



Србин и Клаудија Шифер једини преживели бродолом и, плутајући океаном у чамцу за спасавање, докопали се неког пустог острва. Кад су истражили своје ново окружење и подмирили основне биолошке потребе – храна, пиће, станиште – почели су да размишљају и о томе како да се изборе са посттрауматским стресом. А сами су, лето је, плажа свуда око њих! Србин проспе неку духовитост, Клаудија се насмеје. Србин каже нешто романтично, Клаудија га нежно погледа. Он је пољуби, она га страсно загрли. Воде љубав. Па још једном. Па опет. Па поново... Србин пресрећан, Клаудија распамећена. Милина! Кад одједном, после неколико дана врхунског секса, Србин се сневесели и изгуби жељу за даљим интимизирањем. „Шта ти је, драги, што си тужан“, запита га Клаудија, сва брижна и забринута, несебично му нудећи сваку могућу помоћ. „Стварно хоћеш да ми помогнеш?! Хајде онда обуци ову моју кошуљу“, каже јој Србин. Она се збуни, али ипак га послуша. „А сада навуци и ове моје чакшире“, настави он, „па опанке, па шајкачу, па јелек, па сад нацртај себи бркове“. Кад је она све то урадила, Србин јој стави руку на раме и обрати јој се: „Комшија, сад ћу да ти испричам шта сам све радио Клаудији Шифер!“

Овај сјајан виц, прастар али увек актуелан, колико је смешан толико је и поучан. Чак и ми који никада нисмо заглавили на пустом острву са врхунском светском манекенком, можемо да препознамо невољу главног јунака: цаба вам врела авантура са Клаудијом Шифер, ако нико не сазна за ваш подвиг!

У савременом друштву, проблем попут овог с којим се суочава Србин бродоломник решавају медији. Они су ти који обавештавају јавност о свему што има икакву друштвено важност. Како сазнајемо ко је победио у финалу Лиге шампиона, шта су причали Тадић и Бајден, за када је Динкић најавио крај економске кризе? Тако што читамо новине, гледамо ТВ, слушамо радио и, у последње време све више, крстаримо интернетом. У развијеним демократским државама – шта год значило оно „развијеним“ – медијима се чак приписује одлучујућа улога у стварању, тачније, одржавању јавног мњења, које и јесте стуб демократије.

Виц о Србину и Клаудији, дакле, поред тога што ће слатко да вас засмеје, подсетиће вас на суштинску улогу медија. Насупрот томе, ситуација у српским медијском простору одавно не може никога да засмеје, а и све мање има везе са суштином постојања гласила. Једина сличност са вицом је то што се већина новинара и уредника у Србији малтене сваког дана осећа као да је усред бродолома. Али без Клаудије Шифер.

Сит гладном не верује, а и не плаћа га

Морам овде да истакнем да, док пишем ове редове, неизмерно завидим заштићеним сведоцима у Хагу. Колико су ми раније ишли на живце, толико бих сада волео да сам у њиховој кожи: да могу под неком фантомском ознаком, са скривеним идентитетом и гарантованим имунитетом, да испричам шта сам све видео и доживео за 13 година рада у новинарству, а да после нико не може да ме криви ни за шта од тога. Али, нисам те „среће“ и онда је боље да одмах признам – свесно сам, у више наврата, склапао споразум са ђаволом и прихватао да радим за људе сумњивог морала и још сумњивијег капитала, који су пожелели да се играју издаваштва јер су, зато што су имали успеха у некој другој области, сматрали да ће врло лако и без озбиљног улагања постати медијски магнати.

Не пишем ово да би текст који читате прерастао у исповест типа „Црни бисери“, далеко било. Не, већ само не желим да ико помисли како о колегама причам са незаслуженим осећајем моралне супериорности.

Елем, не постоји још нека професија у Србији у којој се толико гуше права запослених као у новинарству. Редовно исплаћивање плата и хонорара је изгледа неки пагански обичај од којег власници овдашњих медија беже главом без обзира, па можда и не би било претерано рећи да је свако ко је протеклих десетак година радио у Србији као новинар у просеку закинут за примања за годину дана. Оне силне новине које су се угасиле остале су, све до једне, дужне својим запосленима најмање последњих неколико месечних зарада, па и сами можете да израчунате колико је то неисплаћених, а зарађених пара. Код електронских медија није било толико случајева гашења, колико промене власништва – фреквенција је цењен „луксуз“ који увек има купца – али су приликом већине тих купопродаја највећу цену плаћали запослени, којима нови газда никада неће подмирити оно што им је његов претходник остао дужан.

