене аномije. Медији (штампани и електронски) претварају се у застрашујући ријалити и изгледају све баналније и примитивније. Као одговор тржишта појављује се индикативна поларизација – с једне стране све је већа апстиненција читалаца-грађана, нашта указује податак о драматичном паду тиража, а с друге стране све је већи број народа-конзумента скаредних телевизијских формата на све већем броју телевизија с националном френквен-

цијом, што недвосмислено показују пиплметри и што је постала идеја-водиља јавног понашања владајућих политичара.

У демократски уређеним државама медији су одавно препознати као један од стубова грађанског друштва и погодна (не и једина) платформа за слободан јавни дијалог. У таквим срединама уобичајено је да власници медија заступају широк спектар различитих политичких опција, да се једни сврставају у блок провладиних, други у блок антивладиних медија а трећи заузимају позицију неутралног „спектатора“. Неки не крију своју конзервативну уређивачку политику, други заступају либералне вредности у уређивању а трећи подржавају социјалдемократска опредељења. Није неobiчно да владе у неким демократским државама имају своје медије, а исто важи и за комунистичке или националистичке партије. И није ништа страшно ако неки партијски лист због пада тиража и профита буде угашен (примера ради Унита, лист Комунистичке партије Италије, угашен је 2014. године после 90 година излажења). Тај медијски плурализам никога не фаворизује, а својом занатском професионалношћу служи као модерна агора где се дебатује (разговара) о свим важним (па и мање значајним) питањима за друштвену заједницу. У таквим околностима медији постају важан савезник грађана при одлучивању коју ће политичку опцију изабрати на наредним парламентарним или председничким изборима. О правилима игре на агори старају се од државе (и партијске контроле) независне институције које су увек изнад власника, био он приватник или држава. Наравно, и у таквим друштвима постоје таблоиди и тв ријалити. Кад на изборима победе они за које су гласали читаоци/гледаоци таблоида и тв ријалитија, онда друштва болују од опаких болести које могу да се излече на следећим изборима. Али, важно је да се цео процес одвија у унапред регулисаним и поштованим правилима. Ако тога нема, онда један човек или једна партија срастају у у једну функцију – постају држава и главни и одговорни уредник.



Зато у диктатурама и недовољно зрелим демократијама ствари с медијима стоје много лошије. Србија је у својој новијој историји, с изузетком кратке власти Зорана Ђинђића, управо такав случај. Политичари доживљавају медије (уосталом и власт) као полугу за држање народа (грађана) под контролом и у покорности. Што више медија – већа контрола, тако мисле домаћи политичари. И зато не жале пара (наравно, туђих односно државних) да под својом контролом имају што више медија како би могли лакше да обликују јавно мњење и управљају народом. Гледајући већину телевизијских станица и читајући таблоиде могао би се стећи утисак да је Србија већ достигла висок ступањ орвेलијанског друштва. Та пракса дисциплиновања медија није ексклузивно српски изум. Није тешко погодити ко су режими који практикују омразу према професионалном новинарству, довољно је погледати омиљене колеге српских званичника власти – турски председник и мађарски премијер.

Иако је држава формално изашла из већине медија, власт се и даље понаша као према другим државним предузећима и држи их под чврстом партијском контролом. Нису то само случајеви локалних медија. Заstraшујући примери су недефинисани власнички односи и законско покриће за функционисање централних штампаних медија – Политика и Вечерње новости и непостојеће новинске агенције Тањуг која, иако угашена, и даље послује и наплаћује услуге информисања од државних или парламентарних предузећа и приватних компанија чији су власници блиски властима. Власнички статус Политике, па и Вечерњих новости, био би немогућ у свакој држави којој је стало и која поштује владавину права. А власт у Србији такав модел контроле практикује годинама и медији добровољно пристају на такво силеџиство владајуће номенклатуре. У односу према медијима, као важном сегменту људских права и слобода и владавине права можда се понајбоље види да је Србија још далеко од демократске еманципације власти.

Да има такве еманципације, догађао би се другачији процес. Власт би, да јој је ста-

ло до демократизације друштва и развијене грађанске јавности, стварала тржишни амбијент да медији могу да постану и остану одрживи. Та помоћ не значи искључиво новчане уплате него много више креирање амбијента за равноправну утакмицу на тржишту. Сада власт често користи лажни аргумент према медијима над којима нема контролу и каже „ко вам је крив што народ неће да вас чита и зато треба да пропаднете“. Тај аргумент обична је политичка подвала за неук народ јер држава својим директним мешањем потпуно деформише тржиште и ствара добро камуфлиран медијски олигопол који грађанима нуди само једну (наравно, светлу) страну слике стварности. Нажалост, не постоји никаква комисија за заштиту конкуренције, односно антимонополски регулатор који ће казнити државу као директног или индиректног (лако доказивог) власника толиког броја медија и тако разбити тај опасни олигопол. На тај начин држава спречава конкурентност и директно (новцем свих пореских обвезника) протезира медије који негују удвориштво према владајућој партији. Та дисторзија тржишта директно и преовлађујуће утиче на крупну друштвену деформацију – синергија ТВ ријалитији и ријалити реалполитика подстиче 24/7 тражњу за таблоидима и сви заједно анестезирају и пасивизују јавно мњење. Тако појединац (читалац-гледалац-бирач) постаје објект политичке манипулације а не субјект-креатор друштвених догађања.

