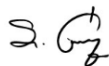


KONTROLA I SLOBODA MEDIJA

SVEDOČENJA NOVINARA



FONDACIJA
SLAVKO
ČURUVIJA
FOUNDATION



Projekat finansira EU u
okviru programa „Podrška
civilnom društvu 2015“

Istraživanje je sprovedla Slavko Ćuruvija fondacija od oktobra do decembra 2017. godine. Ono je deo projekta „Javni novac za javni interes – podrška inicijativama civilnog društva za interes javnosti“, koji zajedno realizuju Balkanska istraživačka mreža (BIRN), Nezavisno udruženje novinara Srbije (NUNS) i Slavko Ćuruvija fondacija, uz podršku Evropske unije.

Beograd, 2018.

Autorka:
dr Jovanka Matić

ISTRAŽIVAČKI PRISTUP

Ciljevi istraživanja bili su da se prikupe iskustva novinara sa oblicima kontrole novinarskog rada i informativnih sadržaja tokom poslednjih 12 meseci, da se ustanove izvori najjačih kontrolnih uticaja i njihovi najčešći oblici i da se identifikuju mehanizmi koji tim izvorima daju moć da medije instrumentalizuju za neke posebne interese.

Kao oblici kontrole definisane su radnje konkretnih pojedinačnih subjekata čiji je cilj uticaj na rad novinara kojim se ograničavaju novinarska autonomija i pravo javnosti da zna.

Kao mehanizmi kontrole definisane su odlike medijskog sektora koje omogućavaju izvorima kontrolne moći da ograničavaju funkcionisanje medija u službi javnih interesa i demokratskih procesa, a da ostvaruju svoje posebne interese.

Kao najvažniji izvori kontrolnih uticaja izdvojeni su uredništvo, posloводство i medijski vlasnik (akteri unutrašnjeg okruženja) i organi vlasti, političke partije i oglašivači (akteri spoljnog okruženja).

Novinarska iskustva o slobodi i kontroli medija prikupljena su onlajn anketnim ispitivanjem 177 novinara i dubinskim intervjuima sa 10 novinara iz različitih medija za koje su postojale indicije da su izloženi snažnim uticajima iz spoljnih ili unutrašnjih izvora.

U anketi je korišćen neprobabilistički prigodni uzorak. On nije reprezentativan za novinarsku populaciju, ali jeste validan za zaključivanje o predmetu istraživanja utoliko što je uključio novinare veoma raznovrsnih profesionalnih i demografskih karakteristika, sa različitim iskustvima kontrolnih uticaja.

Ispitanici rade u medijima koji su raznovrsni po vrsti, obuhvatu publike i vlasništvu i u njima obavljaju različite zadatke (39% su novinari, 25% urednici, 8% glavni urednici, 7% dopisnici, 5% vlasnici ili direktori, 3% foto-reporteri i snimatelji, 8% trenutno bez posla). Oni se razlikuju po radnom statusu, polu, obrazovanju, životnom dobu i dužini profesionalnog staža.



Kad neko kaže da bi trebalo da pozovemo nekoga iz opozicije, samo gledaš kako urednici kreću da zelene, pa kažu: „Da, da, sigurno da bi trebalo, ali sačekaćemo“.
(Novinar nacionalne televizije)

II ISTRAŽIVAČKI REZULTATI

1. Najčešći izvori i oblici kontrolnih uticaja

Novinari se u svom svakodnevnom poslu češće sreću sa oblicima kontrolnih uticaja koje ostvaruju akteri izvan medija nego unutar medija.

Najčešći uticaji dolaze od organa vlasti i od političkih partija, a zatim od uredništva, dok su najređi od oglašivača. Najsnažnije efekte na rad novinara imaju uticaji iz izvršne vlasti.

Neopravdano uplitanje u rad novinara je često:

69% anketiranih novinara srelo se bar sa jednim oblikom uticaja predstavnika organa vlasti;

41% bar sa jednim oblikom uticaja poslovnih organa;

56% bar sa jednim oblikom uticaja predstavnika političkih stranaka;

33% bar sa jednim oblikom uticaja oglašivača;

47% bar sa jednim oblikom uticaja uredništva;

30% bar sa jednim oblikom uticaja vlasnika medija.



*Pritisci iz Vlade - to je najvažniji i nasnažniji uticaj.
(Novinar javnog servisa)*

*Najsnažniji pritisci dolaze iz kombinovanih interesa politike i korporacija.
(Novinar dnevnog lista)*

*Niko neće da se odrekne uticaja na medije. Koja god vlast da dođe, utiče na ovaj ili onaj način.
(Novinar dnevnog lista)*

2. Kontrolni uticaji na medije iz spoljnih izvora

2.1. Oblici i učestalost kontrolnih uticaja vlasti

Organi vlasti su izvor najčešćih i najsnažnijih pritisaka. To je posebno slučaj u kriznim situacijama i tokom izbornih kampanja.

Posledica ovih uticaja, prema rečima jednog intervjuisanog novinara, jeste da je informativni program ranije bio „politika, politika, politika,

sport i vreme, a sada je Vučić, Vučić, Vučić, sport i vreme“.

U proseku, 46% anketiranih novinara navodi da su imali lično ili grupno (redakcijsko) iskustvo sa nekim oblikom kontrolnog uticaja vlasti, a 32% njih odgovara da nisu.

Najmanje oko polovine novinara susrelo se sa šest oblika kontrolnih uticaja organa vlasti na rad njihovih redakcija:

69%

susrelo se sa odbijanjem predstavnika organa vlasti da za njihov medij daju informacije, izjave i intervjue;

67%

susrelo se sa izražavanjem nezadovoljstva predstavnika vlasti konkretnim izveštavanjem medija u kontaktu sa vlasnikom ili redakcijom;

62%

susrelo se sa sistematskom diskriminacijom njihovog medija (redovno odbijanje davanja informacija, nedobijanje sredstava na konkursima za projektno sufinansiranje, nepozivanje na javne događaje...);

51%

susrelo se sa javnom diskreditacijom njihovog medija ili njegovih pojedinačnih novinara;

49%

susrelo se sa zahtevima predstavnika organa vlasti za objavljivanje, izmenu ili neobjavljivanje određenih informacija o njima lično ili njihovoj instituciji;

48%

susrelo se sa uvredama koje novinarima upućuju predstavnici vlasti.



