

MEDIJI I

**SHRINKING
SPACE**

U BOSNI I
HERCEGOVINI

Lejla Turčilo
Belma Buljubašić



UTIŠANI ALTERNATIVNI GLASOVI

MEDIJI I

**SHRINKING
SPACE**

U BOSNI I
HERCEGOVINI

Lejla Turčilo
Belma Buljubašić

**MEDIJI I SHRINKING SPACE U BOSNI I HERCEGOVINI:
UTIŠANI ALTERNATIVNI GLASOVI**

Izdavač:

Fondacija Heinrich Böll, Ured za Bosnu i Hercegovinu, Makedoniju i Albaniju

Za izdavača:

Marion Kraske, direktorica Ureda

Autorice:

prof. dr. Lejla Turčilo

doc. dr. Belma Buljubašić

Recenzenti:

doc. dr. Jelena Kleut, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu

doc. dr. Igor Vobič, Fakultet za društvene vede, Univerzitet u Ljubljani

Lektura i korektura:

Jasna Kovo

Adelina Stuparu

Prijevod na engleski jezik:

prof. dr. Lejla Turčilo

Dizajn i prelom:

Triptih d.o.o. Sarajevo

Dizajn korica:

Maja Ilić

Štampa:

Amos Graf d.o.o. Sarajevo

Tiraž:

300

Sarajevo, 2017

CIP - Katalogizacija u publikaciji

Nacionalna i univerzitetska biblioteka Bosne i Hercegovine, Sarajevo

316.774(497.6)

TURČILO, Lejla

Mediji i shrinking space u Bosni i Hercegovini : utišani alternativni glasovi / [autorice Lejla Turčilo, Belma Buljubašić] ; [prijevod na engleski jezik Lejla Turčilo]. - Sarajevo : Fondacija Heinrich Böll, Ured za Bosnu i Hercegovinu = Heinrich Böll Foundation, Office for Bosnia and Herzegovina, 2017. - 100, 103 str. : graf. prikazi ; 24 cm

Tekst na bos., hrv., srp. i engl. jeziku. - Nasl. prištampanog dijela: Media and shrinking space in Bosnia and Herzegovina. - Tekstovi štampani u međusobno obrnutim smjerovima. - Biografije autorica: str. 99-100. - Bibliografija: str. 87-90 ; bibliografske i druge bilješke uz tekst.

ISBN 978-9958-577-21-5

1. Buljubašić, Belma

COBISS.BH-ID 24477446

Stavovi i mišljenja izneseni u ovoj publikaciji ne predstavljaju izričite stavove i mišljenja Fondacije Heinrich Böll.



All articles in this publication are subject to
Creative Commons License CC BY-NC-ND 3.0

Sadržaj

METODOLOŠKO-KONCEPCIJSKI OKVIR (cilj, hipoteze i metode istraživanja)	5
SHRINKING SPACE U BOSNI I HERCEGOVINI (kontekst i dosadašnja istraživanja)	9
MEDIJSKA SCENA U BIH (stanje i perspektive)	13
KLJUČNI NALAZI ISTRAŽIVANJA	21
Zakonska regulativa medija u Bosni i Hercegovini	21
Politički pritisci na medije i novinare/ke	29
Ekonomski pritisci na medije i industrija oglašavanja	36
Socioekonomski položaj novinara/ki	44
Javni servis u BiH	49
Uloga međunarodnih donatora i mediji u BiH	55
Etički standardi i profesionalno novinarstvo	62
Medijska pismenost publike u BiH	67
ZAKLJUČNA RAZMATRANJA I PREPORUKE	75
IZVORI/LITERATURA	85
PRILOZI	89
Lista pitanja za intervju	89
Kodni list intervjuja	94
IZVODI IZ RECENZIJA	97
BIOGRAFIJE AUTORICA	99

METODOLOŠKO- KONCEPCIJSKI OKVIR

(cilj, hipoteze i metode istraživanja)

Cilj i opravdanost istraživanja

Nakon održane konferencije i objavljene publikacije *Shrinking spaces in the Western Balkans*, u organizaciji i izdanju Fondacije Heinrich Böll¹, pokazalo se kako je tema sužavanja javnog prostora značajna za daljnju raspravu i zanimljiva ne samo za stručnu, nego i za širu javnost. Mediji, kao ključni akteri koji bi trebali da osiguravaju prostor za javnu debatu, kao i dovoljnu količinu objektivnih, provjerenih, nepristrasnih i kvalitetnih informacija, posebno su značajni za demokratska društva, stoga sužavanje prostora u medijima za pluralitet mišljenja i kritičkih stavova predstavlja direktno ugrožavanje demokratije u svakom društvu. Do sada rađena istraživanja u Bosni i Hercegovini pokazuju da je *shrinking space* direktno vezan i za medijsku sferu, te da, unatoč činjenici da na prvi pogled Bosna i Hercegovina ima pluralan medijski sistem (s izuzetno velikim brojem medija), stvarni prostor za javnu debatu i objektivno izvještavanje je sužen.