Па шта, зачудиће се неко. Зар су новинари једини у Србији који су закинути за паре које су поштено зарадили?! Нажалост, уопште нису једини. Али, овде не тврдим да је њихов случај јединствен, већ наглашавам размере таквог, економског понижавања запослених у медијима. Редакције су, углавном, велики колективи, са десетинама, па и стотинама чланова. Кад саберете све новине и часописе који су се угасили (или који и даље излазе, али свеједно не плаћају уредно своје људство), као и све ТВ и радио станице које су мењале власничку структуру, и узмете у обзир да су приликом огромне већине тих гашења и трансакција запослени остајали закинути за плату, две, три, добијате армију

Ни седма сила није што је била

Пише: Миодраг Зарковић
четвртак, 21 мај 2009 23:58

преварених новинара, фоторепортера, камермана, сниматеља, тонаца, монтажера, уредника... Тешко да још нека професија може да се „похвали“ толиком количином злоупотребе.

Шампион таквог понашања према запосленима свакако је Радисав Раја Родић, власник „Гласа јавности“ и „Курира“. Кроз редакцију „Гласа“ је, за 11 година постојања, прошло на стотине, ако не и хиљаде, новинара, фоторепортера и преламача, али нико није успео да од Родићеве фирме која је издавач овог листа наплати све оно што му припада. Штавише, не само да је свакоме ко је икада радио у „Гласу“ Родић остао дужан барем једну целу плату, већ се не памти да је икада измирио обавезе према држави које има на рачун запослених (социјално, пензијско, здравствено...) При том, плате и хонораре исплаћује не на текући рачун, како је по закону обавезан, него „на руке“, у ковертама. Човек онда мора да се запита како је могуће да небројене инспекције Млађана Динкића, које су просто опседале редакције „Гласа“ и „Курира“ пре неколико година, нису пронашле никакву незаконитост у Родићевом медијском пословању кад у тој кући, како се шале запослени, ни степенице нису легалне. Може само да се нагађа да ли је Родићев и Динкићев сукоб стваран, или тек параван за далеко „компликованије“ односе.

Цензура је мртва, живела цензура

Нормално, делимична кривица за такво стање у медијима пада и на терет самих новинара, који пристају (као што сам и ја пристајао – сходно горњем покајничком признању) да, само да би њихови текстови излазили, буду потпуно зависни од милости и расположења власника медија. Али, здрава самокритика не може у овом случају нити да појасни нити да реши свеопшту егзистенцијалну угроженост новинара.

Оно где, међутим, искључива одговорност припада самим новинарима, јесте једноумље овдашњих медија. Очигледно једноумље. Није потребан већи доказ за истренирану униформисаност српских гласила од извештавања о недавној посети Џозефа Бајдена Београду: скоро сви су потрчали да истакну, најчешће у насловима, да је потпредседник САД рекао да се Србији неће постављати признавање Косова као услов за пријем у Европску унију!

Позната тврдња да тамо где сви мисле исто нико не мисли ништа, не мора да буде тачна у сваком случају. Рецимо, ако конзилијум лекара једногласно закључи да пацијент мора на операцију, то никако не значи да нико од њих није размишљао само зато што су се

сложили. Али, у случају медијске „крвне слике“ одређеног друштва, поменута изрека је одлично мерило. Заиста, вратимо се поново на Бајдена: ако потпредседник државе која је изнела процес отимања Космета из Србије каже да Србија не мора да призна Космет како би наставила евроатлантске интеграције, потпуно је нереално да сви медији то дочекају као сјајну вест. Прво, ваљда би неко требало да се запита зар није логичније да Србија од Америке очекује да повуче признање Космета, а не да Америка од Србије не очекује да призна Космет (не улазим сада у процену „реалности“ једне или друге опције). Друго, ваљда би неко требало да се забрине што је баш Бајден, један од главних заговорника независности јужне српске покрајине, оваквом изјавом практично похвалио држање и понашање Београда, а свакако и обесмислио наше дипломатске активности (у стилу – није ни битно да ли ће Србија признати „Косова“ ако и убудуће не буде правила проблеме).

Ко би требало да се запита? Ко би морао да се забрине? Медији! Да ли су се забринули или запитали? Таман посла! Неко ко је прочитао данашња издања српске шампе, односно испратио све јучерашње ТВ и радио извештаје овдашњих станица, могао је само да закључи да је српска власт однела неку малу дипломатску победу у обрачуна са Бајденом, који је, ето, признао да Србија није ни у каквој обавези да следи Америку по питању Космета.