Da li postoji pritisak vlasti kada javni servis objavi izveštaj o antivladinim demonstracijama koje mu se odvijaju pod prozorom? Da, ogroman... (Novinar javnog servisa)

Ako neko iz vlasti hoće da ostvari neki interes, on to dogovara na vrhu. Ne možeš ti da juriš svakog urednika, svakog novinara. Lakše je zvati nekog iz samog vrha preduzeća. Ovaj sa vrha dalje sprovodi taj udarac groma, to mu je posao. (Novinar dnevnog lista)

Mi u redakciji čujemo samo „zvaó je ovaj“. Mi nikada ne znamo ko je taj „ovaj“. Znamo samo da su zvali... Urednici glavne informativne emisije uvek imaju telefon kod sebe kad je frka. Vidi se ta bojazan kod urednika da će neko nazvati, vrlo bitan, ako sve ne bude urađeno kako treba. (Novinar javnog servisa)

Najčešće pritisak dolazi od osoba zaduženih za medije, odnosno savetnika za komunikaciju... Ova vlast je uvela mnoštvo PR-ova. Postoji osoba za PR, pa pomoćnik, pa njegov pomoćnik. To su često bivši novinari, zato što oni znaju novinare. Od njih se očekuje da koriste lična poznanstva. (Novinar dnevnog lista)

Sa ovim oblicima uticaja nije se srelo 22% anketiranih, o njima ne zna 11% (9% nije odgovorilo na ova pitanja).

Između 40% i 45% anketiranih ima lično ili grupno iskustvo sa zahtevima za davanje povlašćenog tretmana državnom organu u redovnom izveštavanju i sa upućivanjem pretnji i ucena.

Između 30% i 40% ispitanika ima saznanja o preostalih šest vrsta uticaja (onemogućavanje novinarskog prisustva javnim događajima, zahtevima predstavnika vlasti za uvid u još neobjavljene novinarske proizvode i zahtevima da mediji daju podršku nekom učesniku izborne kampanje), s tim što su zahtevi organa vlasti u vezi sa informacijama o drugim subjektima, informacijama koje nisu tačne ili imaju manipulativni karakter i podnošenje tužbi protiv medija ili pojedinačnih novinara manje prisutni nego odsutni.

Direktni izvori kontrolnih uticaja iz vlasti ponekad su najviši državni funkcioneri (ministri, gradonačelnici, visoki službenici državnih agencija), ali su to najčešće pripadnici službi državnih organa za odnose s javnošću.

Glavne mete kontrolnih uticaja jesu čelni ljudi u medijima – direktori, glavni urednici, urednici glavnih informativnih emisija. Retko su to novinari bez značajnog uredničkog položaja.

Organi vlasti se najčešće žale na nedovoljnu medijsku podršku državnim politikama. Prema rečima novinara nacionalne TV, „zameraju nam da smo neprofesionalni, da smo „žuti“, da

podrivamo Vučića, ne verujemo u reforme, da smo neprijatelji“, a prema iskazu novinara javnog servisa, „optužuju nas da nam je uređivačka politika pristrasna, da ne podržavamo napore države, da dovodimo neprijatelje u studio“.

Organi vlasti od medija traže snažnije promovisanje rezultata vlasti i njene popularnosti, prećutkivanje problematičnih tema i ignorisanje kritičara vlasti. Svoj povlašćeni tretman smatraju pravom koje im je pripalo pobedom na izborima i zahtevaju ga u raznim vidovima – objavljivanje povoljnih vesti, izbacivanje nepovoljnih, samostalno odlučivanje o temama razgovora, o nepoželjnim sabesednicima itd.

Intervjuisani novinari kao posebne odlike odnosa aktuelne vlasti prema medijima navode intenziviranje pritisaka iz vlasti i zatvorenost državnih organa za medije u odnosu na raniji period.

Prema novinaru javnog servisa, političari često zovu: „Ministar zove glavnog urednika ili urednika Dnevnika ili zamenika urednika. Ili neko iz PR službi zove, nikad ne znaš ko je, ali non-stop zovu... Svi hoće da dođu u Dnevnik da bi izneli svoj stav“, ali odbijaju intervjuje, „a pogotovo dijalog sa nekim drugim“. Novinar nacionalne TV navodi da „nikad nije bilo da Tadić zabranjuje da dovedeš Vučića u studio. Ali sada... Iz kabineta ti kažu da ne treba da dolazi taj neko kao gost“. Novinar dnevnog lista kaže da je „vlast uvela praksu neodgovaranja na novinarska pitanja“ i „bahatost koju nije imala bivša vlast“.



*Postoje različiti oficiri za vezu iz raznih ministarstava koji zovu. Suzana Vučićeva zove za ono što je važnije... Niko ne može iz vladajuće garniture da dođe kao gost bez odobrenja neke Vladanke. Ko je to - nemam pojma, ali sve ide preko nje. Zovu razni.
(Novinar javnog servisa)*

*Mislim da smo generalno nevažni vrhu vlasti. Važno je samo da ne pravimo problem. Ali za važne stvari se daju instrukcije, na primer kako se odnositi prema kandidaturi Tomislava Nikolića na predsedničkim izborima.
(Novinar dnevnog lista)*

*Dva dana nakon dolaska novog glavnog urednika, došla je poreska inspekcija da kontroliše legalnost softvera, što se nikada ranije nije dogodilo.
(Novinar regionalne TV)*

*Kada uđeš u sukob sa vlašću, ni privatnim kompanijama nije lako da se kod tebe oglašavaju. Vlast krene da im šalje signale, da im šalje inspekcije, pa oni odustanu. Većina privatnih oglašivača radi preko medija-bajing agencija, tako da oni samo jave toj agenciji da stornira ugovor.
(Novinar dnevnog lista)*

2.2. Oblici i učestalost kontrolnih uticaja političkih stranaka

Drugi najčešći izvor uticaja su vladajuće političke stranke. Opozicione stranke nemaju moći da utiču na medije, one su „srećne kad im neko dođe da nešto zabeleži“, kako ističe jedan intervjuisani novinar.

U proseku, 37% anketiranih novinara kaže da su imali lično ili grupno iskustvo sa nekim oblikom kontrolnog uticaja političkih stranaka, a 31% njih odgovara da nisu.

Najmanje 40% novinara srelo se sa pet oblika kontrolnih uticaja političkih stranaka na novinarski rad:

56% anketiranih susrelo se sa izražavanjem nezadovoljstva konkretnim izveštavanjem medija u kontaktu sa vlasnikom ili redakcijom;

55% susrelo se sa odbijanjem predstavnika političkih stranaka da za njihov medij daju informacije, izjave i intervjue;

49% susrelo se sa sistematskom diskriminacijom njihovog medija;

45% susrelo se sa javnom diskreditacijom njihovog medija ili njegovih novinara;

40% susrelo se sa zahtevima za objavljivanje, izmenu ili neobjavljivanje određenih informacija o njima lično ili njihovoj stranci.

