



Светски дан слободе медија који је обележен почетком маја дао је могућност српским новинарима да се још једном подсети свог депресивног положаја, и да у пригодним говорима представника новинарских удружења и власти још једном чују како без слободних медија нема ни демократије. Јалови говори нису могли да сакрију општепознату чињеницу да у српској „демократији“ и медијима одлучујући утицај имају различити центри моћи, док је новинарска професија духовно и материјално деградирана. Недавним усвајањем измена Закона о јавном информисању новинарство је изгубило још један део својих ионако ограничених слобода, а према последњем извештају организације „Фридом хаус“, Србија се нашла на 78. месту у свету по слободи медијског изражавања и класификована је као земља са делимично слободном штампом. Десет година од пада такозване „ТВ Бастиље“, готово сви главни писани и електронски медији су чврсто под контролом власти, односно владајуће класе, док локални медији таворе у сиромаштву и беспарици изложени на милост и немилост локалним политичким странакама и бизнисменима. У таквој ситуацији, слобода медија, безброј пута истицана као један од најбитнијих елемената демократског друштва, за већину медија и новинара, а посебно оних локалних постала је готово немогућа.

### Списак лепих жеља

Према извештају „Фридом хауса“ из нашег региона статус слободне земље ужива Словенија, а иза Србије су пласиране Црна Гора (80), Хрватска (85), а затим Македонија (94) и БиХ (97). То што је код суседа горе никако не може да пружи утеху, нити да сакрије све проблеме српског новинарства, који нису решени ни после десет година владавине партија и личности које су уређење медијске сфере у време освајања власти управо прокламовале као један од својих најважнијих циљева. Стање у медијима пре 2000. није било нимало сјајно, посебно после Закона о медијима из 1998. Поред ударних песница тадашње власти, постојали су и бројни мањи медији који су или били у власништву или под контролом државе, или који су оснивани као приватни уз благослов режима, да би му заузврат давали директну или индиректну подршку. У Србији ипак није владао тотални медијски мрак нити је режим имао попутну контролу, пошто је постојала и развијена мрежа локалних и престоничких медија, од тога многи су имали спољну подршку и активно су били на страни тадашње опозиције, али су без обзира на своје усмерење чинили противтежу често апсурдном режимском извештавању.

У етру је пред крај Милошевићеве владавине, упркос постојању републичког министарства за информисање владао приличан хаос, а према неким проценама, крајем

2000. године на територији Србије је програм емитовало преко 800 само електронских медија. Стога је међу припадницима тадашње опозиције и дела новинарске струке постојала сагласност да се после промена мора приступити реформи медија, а тадашњи ДОС је у свом предизборном програму предвидео озбиљне и свеобухватне промене. ДОС-ов програм је предвиђао комплетну и брзу реформу законске регулативе у року од годину дана, приватизацију свих медијских кућа у државном власништву, укидање злогласног „радикалног“ Закона о јавном информисању из 1998. и трансформацију државне радио-телевизије у модерни јавни сервис, који би се финансирао из претплате. ДОС је још тада предвиђао довођење трећег (комерцијаног) оператера мобилне телефоније на српско тржиште, како би се укинуо монопол који држи Телеком Србија. Програм је предвидео укидање монопола у фиксној телефонији и монопола контроле приступа Телекома Србија независним интернет провајдерима, са идејом да се то јавно предузеће трансформише и државни пакет акција у њему прода.

[\[1\]](#)

Предизборни програм ДОС-а био је очигледно свеобухватан, а одмах после 5. октобра кренуло се у припрему нацрта закона о информисању, радио дифузији, телекомуникацијама и доступности јавних информација. Од стране нових власти око медија и телекомуникација су се ангажовали политичари попут Жарка Кораћа, Бориса Тадића и Драгора Хиберера, а прихваћена је и иницијатива да радна група за израду будућих закона буде састављена од представника медија и струке, као и невладиног сектора. Разни међународни актери, који су до тада ионако уложили значајан новац, такође су били укључени у процес реформе медија, попут експерати Савета Европе, ОЕБС-а, стручњака из Фонда за отворено друштво, Фридом Хауса и ИРЕХ-а такође и амерички УСАИД, неколико британских и холандских министарстава и фондација, ББЦ

...

[\[2\]](#)

Међутим, иако се нова власт декларативно залагала за усвајање европских демократских стандарда и пуну афирмацију независне регулаторне праксе, убрзо је постало јасно да ни нови властодршци, а ни они који су с њима дошли у пакету, или прешли на њихову страну, нису желели да се олако одрекну утицаја на медије. Стога је у протеклих десет година заједничким деловањем државних органа и заинтересованих неформалних и формалних центара моћи у области медија направљен хаос, који је створио могућности за јаку контролу медија и несметане манипулације, док је већина медија сведена на ниво просјака који преживљавају само добром вољом политичара и својих оглашавача и донатора.