Ако је власт и поред толике контроле незадовољна објективношћу српских медија, како је демонстрирала премијерка приликом октобарске посете Бриселу, то би се могло тумачити најпре као критика медија под државном контролом. Да ли сериозна власт може бити задовољна медијима које плаћа а они годину дана само хистеришу око убиства певачице? У исто време земља се суочава с крајње озбиљним питањима и дилемама везаним за Косово, оживљавање ратних злочинаца, доливање бензина на ионако запаљиву реторику у региону, упорно ћутање око Савамале, корупционашке скандале у које су умешани владајући политичари... Зар све то нису теме за јавни дијалог и зар медији нису идеална платформа за такву дебату? А кад



нема дијалога у медијима, онда ботови и бодигардови воде политику и преузимају дисквалификавање политичких неистомисљеника као државних непријатеља.

И кад такве теме на критички начин, како и приличи јавном дијалогу, ипак отварају недељници (магазини), онда они постају мета за одстрел у коме нескривеним ентузијазмом учествују званичници власти. Недељници су, делом и због власничке структуре а делом и због интегритета новинара који су у њима нашли уточиште, постали ретка али драгоценост острва новинарског професионализма. Зато власт свим силама покушава да их дисквалификује и угуши.

Отуда није ни чудно што се премијерка острвила на недељнике. Наравно, да и у недељницима има различитих уређивачких политика у складу с уверењима власника и уређивачког колегијума. Али, то није тема о којој премијерка, као политичка фигура, треба да дискутује. Њена (премијеркина) замена теза је колосална. Она би заправо много више морала да буде фрустрирана (не)објективношћу медија који троше огроман државни новац на минорне и бескорисне теме а популарност владајуће партије не расте. Велике паре за бофл робу. Да ли је баш потребно пројектно финансирање за из-

вештавање о убиству певачице и промоцију „Београда на води“. А то је позиција државе у медијима.

Пројектно финансирање јесте била позитивна европска новотарија, али преурањена за српске прилике и младу демократију. Дати новац из европских фондова за тако племенити циљ као што је одрживост медија у руке ауторитарних власт, могло је да произведе само ово што данас постоји у Србији – беспштедна контрола медија, урушавање професионалних стандарда и вредности, промоција удвориштва, стигматизацију неподобних новинара и медиокритизација јавности.

Европска унија и остали западни пријатељи Србије неколико кључних година окретали су главу или жмурили пред чињеницом да власт систематски и унапред припремљеним планом ставља под партијску контролу медије. Све до скоро ни једно добронамерно упозорење из Србије, не политичко него струковно, није наилазило на озбиљно разматрање у Бриселу или Вашингтону. Под паролем „Вучић, наш фаворит у косовским преговорима и фактор мира и стабилности у региону“, толерисано је у тишини давање медија. Како је могло да се догоди да имплементацијом ев-

ропских стандарда српска штампа постане „предмет“ све веће забринутости западних пријатеља? Одговорност за такав положај медија у Србији мора да прихвати и бриселска бирократија под чијом се диригентском палицом (и уз помоћ новца европских пореских обвезника) спроводи и под чијом се лупом надгледа европеизација Србије. Тек ових дана, кад је однос власти према медијима достигао тачку неприхватљивости, из Брисела и Вашингтона чују се гласови забринутости за стање демократских права и слобода у Србији. Колико је то трагично закашњење види се по дроњцима који су остали од професионалног новинарства.

Никакве медијске стратегије и апели неће помоћи да се медији ослободе државно-партијске контроле. Никаква медијска стратегија неће помоћи да се договором

или волунтаризмом реши накарадни случај Танјуга. Треба се само, под окриљем преговора са Европском унијом и уз пријатељско завртање ушију из Брисела, Берлина, Париза или Беча, вратити на поштовање Устава и закона – да су медији слободни и једнаки на тржишту и да ту позицију нико не сме да нарушава политичком вољом. И натерати државу, односно владајућу партију, да „али стварно“ изађе из власништва у медијима јер јој ту није место. Кад се то догоди, одмах затим врло брзо постаће видљиво како је власницима Студија Б важније да им се новинари баве својим занатом а не да служе владајућој партији. Једино тако, а не променом власти у београдској Скупштини, том некад култном медију биће враћен некадашњи професионални сјај.