Novinari nacionalnih medija teško razlikuju partijske izvore kontrolnih uticaja od državnih, jer su im nosioci, oblici i mete uglavnom isti. Novinari lokalnih medija, međutim, često se sreću sa uticajima iz lokalnih odbora vladajućih partija, koje ocenjuju kao snažne.

Uticaji partija često se ostvaruju preko novinara koji su članovi partije, a posebno su efikasni kada stranački funkcioneri imaju najviše pozicije u medijima. U javnosti je poznat slučaj uslovljavanja zapošljavanja novinara u

RTV Pančevo članstvom u SNS-u - taj uslov postavio je nakon privatizacije ovog medija krajem 2015. godine njegov glavni urednik, koji je istovremeno bio i predsednik Odbora za informisanje Gradskog odbora SNS-a.

I u nacionalnim medijima postoje „partijske garniture“ među novinarima. One se stvaraju ili zapošljavanjem članova partija ili regrutovanjem novinara među članove. Ima slučajeva da su novinari članovi i po nekoliko partija.



Opozicione partije se uvek ponašaju sjajno prema novinarima dok su opozicione. Čim dođu na vlast, odmah se promene... Novinari su ranije dosta uvažavali radikale ili socijaliste kad su pali sa vlasti, jer su bili dobar izvor informacija. Čim su došli na vlast, to se promenilo. I sa DS je to funkcionisalo na isti način.

(Novinar dnevnog lista)

Državni organi znaju šta će biti objavljeno tako što imaju svoje partijske garniture po redakcijama - novinare bliske određenim partijama. Ima visokih kadrova još iz Miloševićevog vremena. Ima i onih koji se učlane u novu partiju čim ona dođe na vlast. Da bi preživeli, oni se odmah konektuju na nekog.

(Novinar javnog servisa)

Pre nego što je SNS došao na vlast, grupa novinara je u redakciji, u tom nekom sobičku, slavila slavu SRS-a. Sve sa pečenjem, muzikom, pićem i tancovanjem. Bez imalo blama. Posle su se prešaltovali na SNS i čekali svoju šansu.

(Novinar javnog servisa)

Godine 2007-2008, kada je SNS postao stranka, u uredništvu su postojale dve struje: jedna koja je održavala vrlo prisne odnose sa rukovodstvom SNS-a, a druga koja je bila na liniji DS-a i sa njima imala i lične i poslovne aranžmane. Malo se titralo SNS-u jer je DS to tako hteo.

(Novinar nacionalne TV)

2.3. Oblici i učestalost kontrolnih uticaja oglašivača

Novinari se najređe sreću sa oblicima spoljnih kontrolnih uticaja oglašivača. To, međutim, ne znači da su ovi uticaji retki ili neefikasni. Značajan broj anketiranih (9%) radi u medijima koji se ne bave oglašavanjem (internet mediji, mediji civilnog sektora), a veliki broj novinara o ovim oblicima uticaja malo zna, budući da su njihove mete prvenstveno posloводства i vlasnici.

U proseku, 23% novinara ima lično ili grupno iskustvo sa nekim oblikom uticaja oglašivača, a 27% ga nema.

Oko trećine novinara srelo se sa tri najčešća oblika delovanja oglašivača prema medijima:

33% susrelo se sa otkazivanjem reklame;

32% susrelo se sa neispunjavanjem finansijskih obaveza oglašivača prema mediju;

31% susrelo se sa zahtevima za prikriveno reklamiranje, tj. plasiranje promotivnih sadržaja u formi redovnog izveštavanja.

Oko četvrtine anketiranih (od 24% do 27%) ima saznanja da su oglašivači od njihovih medija zahtevali povlašćen tretman u redovnom izveštavanju,

zahtevali objavljivanje, neobjavljivanje ili izmenu specifičnih informacija o njihovoj firmi, žalili se zbog načina na koji se o njima izveštava ili su raskinuli poslovni ugovor o saradnji.

Ostale oblike uticaja osetilo je između 12% i 20% anketiranih, od toga 13% zahteve medijima da daju podršku nekom učesniku izborne kampanje.

Uticajima oglašivača češće su izloženi nacionalni nego lokalni mediji, budući da veliki oglašivači uglavnom posluju sa velikim medijima.

Veliki oglašivači znaju da budu brutalni ne samo prema medijima u celini nego i prema pojedinačnim novinarima, koje umeju da stave na listu nepoželjnih ili da im prete da će njihovo insistiranje na dobijanju podataka o kontroverznoj temi imati loše posledice po njihovu karijeru.

Kontrolna moć oglašivača opšteprihvata je činjenica među novinarima. Oni se trude da izbegnu ugrožavanje interesa oglašivača i bez posebnih upozorenja od svojih nadređenih. Suprotno profesionalnom kodeksu, oni prihvataju kao normalan radni zadatak izradu intervjua, reportaža ili drugih vrsta pozitivnog predstavljanja oglašivača koji su deo reklamnih ugovora.

Pojedini ispitanici ukazuju na to da se pritisak oglašivača ponekad ostvaruje preko reklamnih agencija, koje istovremeno zastupaju i neke političke interese jer su njihovi vlasnici povezani sa državnim i političkim subjektima.



Velika javna preduzeća posluju po principu – mi vama oglase, a vi nama što manje o štrajku. Pustiš neku vesticu o štrajku koja se utopi među druge. (Novinar dnevnog lista)

Veliki oglašivači su veoma agresivni. Kada se pojave neke krizne situacije, oni povećavaju oglašavanje... Kad im se pošalju pitanja za neki tekst u pripremi, oni kažu – „E, upravo danas treba da napravimo ugovor sa vama o oglašavanju.“ Ili kažu da nisu istinite te informacije koje proveravamo, to su lansirali neki strani plaćenici, pa savetuju u poverenju da se ta priča ne radi, jer tu nema ničega. Ili prijateljski upozoravaju da će se te laži o njima razotkriti, pa će novinar koji insistira na njima doći u nepriliku i postati nepoželjan... Ponekad zovu da obustave neki tekst ili temu. Kada novinar to ne poslušaju, stave ga na crnu listu, ne zovu ga više na konferencije za novinare. (Novinar dnevnog lista)

Oglašivači uvek prete povlačenjem oglasa ako objavljuješ nešto protiv njih... Po ugovorima o poslovnoj saradnji, mi treba da pratimo neke njihove događaje, ali se to svodi na to da oni pošalju gotov tekst, a mi možemo da ga preuredimo na određeni način, pa da se naš novinar potpiše. (Novinar dnevnog lista)

3. Kontrolni uticaji na medije iz unutrašnjih izvora

3.1. Oblici i učestalost kontrolnih uticaja uredništva

Najčešći oblici unutrašnje kontrole novinarskih praksi i medijskih sadržaja dolaze od uredništva.