### Селективна приватизација

Доношење закона и приватизација медија у државном власништву посматрани су

почетком деценије као лек за скоро све бољке. Законом о радиодифузији донетим јула 2002. и Законом о јавном информисању из априла 2003. електронским медијима у власништву државе је за приватизацију дат рок до јула 2006. Штампани медији у државном власништву требало је да се приватизују најкасније у првој половини 2005. године. Ови рокови су 2005. године померени, а затим нису ни поштовани, пошто је до краја 2009. године приватизовано тек 48 медија, односно 36 одсто од предвиђеног броја. Приватизација се међутим у бројним случајевима показала као неуспешна, а понегде је и у медије, као и у привреду ушао сумњиви капитал. Због лошег газдовања, поједини купљени медији су доведени до пропасти, а купопродајни уговори раскинути, а један од најдрастичнијих примера ове праксе су локална телевизија, радио и недељник „Ибарске новости“ из Краљева са 60-тогодишњом традицијом. Према подацима из 2009. само 44% купаца раније су имали везе са медијском делатношћу, док је 56% дошло из неке немедијске делатности.

[3]

Страни купци учествовали су само у приватизацији

*ТВ Б92*

, који је купио МДЛФ из САД,

*Победу*

Крушевац је купио Медиа Свјат из Бугарске,

*НИН*

је купио „Рингиер“ из Швајцарске, а смедеревски

*Наш глас*

фирма са Кипра.

Међутим, у исто време када су неки медији препуштени хаосу тржишта, поједини медији су Владиним закључком с краја 2007. године, изостављени из процеса продаје. На иницијативу Министарства за државну управу и локалну самоуправу Влада је тада усвојила Закључак којим се одлаже поступак приватизације локалних електронских медија који емитују програм на језицима националних мањина док се не усвоје измене Закона о радиодифузији. Овај потез је објашњен опасношћу од укидања мањинских програма, а на ову идеју су дошли Бојан Пајтић и министар за државну управу и локалну самоуправу Милан Марковић, који су сматрали да ће се на тај начин сачувати „традиционална мултиетичност земље“. Већина војвођанских медија тако је скинута са списка за приватизацију, као и медији на југоистоку Србије који, поред српског, емитују програме на албанском, ромском и бугарском језику, и медији у Санџаку који емитују програме на српском и бошњачком језику. Ову одлуку су затим искористили и неки медији из централне Србије који су накнадно пријавили мањински програм и тако добили изузеће од приватизације. [4] Затим је донет и Закон о саветима националних мањина, којим је Саветима омогућено да оснивају медије.

Такође, крајем 2007. Влада је направила још један изузетак, доношењем Закона о главном граду, којим се предвиђа да Београд може да оснује радио и ТВ станице и

новине, а према објашњењу министра за државну управу и локалну самоуправу Милана Марковића, та одлука је донета јер се сматрало да је Београд „нешто посебно, другачије од осталих јединица локалне самоуправе“ и да зато може да оснива медије. На тај начин приватизација је заобишла и *РТВ Студио Б*, док су власти потпуно игнорисале тзв. „Крагујевачку иницијативу“, којом се захтевало да неколико највећих електронских медија ван Београда добију статус регионалних јавних сервиса.

Изузеће дела медија из приватизације, и донети закони о локалној самоуправи, главном граду и Советима националних мањина, били су у директном сукобу са раније донетим медијским законима, и довели су до неједнаких услова за функционисање медија на тржишту. Медији који су остали у државном власништву остали су под контролом политике и постали су нелојална конкуренција комерцијалним емитерима. Поред тога, није регулисано ни питање пиратерије, а према подацима Републичке агенција за телекомуникације (РАТЕЛ), 2008. регистрован је 181 пиратски емитер са 211 фреквенција, од којих је до сада угашено око седамдесет.

### Криза и неравноправан положај медија

Накарадна и селективна приватизација довела је до неравноправног положаја медија на тржишту, а ионако тежак положај погоршала је економска криза. Треба ипак напоменути да пропадању и таворењу бројних медија нису кумовали само лоше законодавство и лоши власници, већ и превелики број медија на малом тржишту. Тако је 2009. године ТВ и радио програм са дозволом РРА емитовало чак 467 станица, што значи да у просеку на око сваких 16.000 људи долази по један електронски медиј, што је недовољно за тржишну одрживост. Према рачуницама из 2007, 10 великих телевизија приходовало је месечно од реклама и комерцијалних програма око 8 милиона евра (у просеку 800 000 евра по телевизији), док су осталих 120 телевизија приходовале просечно 14.000 евра месечно. С друге стране, око 300 легалних радио станица од реклама су просечно приходовале 2 250 евра месечно. Економска криза је проузроковала додатне тешкоће, пошто је некадашњи тренд раста медијског тржишта, чија је вредност 2008. достигла 200 милиона евра, прекинут 2009. године када је пао за 22%, док су очекивања за 2010. још гора. Због тога, бројне медијске куће већ неко време послују са губицима и тешко наплаћују своја потраживања. У неким медијима плате касне месецима, у другима су мале и нередовне, док се од њих и даље очекује да уредно сервисирају све своје обавезе према држави и регулаторним телима. Сходно томе, већина телевизијских и радио станица није у стању да емитује озбиљан програм, нити да опстане. У исто време, два јавна сервиса (РТС и РТВ) обезбеђују средства за свој рад путем претплате, али уједно конкуришу за рекламе најпре великим комерцијалним станицама, чиме нарушавају равноправну тржишну утакмицу. [\[5\]](#)