Због чега су српски медији овом приликом, али и безброј пута пре тога, наступили као манекени горепоменуте теорије о неразмишљању? Одговор да су такво једноумље увеле моћне стране издавачке и медијске компаније (на челу са Џорџом Сорошем) које су загосподариле нашим јавним простором, био би романтичан, али само делимично тачан. Истина је да директори – тзв. „паблишери“ – тих кућа, махом странци, врло ревностно сугеришу уредницима и новинарима својих издања да избегавају све могуће изливе „национализма“, „шовинизма“, „ксенофобије“, а да под тим изразима подразумевају било какво заступање националних интереса. Исто тако, запослени у тим кућама немају финансијских и легалних проблема попут њихових колега који раде у медијима чији су власници каубојски настројени домаћи тајкуни, па је посао у некој страни издавачкој или ТВ компанији нешто што сваки тамошњи новинар из петних жила покушава да задржи. Али, то је објашњење, не и оправдање. Новинарска етика неумољиво налаже да се свака појава од друштвеног и државног значаја сагледа са више страна, а да се јавности понуди довољно аналитичких аргумената. Укратко, од медијских посленика очекује се да својој публици понуде став, тачније, што више логичних ставова о некој теми. Што је посебно важно, ставови у развијенијим медијским срединама никако нису резервисани за колумне. Напротив, у већини извештаја америчких или британских новина о било којој значајнијој теми, наћи ћете врло јасне аналитичке делове – некад су похвални, некад иронични, а некад и врло критични. (Нормално, ово не значи да су западни медији имуни на једноумље, Срби нажалост и даље осећају колико смртоносна може да буде униформисаност њихових гласила). Српски медији, међутим, последњих година упорно избегавају било какве ставове (осим у колумнама), а посебно ставове који се косе са

Ни седма сила није што је била

Пише: Миодраг Зарковић
четвртак, 21 мај 2009 23:58

прокламованом политиком евроатлантских интеграција (дакле, тамо где ставова и има, врло често су изразито подругљиви према политичким струјама које се супротстављају званичном курсу – одличан пример је текст „Бајден долази у миру“, објављен у „Политици“ од уторка 19. маја, где се аутор исмева странкама које ће разговоре са Бајденом прогласити за издају, а саму посету потпредседника САД представља, без убедљивих аргумената, као неку сјајну прилику за Србију).

Већина новинара и уредника у Србији, радо или не, пристаје на такву цензуру, односно аутоцензуру, што је у најмању руку једнако опасно као и економско понижавање описано у претходном делу. Можда је и разумљиво кад неки новинар, иако му плата касни већ три месеца, остаје у тим новинама јер жели да објављује извештаје, интервјуе и репортаже које саставља „из душе“. Али, ако новинар сваки свој текст пише водећи рачуна шта сме да стави у њега, а шта никако не сме да не би наљутио уредника, финансијера, директора или политичког моћника који је „близак“ том гласилу, понижавање поприма и професионалне намере. А сама сврха медија бива озбиљно доведена у питање.

Истини за вољу, цензура и аутоцензура вазда су биле присутне у новинарском послу. У Титово време биле су општеприхваћене. У Милошевићево доба биле су врло изражене у режимским медијима, мада су и нека „опозициона“ гласила била подложна таквој контроли (чувен је случај из новембра 1996. године када је тадашњи власник „Блица“ Петер Келбел забранио редакцији да извештава о уличним демонстрацијама, а само се мали део запослених побунио против такве директиве и одметнуо у „Демократију“). Али, Титова држава била је једнопартијска диктатура, а Милошевићев систем био је тоталитаран. Ово у чему сада живимо начелно би требало да допушта далеко више слободе медијима. Па, зашто онда сви извештаји о Бајдену толико међусобно личе?!

Оглашивачи свих земаља, уједините се

Трећа велика тешкоћа с којом се свакодневно сусрећу српски медији јесте финансијска зависност самих кућа од оглашивача. Платежна моћ српског становништва једва може да испрати и садашње цене штампе, а цене по којима се продају српске новине ни овакве какве су нису економске. Дневни листови и периодични часописи зато су принуђени да неопходну зараду остварују продајом огласног простора, јер оно што зараде продатим тиражом, макар он био и преко 100.000 примерака, не може да покрије све трошкове. У преводу: медији постају зависни од маркетиншких агенција које, не би ли своје клијенте упутиле да се оглашавају у неком листу, од уредништва тог листа очекују слепу послушност. Та послушност је иритирајућа кад се тиче неких ускостручних ствари. На