U proseku, neki od oblika uticaja uredništva lično je doživelo 36% anketiranih, a 54% nije.

Najčešći kontrolni uticaji uredništva obavljaju se pri planiranju novinarskog rada, i to kroz dva oblika koja su ključna za medijsku sliku stvarnosti:

47%

ispitanika ima lično iskustvo uredničkog odbijanja novinarskog predloga da se o nekoj temi izveštava (44% nema);

39%

ispitanika ima iskustvo uredničkog nametanja obrade teme za koju nema profesionalnog opravdanja (50% nema).

Osim odbijanja predloga teme, svi drugi oblici uredničkih uticaja češće su odsutni nego prisutni u iskustvu anketiranih.

Oko trećine novinara srelo se sa tri najčešće uredničke intervencije u već gotove novinarske proizvode:

32%

srelo se sa odbijanjem objavljivanja već gotovog novinarskog proizvoda;

35%

srelo se sa izmenom vrednosnog (pozitivnog ili negativnog) tretmana teme ili subjekta u gotovom novinarskom proizvodu;

37%

srelo se sa izmenom pozitivnog ili negativnog tona u naslovu ili najavi novinarskog teksta ili priloga.

Na osnovu svedočenja intervjuisanih novinara, može se zaključiti da u medijima preovlađuju tri vrste odnosa između uredništva i novinara: rovovski rat između novinara sa integritetom i urednika, „miroljubiva koegzistencija“ koja se ogleda u odustajanju od novinarskog otpora i karakteristična je za visokokomercijalizovane medije i potpuna podređenost novinara uredništvu, koja vlada najviše u lokalnim medijima bez snažnih profesionalnih kapaciteta.



*U jednom momentu, nažalost, urednika više ne shvatam kao kolegu i prijatelja, nego kao neprijatelja sa kojim se borim da izguram prilog... To su takvi odnosi gde urednik manipuliše vama, vi njim, pa ko pobedi.
(Novinar javnog servisa)*

*Proces je takav da predaš tekst i posle toga nemaš više uvid kako je on urednički obrađen. Moguće je da se objavi pod tvojim imenom nešto što ne želiš. Moraš na dnevnom nivou da se boriš za svaku svoju reč. Dešavalo mi se više puta da mi promene naslov. Tekst bude korektan, ali ceo naslovni blok, nadnaslov, naslov i podnaslov budu drugačiji od teksta. Ili će ti promeniti neki kontekst, oslabiti kritiku, u lиду će dodati jednu rečenicu i već je tekst drugačiji.
(Novinar dnevnog lista)*

*Kvalitetnih profesionalnih rasprava više nema, ljudi su ubijeni u pojam... Već pri pravljenju plana se neke teme isfiltriraju. Kaže se - znate da ovo ne možemo da radimo. I svi urednici se slože, niko se ne buni, niko ništa... Urednici više ne brinu kako program izgleda. Oni rade samo za platu. Toliko su ponosni na ono što rade, da se više ne potpisuju kao urednici.
(Novinar nacionalne televizije)*

Većina intervjuisanih novinara vidi uredništvo kao centralnu tačku procesa kontrole medijskih sadržaja. Oni osećaju da se urednici, a posebno glavni urednik, nalaze između „čekića i nakovnja“, ali glavnog urednika ne vide kao zaštitnika profesionalnog integriteta, već kao njegovog kršioca. Uredništvo se ne doživljava kao saradnik na istom poslu, nego kao suprotstavljena strana, sa drugačijim motivima.

Mnogi novinari ističu da su zbog povećanih pritisaka, pre svega iz vlasti, uredničke intervencije intenzivirane poslednjih godina, pa su njihovi mediji od medija bliskih vladi postali provladini mediji, sa većom politizovanošću sadržaja, ograničenijim izborom tema i manjim pluralizmom mišljenja.

Svi intervjuisani ističu da u njihovim medijima ne postoje zvanično zabranjene teme. Ipak, među novinarima se dobro zna šta su granice

prihvatljivog. Prećutno prihvaćene nedodirljive teme jesu one koje na neki način ugrožavaju vlast, vladajuće partije ili javna preduzeća, teme u vezi sa crkvom, velikim korporacijama i sa firmama kojima mediji duguju novac za razne usluge. Urednici ne koriste zabrane, već razne izgovore za izbegavanje izveštavanja o problematičnim temama. Prema rečima novinara dnevnog lista, normalna praksa je da resorni urednik novinaru kaže „nađi drugu temu“, a ne „ne smeš tu temu da radiš“. Urednik „nema nikad ništa protiv kad ti predložiš neku dobru temu, ali nema ni ništa protiv ako ta tema ne prođe“.

Novinari se vremenom pasiviziraju u suprotstavljanju uredništvu, a najveći problem im je to što nemaju gde da odu. Najčešće za sebe nalaze izlaz tako što se bave tematskim oblastima u kojima je pritisak manji.



To je jedna ogromna vreća predloga i ideja koje si imao i koji nisu prošli, i to je jako destimulativno i užasan je osećaj.

(novinar dnevnog lista)

Šta sad ima da nešto petljaš, da nešto pričaš, kad znaš da će to da se stopira. Dovedeno je na taj nivo da lako funkcioniše – mi to ne radimo, ne pipamo, ne pišemo, i vozi dalje... Nema nikakvih konflikata unutar redakcije. Nekada nas je bilo više od 100, sada možda tridesetak. Svima je sve jasno, u šta možeš da diraš, a u šta ne. Nezgodne teme se uvek rado prećute, kad god se može, dok se baš ne digne prevelika frka... Retko se događa da urednik nekome nešto izbacila iz teksta – ili se nije time ni bavio, ili je znao da ne može da prođe pa nije ni stavio, ili je već sam izbacio.

(Novinar dnevnog lista)

Nemam utisak da moje kolege pate zbog načina na koji obavljaju posao, pogotovo oni koji to rade već 20 godina. Naučili su neke osnove posla, da odlaze na teren, da postavljaju neka pitanja i da se autocenzurišu. Kada dođe neko iz vrhova vlasti, pitaće ga kako komentariše da ovde tolike brojne manjine već decenijama žive u miru. Nema mnogo otpora, možda samo kod nekih pojedinaca.

(Novinar lokalne TV)

3.2. Oblici i učestalost kontrolnih uticaja posloводства

U proseku, sa nekim od oblika uticaja posloводства srelo se 29% anketiranih novinara, a takva iskustva nije imalo 48%.