Превелик број медија је проблем и у штампи, јер у Србији данас послује чак 503

штампана медија. Дневно излази 20 штампаних медија, недељно 83, двонедељно седам, а месечно 177. [6] Током 2008. оглашавачи су у штампане медије уложили 36 милиона евра, тј. просечно 72 хиљаде у свако регистровано штампано гласило, што на месечном нивоу износи мање од шест хиљада евра по новини (од тога многи листови приходују далеко мање). Са оваквим месечним приходима мало који лист или магазин може самостално опстати, а ово посебно отежава то што се због кризе много више улаже у маркетинг на телевизији. Штампу је криза знатно потресла, тираж дневних листова је пао за приближно 13 одсто у односу на 2008, док се пад тиража недељних и двонедељних издања креће и до 21 одсто. Број огласа у штампи током 2009. био је у просеку нижи за 30 до 50 одсто него током 2008. Прошле године је из штампаних медија отпуштено од хиљаду до две хиљаде људи, у готово свим медијима смањене су плате и отпуштен велики број хонорараца. Угашена су два познатија дневна листа (*Борба* и *Глас јавности*), нестало је неколико мање етаблираних магазина, а такође и неке локалне новине.

У оваквој ситуацији медији немају много избора, нити могућности за озбиљан и одговоран рад. Главни циљ је преживети, у ситуацији када је опстанак императив, медији, па и они највећи, постају много пријемчивији на притиске да се окрену и буду благонаклони према појединим политичким опцијама и политичарима. Крупан капитал и оглашавачи такође, озбиљно притискају и уцењују медијске куће, које не смеју да доводе у питање свој опстанак, чиме мутни послови многих великих фирми и њихових власника, који се свакодневно оглашавају остају сакривени, док се афере обелодањују услед политичких потреба.

Често су главни извор новца и преживљавања донације, а пошто је добар део својевремене иностране помоћи укинут, новац сада много чешће стиже од државе и локалних самоуправа. Медији још увек могу и из страних извора добити донације путем конкурса за пројекте који су у политичком интересу донатора, а на сличан начин је прошле године и Министарство културе обезбедило средства за суфинансирање дела медија по поднетим пројектима у области информисања. Ова средства су, међутим, била недовољна и донекле селективна. Поред тога, локалне управе изабраним локалним медијима додељују субвенције, које се правдају накнадама за праћење заседања локалних скупштина и рада локалних органа власти. Општине, међутим, најчешће финансирају гласила под њиховом контролом, док су друга препуштена тржишту. Тако су, на пример, недавно у Краљеву одабране три локалне телевизије и један локални недељник добили донацију од око 6 милиона динара, док је у Пироту општина недавно помогла рад локалних медија са 13,4 милиона динара. Помоћ донатора, државе и локалних самоуправа често је једини начин опстанка многих медија, посебно локалних, али је главна последица ове праксе стварање нелојалне

конкуренције медијима који живе од тржишта и политичка контрола новцем пореских обвезника. Стога и не изненађује што већина медија, а посебно локалних, нема ни жељу ни могућност да служе информисању грађана, већ се њихово постојање користи за подршку локалним донаторима и моћницима, који често без икаквих скрупула настоје да одређују садржај медија, док неподобним медијима и новинарима ускраћују права на информације и присуства догађајима. Локални медији су често на ивици пажње, и за разлику од великих нису у стању да изазову велику пажњу јавности, док су притисци на њих много бруталнији и отворенији, до су локални новинари често мета вербалних па чак и физичких напада.

Десет година после обећаних промена, новинарство и медијска сцена у Србији нису много одмакли од времена за које се сматрало да ће заувек отићи у ружну прошлост, а однос према медијима се не разликује много од ранијег СПС модела. Вероватно се мислило да ће медији бити слободни, када се причало о реформама и слободи, али од свих оних који нису спремни да раде по диктату политичара и нових моћника.

---

[1] <http://www.nuns.org.yy/dosije/17/10.jsp>

[2] <http://www.nuns.org.yy/dosije/17/10.jsp>

[3] Од тога је највише било оних који се баве трговином 12,20%, грађевинарством 9,76%, из индустрије 7,32%, из сектора услуга 7,32%, а из угоститељства 4,88% купаца.

[4] Међу овим су између осталих Нови Пут из Јагодине, РТВ Ђуприја, Радио С Смедерево, РЊП Параћин, Радио Пожаревац, Радио Деспотовац, Радио Смедерево, РТВ Трстеник, РТВ Крушевац.

[5] <http://www.opstinabor.com/blog/?p=533&cp=1#comments>

[6] Двомесечника је 73. Квартално излази 65 штампаних издања, полугодишње 9, а годишње 15. Под одредницом „друго“, регистрована су 54 штампана медија.