пример, кад банка која је велики оглашивач захтева од медија да прећуте скандал везан за њено пословање. Или у следећој, баналној ситуацији, са којом се сусрео сваки овдашњи уредник: ПР служба (за односе са јавношћу) неког трговинског ланца пошаље вам саопштење о отварању свог новог објекта; ем тај догађај ничим не заслужује да буде испраћен у вашем медију, ем је саопштење које су вам послали писао неко ко нити зна баш сва слова, нити влада баш са свих седам падежа, нити верује да свака реченица мора да буде логичка целина; ви прочитате саопштење и, уздржавајући се да не искажете згроженост истим, љубазно објасните ПР менаџеру трговинског ланца да немате где да пустите вест о њиховом новом објекту, јер сте целу рубрику већ попунили; ПР менаџер ће вас тада, врло директно, подсетити да је његова компанија увек издвајала велике паре за кампању у вашем листу, да је најмање што они очекују од вас то да испратите активности које су им значајне, а и да он, ако баш инсистирате, може одмах да позове главног уредника па да њега пита како то да нема места за њихову нову продавницу... Сад вам је ваљда јасније одакле у овдашњим новинама онолико аматерски скрпљених „сервисних вести“ које иначе ничим не заслужују да се нађу на страницама угледног дневног листа.

Али, кад је ваша „омиљена“ маркетиншка агенција наклоњена одређеним политичким круговима или другим центрима моћи – а све до једне управо јесу под неким таквим домаћим или страним патронатом – онда оваква врста притиска на медије не производи више само иритирајуће, него често и опасне текстове. Неретки су случајеви да се одређеном политичару не допадне рецимо наслов неког текста који је видео у првом, вечерњем издању, па да онда зове свог пријатеља, власника маркетиншке агенције, који моментално налаже уредништву да промени споран садржај.

ТВ и радио станице, што је још погубније, уопште и немају директан приход од своје слушаности или гледаности, као што новине имају од тиража. Дакле, оне су у још већој зависности од маркетиншких агенција и њихов положај само је још незгоднији од оног у којем се налазе штампана издања.

Да би слика зависности медија од оглашивача била потпунија, навешћу само још да је Драган Ђилас власник „Дајрект медије“, маркетиншке компаније која истиче да је највећи „медија бајер“ (закупац огласног простора) у региону, и да је Срђан Шапер директор и сувласник „Мекен Ериксона“, најутицајније ПР агенције у Србији чији су клијенти многи овдашњи привредни гиганти. И Ђилас и Шапер су истакнути чланови Демократске странке. Да ме не би дежурни душебрижници малтретирали по судовима, истичем да никада нисам био сведок неког оваквог притиска на гласила од стране „Дајрект медије“ или „Мекен Ериксона“, али можда то што су обојица важни сарадници Бориса Тадића унеколико може да објасни приметну наклоност коју овдашњи медији негују према ДС-у. (Уосталом, сетите се два потпуно различита наслова у два различита

Ни седма сила није што је била

Пише: Миодраг Зарковић
четвртак, 21 мај 2009 23:58

издања на иначе идентичној првој страни „Блица“, које је јавно показивао Александар Вучић, оптужујући управо Шапера да је наредио корекцију.)

СЕКА као шлаг на торти

Кад сагледате ова три проблема са којима се новинари суочавају у свом свакодневном раду, лако ћете доћи до закључка да исповест оног Србина заводника из вица о његовој лудој авантури са Клаудијом Шифер, уколико он или она нису по укусу господара из сенке овдашњих медија, не би објавиле ниједне новине, нити нека ТВ или радио станица.

Шалу на страну, стање у овдашњим медијима толико је лоше да чак и они који су најодговорнији за њега не споре колике су размере катастрофе. А да је заиста реч о катастрофи, и то оној најгоре врсте – која саму себе даље шири – јасно је било коме ко и даље сваког јутра купује новине на киоску, или не пропушта вечерње термине информативних емисија. А још више онима који су се одвикли од штампе и дигли руке од разних „дневника“ и „вести у 7“. Таквих је, показују многа истраживања, све више, и то не само због светске економске кризе која је, да невоља буде већа, на целој планети погодила највише медије.

Држава би вероватно могла лако да реши те проблеме. Многи, међутим, нимало неосновано сумњају да је управо држава, тачније владајућа гарнитура, узрочник проблема, а да јој у томе помажу и неке друге државе. Ако је тако, онда ће са невољама морати да се избори сама струка. Али, колико је реално да новинари, који сваког дана трпе свакојаке врсте набројаних понижавања, смогну снаге да се изборе за часнији и достојнији положај? Из садашње перспективе, из које израз „седма сила“ делује само као патетично подсећање на то како би ствари требало да функционишу, одговор на ово питање нужно би био пун дефетизма.

Ипак, само ако медији у Србији постану истински слободни, независни, савесни и храбри, имаћемо јавност која зна шта хоће и како то да оствари. А онда ћемо већ подсећати и на озбиљну државу.