Uticaji posloводства prvenstveno su okrenuti zaštiti ekonomskih interesa spoljnih aktera, ali često se primenjuju i radi usluživanja političkih interesa.

Najmanje četvrtina anketiranih imala je lično ili grupno iskustvo sa sedam oblika uticaja posloводства:

41%

susrelo se sa zahtevom posloводства za poseban tretman oglašivača u redovnom novinarskom izveštavanju;

30%

susrelo se sa mešanjem u raspoređivanje profesionalnih zadataka novinarima;

35%

susrelo se sa zahtevima za prikriveno reklamiranje, tj. uključivanje promotivnih sadržaja u formu redovnog izveštavanja;

30%

susrelo se sa zahtevima za povlašćen tretman nekog političkog subjekta u redovnom izveštavanju;

34%

susrelo se sa mešanjem u izbor tema za izveštavanje;

28%

susrelo se sa neodobravanjem objavljivanja gotovog novinarskog proizvoda;

26%

susrelo se sa mešanjem u izbor izvora informacija i mišljenja.

Otpuštanje zaposlenih, koje se ovde tretira kao neopravdano, ali jeste legitimna ingerencija poslovodnih organa – tek je deveti oblik uticaja po učestalosti (24%), a koristi se tek nešto češće nego zahtevi za podršku nekom učesniku izborne kampanje (21%).

U medijima sa jakim uredništvom ili sveprisutnim vlasnikom, posloводство brine prevashodno o interesima poslovnih partnera. U medijima sa korporativnim vlasnikom koji donosi samo strateške odluke posloводство je glavno mesto kontakata i sa ekonomskim i sa političkim okruženjem i glavni donosilac uređivačkih odluka koje se prenose uredništvu.



*Redovna stvar je sukobljavanje između ljudi iz marketinga i novinara. Oni se pomame kada ti zvekneš nekoga, a taj je oglašivač. ... Ti cepaš neku priču, a oni ti kažu: „Pa što ste toga dirali, mi upravo sada sa njim razgovaramo oko oglašavanja.“ Ili nam kažu: „Nemojte sad da dirate ove, pokušavamo da napravimo neki ugovor sa njima.“
(Novinar dnevnog lista)*

*Često ljudi iz marketinga traže da se pusti ovo ili ono. Ali to je uglavnom da propustiš neki PR ili da pustiš neku povoljnu vest o oglašivačima.
(Novinar dnevnog lista)*

*Posloводство uvek gleda da uzme neku paru i tome prilagođava ono što se objavljuje. Na primer, u okviru projekta Beograd na vodi ima neka promotivna kampanja i mi smo u njoj angažovani. Da bismo od tog kolača nešto uzeli, nećemo nigde reći ništa negativno o Beogradu na vodi, samo hvališ kako je to fenomenalna investicija... Svi pritisci spolja idu preko vrha posloводства, ne preko uredništva, a posloводство daje naredbe uredništvu.
(Novinar dnevnog lista)*

3.3. Oblici i učestalost kontrolnih uticaja medijskih vlasnika

Prema anketi, vlasnici su najmanje aktivan unutrašnji subjekt kontrole novinara i medijskih sadržaja. Jedan od mogućih razloga za takav rezultat istraživanja jeste to što je među anketiranim bilo 14% ispitanika iz medija bez privatnog vlasnika.

U proseku, 25% ispitanika srelo se sa nekim oblikom uticaja vlasnika na novinarski rad, dok 33% nije imalo takvih iskustava.

Vlasnici direktno vode računa o povlašćenom tretmanu i oglašivača i određenih političkih subjekata:

30% anketiranih srelo se sa zahtevima vlasnika za poseban tretman oglašivača u redovnom novinarskom izveštavanju;

25% srelo se sa zahtevima za povlašćen tretman nekog političkog subjekta u redovnom izveštavanju;

22% srelo se sa zahtevima za podršku nekom učesniku izborne kampanje.

Okolo četvrtine ispitanika srelo se sa mešanjem vlasnika u poslove koji su u nadležnosti uredništva:

28% srelo se sa mešanjem vlasnika u izbor tema za izveštavanje;

24% srelo se sa mešanjem u izbor izvora informacija i mišljenja;

25% srelo se sa mešanjem u raspoređivanje profesionalnih zadataka novinarima;

23% srelo se sa neodobravanjem objavljivanja gotovog novinarskog proizvoda.



Svaki gazda nekog medija u Srbiji je pravi, istinski glavni urednik tog medija... Pitajte glavne urednike novina da li su to stvarno njihove naslovne strane. Pa to iz njihovih glava ne izlazi... Uređivačka politika je takva da se gazda njome bori da zaradi. Njega to zanima. Ali njega zanima pre svega da tržište funkcioniše... Čim publika počne da se povećava, on gazi na toj stvari... (Novinar dnevnog lista)

Vlasnik je došao jednom i više se nikad nije pojavio. Što bi on sad razgovarao s nekim prašinarima. On sedne sa troje, četvoro glavnih direktora i sa njima sve dogovori... Vlasnik samo gleda da zaradi, nije ga briga za sadržaje ni za slobodu medija. On se rukovodi prema šerovima. Pogleda cifre i kaže: Neću ovo, ubaci nešto drugo. On ima jasan finansijski interes i on će se dogovoriti sa bilo kim ko taj interes može da ostvari. Ako vidi da je opalo oglašavanje javnih preduzeća jer je bilo nečeg nepovoljnog po vlast u našim vestima, on će odmah da se dogovori sa nekim glavnim u državi, ma ko to bio, kako da zaštiti svoj interes. (Novinar nacionalne TV)

Nešto manje od četvrtine (23-24%) ima iskustva sa vlasnikom koji obavlja nadležnosti posloводства, kao što su smena urednika ili otpuštanje novinara i urednika, ili pretnje smenom i otpuštanjem.

U lokalnim medijima ima vlasnika koji nisu zainteresovani za medijsku produkciju, ali i takvih koji preko medija štiti svoje poslovne interese u drugim vrstama biznisa.

Korporativni vlasnici ne zanimaju se za medijske sadržaje, već za pravac uređivačke politike koji

će obezbediti profit. Uređivačka politika je u tim medijima obično u nadležnosti posloводства, a retke intervencije vlasnika jesu strateške i krupne – pojačana komercijalizacija, izbacivanje emisija, smene glavnih urednika itd.

Postoje i vlasnici koji se svakodnevno lično mešaju u informativnu produkciju, u cilju animiranja što veće publike i pozitivnog poslovanja. Jedni zarađuju na podršci, a drugi na sukobu sa vlašću. Autonomija novinara je suspendovana.

4. Ocene o uslovima i rezultatima rada novinara

Većina anketiranih negativno ocenjuje uslove u kojima novinari rade.

Dok 59% ispitanika smatra da su uslovi za postizanje dovoljno prihoda na tržištu nepovoljni, a samo 7% ih ocenjuje kao povoljne (21% nije odgovorilo na pitanje, 8% ne posluje na tržištu, a 5% ne zna).

Više od dve trećine (68%) anketiranih nepovoljno ocenjuje otvorenost vlasti za medije, dok samo 10% njih aktivnosti vlasti smatra dovoljno otvorenim (21% nije odgovorilo na pitanje, a 1% ne zna).

Poredeći osam ispitivanih aspekata rada novinara danas i pre pet godina, u proseku, 34% anketiranih smatra da je po svim osnovama stanje danas gore, 8% misli da je stanje bolje, 23% da je isto (24% nije odgovorilo, 11% ne zna).

Okolo polovine novinara (46%) kaže da su lično kršili profesionalne standarde u radu tokom

poslednjih godinu dana (11% često, 35% povremeno). Trećina (34%) tvrdi da to nije učinila nijedanput (1% ne zna, 19% nije dalo odgovor).

Ocenjujući stepen nezavisnosti medija u kome rade od direktnih spoljnih i unutrašnjih političkih i ekonomskih pritisaka ispitanici su je na skali od 1 do 5, ocenili relativno visokom ocenom – 3,4. Dok je 20% ispitanika nezavisnost svog medija ocenilo najnižim ocenama (1 i 2), dvostruko više (42%) ocenilo je nezavisnost svog medija najvišim ocenama (4 i 5).

Ocene stepena raznovrsnosti mišljenja su još povoljnije. Srednja ocena je 3,6. Svoj medij je ocenilo loše 13%, a 42% vrlo dobro i odlično.

Anketirani novinari su samostalnim izborom izdvojili TV Pink, RTS i Informer kao medije najmanje nezavisne od spoljnih pritisaka, a TV N1, Danas, RTS i Vreme kao najviše nezavisne.



Vlasnici dođu jednom, dvaput godišnje, dele neke nagrade. Nemamo neki specijalan kontakt sa njima. Posloводство se u velikim odlukama uvek poziva na vlasnika – na primer da se ide više na tabloidnu varijantu, ili kad se ljudi otpuštaju, jer troškovi poslovanja moraju da usklade sa prihodima, odnosno sa profitom. Ali je vlasnikov odnos uvek jasan – da se uređivačkom politikom izvuče što veća poslovna korist... Jedini uticaj vlasnika na uređivačku politiku vidiš po tome što Putin nikad nije predstavljen pozitivno, već su poželjni tekstovi o tome kako je on pretnja za ovo i za ono.

(Novinar dnevnog lista)

U tom mediju vlasnika nimalo nije zanimalo šta se dešava, on jednostavno voli da ima televiziju. Novinari su mogli da zastupaju interese Marsovaca ako su hteli. Sloboda je bila potpuna, ništa se od redakcije nije tražilo. Vlasnika je zanimalo da pozove kameru da snimi njegov susret sa prijateljima, uz muziku.

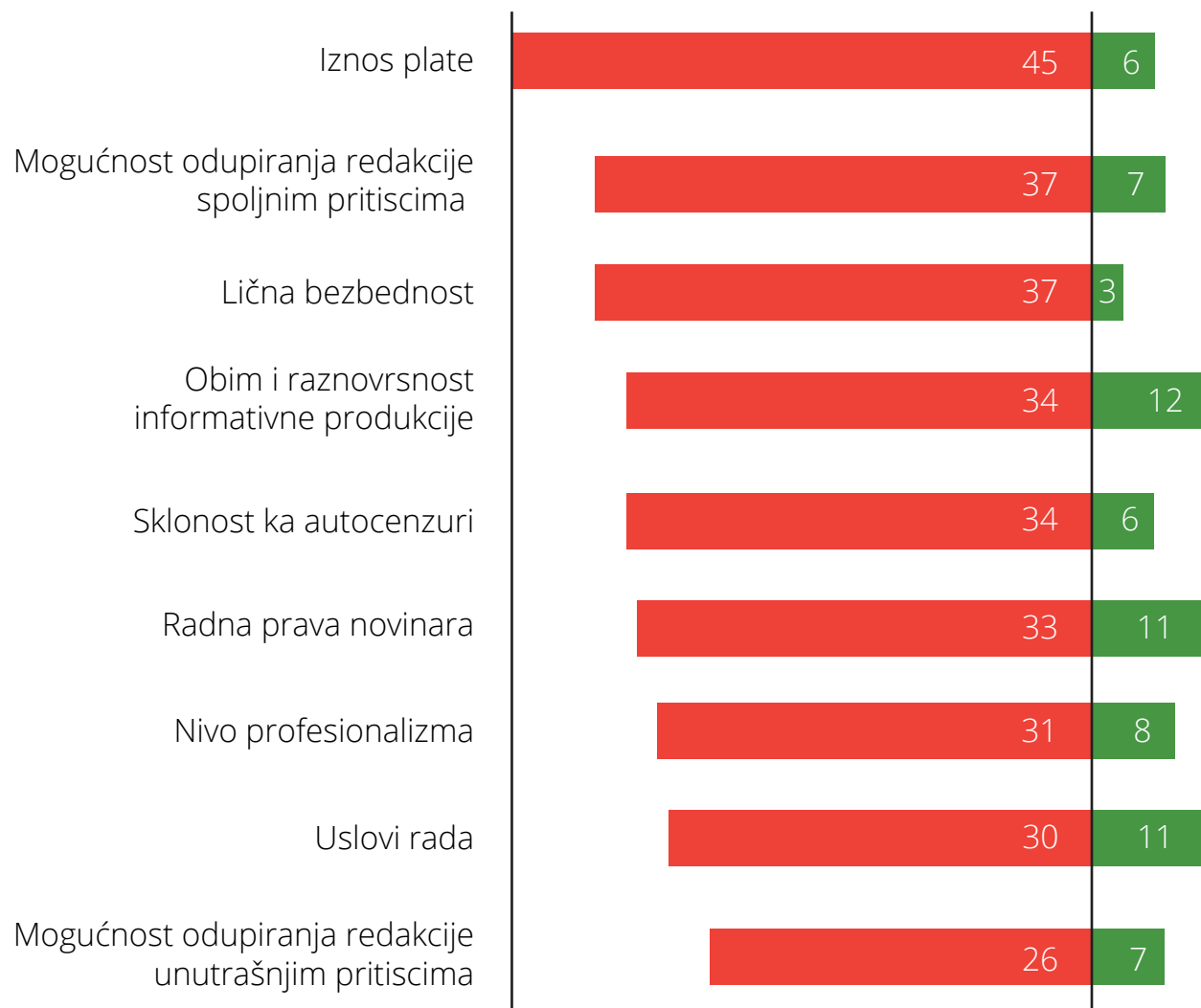
(Novinar regionalne TV)

Poređenje uslova rada danas i pre pet godina

% ispitanika

Sada je gore

Sada je bolje



Država nas ne potkupljuje, nego nam stalno preti da će nas zatvoriti zbog dugova. Ti si već u debelom finansijskom minusu i oni samo na jedan klik mogu da te zatvore... To sa dugom bi moglo da se reši, ali državi je u interesu da to pitanje ne raščisti.
(Novinar dnevnog lista)

Novinari pristaju na sve što urednici traže. Ti malobrojni koji ne pristaju, to su frilenseri. Novinari koji su u mašini, bilo mlađi ili stariji, prave kompromise. Oni znaju šta su profesionalni standardi, ali popuštaju da sebi ne naprave problem... Strah da se ne izgubi posao nikada nije bilo značajniji. Tu napetost, neizvesnost i taj strah od nezaposlenosti u ljudima nikad do sad nisam video.
(Novinar javnog servisa)

Kad bi se napravila slobodna televizija, mi bismo svi otišli. Svi ljudi ostaju ovde jer nemaju gde da odu.
(Novinar nacionalne TV)

5. Ocene o kontroli i slobodi medija u Srbiji

Tri četvrtine anketiranih novinara (74%) negativno ocenjuje slobodu medija u Srbiji 2017. godine. Polovina (50%) smatra da postoje ozbiljne prepreke za praktično ostvarivanje slobode medija i prava novinara, a četvrtina (24%) da u praksi uopšte ne postoje uslovi da se sloboda medija ostvaruje. Samo 3% ispitanika slobodu medija ocenjuje pozitivno (1% ne zna, a 22% je bez odgovora).

Na pitanje „Ko je glavni nosilac kontrole sadržaja medija u Srbiji danas“, 58% je odgovorilo da je to politički establišment, a 9% da su to zajedno vlasnici i poslovodni organi (22% ispitanika nije dalo odgovor, 2% ne zna, a 9% dalo je druge odgovore).

Po mišljenju 42% ispitanika, mediji najbolje služe interesima vlasti, 15% misli da su to posebni politički interesi, a 9% interesi medijskih vlasnika. Samo 2% smatra da mediji efikasno rade u korist javnih interesa (3% u korist posebnih ekonomskih interesa, 7% u korist kombinacije interesa, a 22% je bez odgovora).

Ukupno 69% anketiranih smatra da novinari snose odgovornost za nepovoljno stanje medijskih sloboda u Srbiji, od toga 48% da su delimično odgovorni, a 21% da su najviše odgovorni. Samo 4% smatra da novinari nisu odgovorni (21% nije odgovorilo, a 6% misli nešto drugo).



Mislim da je sloboda medija danas na najnižem nivou od 2000. godine. Devedesetih je bilo loše, ali postojali su slobodni mediji, postojali su paralelni svetovi. Sada mislim da ih nema, ili da se mogu nabrojati na prste jedne ruke, što je zanemarljivo. Mislim da mejnstrim mediji nikada nisu bili tako kontrolisani kao danas.
(Novinar javnog servisa)

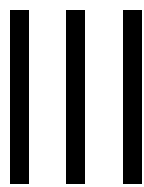
U poslednjih 10 godina, od kako se bavim novinarstvom, mislim da situacija nikad nije bila gora.
(Novinar manjinskog medija)

Nema je. Ali ne mislim da je kriva pre svega vlast. Krivi su novinari.
(Novinar regionalne TV)

Situacija je žalosna i sve je gora i gora... Mislim da je u vreme Miloševića bilo lakše raditi kao novinar nego danas i da si imao više mogućnosti i izbora. Danas ne možeš nigde da odeš, niko neće ni da te primi, svi su uništeni praktično...Svaka čast nekim kolegama, kao, recimo, u Danasu.
(Novinar dnevnog lista)

Na skali od 1 do 5, ocena je dva na tri. To je ispod proseka, ispod nekog prihvatljivog minimuma.
(Novinar dnevnog lista)

Jedna velika nula... Ako imamo u vidu lokalne medije, nema svrhe govoriti o nekoj slobodi. Ovo nije lokalna televizija, ovo je jako loša PR agencija SNS-a.
(Novinar lokalne TV)



ZAKLJUČAK: MEHANIZMI KONTROLE MEDIJA

Na osnovu rezultata istraživanja izdvojeno je nekoliko karakteristika medijskog sektora koje spoljnim i unutrašnjim akterima daju moć da kontrolišu rad medija. To su ekonomska neodrživost medija i finansijska zavisnost medija od centara ekonomske i političke moći, odsustvo zakonske i institucionalne zaštite profesionalne autonomije novinara od spoljnih i unutrašnjih pretnji, finansijska ugroženost novinara koja vodi ka autocenzuri i profesionalna novinarska kultura.

Ekonomska neodrživost medija

Ekonomska neodrživost medijskog biznisa, usled domaće ekonomske krize i tekućih tehnoloških promena, sa defektnim tržištem (neregulisanim, netransparentnim, malim, siromašnim, prezasićenim i hiperkonkurentnim), iskazuje se kroz težak ekonomski položaj medija, koji su često na ivici opstanka.

Nesamoodrživa medijska industrija čini medije egzistencijalno zavisnim od dva glavna izvora prihoda – malobrojnih moćnih oglašivača i državnog establišmenta.

Finansijska zavisnost medija od vlasti

Država upravlja velikim delom medijskih finansija, iako njihov udeo nije javno poznat.

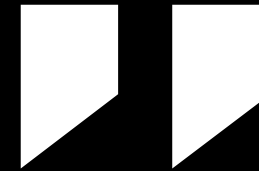
Nijedan način raspodele javnog novca u medijskom sektoru nije precizno regulisan i obavlja se na netransparentan i arbitraran način.

Između države i medija uspostavljen je klijentelistički odnos, u kome vlast tretira medije kao svoje klijente, kojima se na razne načine dodeljuju novčana sredstva u zamenu za podršku koju joj mediji pružaju.

Odsustvo zakonske i institucionalne zaštite novinarske autonomije od spoljnih pretnji

Kao što ne postoje ekonomske, ne postoje ni političke garancije novinarske nezavisnosti. Iako Zakon o javnom informisanju i medijima novinarima garantuje slobodu rada, zabranjuje cenzuru, diskriminaciju, pritiske, pretnje, ucene i fizičke napade, on ne sadrži rešenja za ostvarivanje novinarskih prava, osim u slučaju fizičkih napada. Sankcije za kršenje ostalih sloboda i prava Zakonom nisu propisane niti ih ijedna državna institucija efikasno štiti.

Vlast tretira medije kao svoj politički resurs i kao izborni plen, neophodan za ostvarenje njene politike. U tome je ne sprečavaju ni medijsko zakonodavstvo, ni institucije medijskog sistema, ni politička kultura političke elite.



*Naše finansije su sklepana konstrukcija, na staklenim nogama. Kad bi vlast htela da ti izvuče ponjavče, sve bi moglo da se sruši... Ako imaš medij koji vlast može da sruši finansijski kad hoće, da ne ostane kamen na kamenu – bićeš maksimalno lojalan. Pokušavaš da napuniš novine, kompenzuješ nekim temama bez smisla, bez interesa za javnost. Kalkulišeš, imaš liniju nezameranja, nemaš temu koja svrbi.
(Novinar dnevnog lista)*

*Taj deo prihoda koji se uplaćuje javnom servisu iz budžeta glavno je mesto trgovine uticajem. Mlađan Dinkić, na primer, godinama nije spominjan u lošem kontekstu jer je nekoliko puta povlačio budžetsku uplatu javnom servisu... Vlast danas može da vam ne uplati novac iz budžeta, i to je sve.
(Novinar javnog servisa)*

*Taj sistem postoji već odavno. Ne bi bivša vlast nama davala novac za oglašavanje, da smo tada objavljivali o njoj mnogo toga negativnog. U našoj političkoj rubrici nije moglo da se vidi ništa loše o vlasti DS-a, kao što ni sada ne možeš da vidiš ništa loše o vlasti SNS-a. Sve je bajno i sjajno. Trudimo se da nam ne nanesu štetu koju bi možda mogli, kad bi, na primer, rekli Telekomu da se ne oglašava kod nas.
(Novinar dnevnog lista)*

Odsustvo zakonske i institucionalne zaštite novinarske autonomije od unutrašnjih pretnji

Domaća medijska regulativa ne zahteva razgraničenje novinarskih i poslovnih kompetencija u cilju zaštite novinarske autonomije.

Posebno slaba tačka odnosa unutar medija jeste položaj odgovornog, tj. glavnog urednika, jer on jedini snosi pravnu – ne i finansijsku – odgovornost za medijske sadržaje, a nema nikakvih prava koja bi ga štitila od uticaja vlasnika medija i posloводства, počev od smenjivanja. Bez samostalne osnove autoriteta i lako smenjiv, glavni urednik je nemoćna figura, čija je glavna uloga ostvarivanje organizacionih, a ne profesionalnih ciljeva. Poseban podmehanizam kontrole medija predstavljaju politizovane procedure izbora glavnih urednika u javnim medijskim servisima i u medijima sa delimičnim državnim vlasništvom.

Finansijska ugroženost novinara

Novinarska profesija je već dugo finansijski ponižena, a socijalno neugledna, neperspektivna i nepoželjna. Među novinarima je izrazito raširen strah od gubitka posla i narušavanja već veoma nepovoljnog ekonomskog i radnog statusa. Kada pristaju na pritiske ili pribegavaju autocenzuri, novinari izbegavaju da sebi naprave dodatne probleme, sa uglavnom finansijskim posledicama.

Profesionalna novinarska kultura

Dominantni model novinarstva je prodržavno novinarstvo (čiji je ekstremni oblik bilo „patriotsko novinarstvo“ tokom devedesetih).

Novinari ovde nisu nepristrasni posmatrači društvenih zbivanja, sa razvijenim skeptičnim i kritičkim odnosom prema vlasti, već pre konstruktivni partneri vlasti u zajedničkom poslu održavanja stabilnosti. Oni smatraju svojom odgovornošću održavanje pozitivnog imidža vlasti i podržavanje državne politike, a ne njeno problematizovanje.

Profesionalna kultura koja je insistirala na distanci od vlasti i profesionalnim idealima balansa, verodostojnosti i raznovrsnosti mišljenja, koja se snažno razvila u nezavisnim medijima devedesetih, potisnuta je usled njihovog ekonomskog propadanja.

Kako do više slobode, a manje kontrole medija?

Analiza osnovnih mehanizama kontrole medija pokazuje da su oni duboko ukorenjeni u strukturu ne samo medijskog sistema nego i političkog sistema i dominantnih političkih kultura političke elite, novinara i građana.

Oslobađanje medija od kontrole moguće je angažovanjem svih snaga društva zainteresovanih za slobodu izražavanja, čiji se naponi moraju usmeriti na efikasnu regulaciju upotrebe javnog novca u medijskom sektoru, aktiviranje izvora finansiranja medija koji bi stimulisali funkcionisanje medija u javnom interesu, promenu medijskog zakonodavstva koje će uspostaviti efikasne mehanizme zaštite novinarske autonomije kako od uticaja spolja, tako i iznutra, popravljajući ekonomskog i radnog položaja novinara i promenu profesionalne kulture u pravcu zastupanja novinarstva kao javnog dobra koje služi javnosti.



Predložili smo uredniku da radimo nešto o sumnjivom poslu jednog javnog preduzeća. On se složio da je to super ideja. Samo 15 minuta pošto smo mejlom poslali pitanja u to javno preduzeće, glavni urednik je znao svaki detalj tih pitanja. Njega je zvao direktor javnog preduzeća i kazao da to što se pominje u pitanjima nije istina. Glavni urednik je preneo odluku našem uredniku da se tema obustavi... Neki od urednika nisu loši ljudi, ali njih od gore pritiskaju. Svako iz svoje perspektive ima svoj izgovor. Zapravo, možeš da prihvatiš tu pogodbu ili da ne radiš na tom mestu.
(Novinar dnevnog lista)

Sad je takva situacija da za čas padneš u nemilost... Postoji veliki strah od gubitka posla. Prave novu sistematizaciju pa se mnogi plaše. To je prava psihoza.
(Novinar dnevnog lista)

Finansije su najvažnije. Samo mi platu ne diraj – tako svi misle. Pretrpeću sve, čak i da me smeniš, samo mi ostavi platu da mogu da živim.
(Novinar javnog servisa)

Ima novinara koji misle da prvo mora da se pusti gradonačelnik, šta god on rekao, da posle mora da ide njegov zamenik pa makar ovaj otvarao izložbu ili šutnuo loptu na nekoj utakmici. Meni se činilo da oni tako rade jer ih neko ograničava, ne daje im da se razmahnu. Ali, nisu se oni plašili. Oni misle da tako treba.
(Novinar regionalne TV)