Nekoliko je, do sada, uočenih uzroka *shrinking spacea* u medijskom prostoru, a oni se odnose na:

- *nedostatnu ili neprovedenu zakonsku regulativu* (nepostojanje zakona o transparentnosti medijskog vlasništva i zakona o oglašavanju u medijima, kao i nefunkcionalna regulatorna tijela);
- *političke pritiske na medije* (koji se manifestiraju kroz davanje ili uskraćivanje informacija pojedinim medijima, nefer i neprofesionalan odnos prema novinarima/kama na javnim događajima, prijetnje itd.);

1 Dostupno na: <https://www.boell.de/sites/default/files/shrinking-spaces-in-the-western-balkans.pdf>

- *ekonomske pritiske* (korištenje oglašivačkog novca za svojevrsne ucjene medija i njihovo prisiljavanje da pišu u skladu s interesima oglašivača i s njima po/u/ vezanih političkih elita);
- *težak radno-socijalni položaj novinara/ki* (pri čemu su, u velikom broju slučajeva, prvi koji ugrožavaju novinarska prava i slobode upravo mediji u kojima rade, a koji im uskraćuju fer radne uvjete itd.) i izostanak novinarske solidarnosti (čak i u slučajevima uskraćivanja prava na rad novinarima/kama, mali je broj kolega/ica koji/e pokazuju barem i načelnu solidarnost);
- *međunarodne donatore* (politika investiranja u projekte, a ne programski razvoj medija od strane brojnih aktera međunarodne zajednice dovela je do niza projektno orijentiranih medija, neodrživih ukoliko ne postoje međunarodni izvori finansiranja, te prinudila medije da se bave onim temama koje su na agendi međunarodnih donatora, a ne onih koji su u javnom interesu i od značaja za građane/ke BiH);
- *pad etičkih standarda u novinarstvu u BiH* kao posljedica sve veće komercijalizacije i trivijalizacije, kao i raznih oblika pritisaka na medije;
- *nizak nivo medijske pismenosti* opće publike/javnosti (koja na rijetke ozbiljne istraživačke priče reaguje slabo ili nikako, te koja nema kritički stav ni prema medijima, ni prema političkim elitama).

Upravo iz navedenih razloga, činilo se opravdanim detaljno analizirati sve navedene uzroke s aspekta medija, medijske djelatnosti, medijskih uposlenika/ca i dati set preporuka kako pomoći medijima i novinarima/kama u Bosni i Hercegovini da se suprotstave *shrinking space* metodama političkih i ekonomskih elita i osnaže svoje demokratske potencijale i društvenu ulogu.

Metodologija istraživanja

Knjiga *Shrinking space i mediji u BiH: utišani alternativni glasovi* osmišljena je kao znanstveno-istraživačka studija, zasnovana na analizi dokumenata i dosadašnjih istraživanja i dubinskim intervjuima s ključnim akterima uključenim u medijsku sferu u Bosni i Hercegovini (a što ne uključuje samo novinare/ke i urednike/ce u medijima, nego i predstavnike/ce regulatora, nevladinih organizacija, političkih/institucionalnih struktura, analitičara/ki itd.).

Generalna hipoteza od koje smo pošle u istraživanju je da mediji u Bosni i Hercegovini doprinose sužavanju javnog prostora za alternativna gledišta i razmjenu ideja i mišljenja, što je uzrokovano vanjskim pritiscima na medije (političkim i ekonomskim), kao i unutarnjim problemima medijske zajednice (cenzura i autocenzura, loš socijalni status i izrazito niska solidarnost novinara/ki), te niskim nivoom medijske pismenosti publike, koja rijetko ili nimalo podržava ozbiljan medijski rad.

Strukturirani intervjui sa 44 sagovornika/ce bili su osnova za pisanje knjige i seta preporuka kojim je zaključena. Intervjui su urađeni sa sagovornicima/ama u Sarajevu, Mostaru i Banjoj Luci, na osnovu polustrukturiranog upitnika, zabilježeni tonski ili u pisanoj formi, a ključni iskazi svakog intervjua kodirani prema posebno kreiranom kodnom listu. Podaci i stavovi dobijeni od intervjuiranih novinara/ki i drugih aktera/ki medijske i javne scene u Bosni i Hercegovini navedeni su kao argumentacija za izvođenje zaključaka i preporuka/smjernica, ali je, pored *tehlike* intervjuiranja, za pisanje ove knjige korištena i *metoda* analize sadržaja (zakonske regulative, ključnih dokumenata vezanih za razvoj medijske scene (izvještaji, analize, projekti itd.)).

Knjiga ne pretendira dati konačne odgovore na pitanje sužavanja medijskog prostora, ali pokušava utvrditi koliko su razlozi za to sužavanje medijski, a koliko izvanmedijski. Nadamo se da će rezultati istraživanja, kao i neke ključne smjernice i preporuke, rezultirati diskusijom unutar i izvan medijske zajednice o načinima na koje mediji i novinari/ke mogu pokušati povratiti suženi prostor i izboriti se za povratak odgovornog novinarstva i slobodnih medija kao ključnih aktera demokratizacije u Bosni i Hercegovini. U tom smislu, neki od nalaza istraživanja su već tokom nastajanja knjige predstavljeni akademskoj javnosti u regionu putem *Časopisa za komunikaciju i medije* Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu, a nakon objavljivanja knjige i u časopisu *Sarajevo Social Science Review* Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, te na konferenciji *Vjerodostojnost medija* u Beogradu u oktobru 2017. godine.

Zahvalnost za nastajanje ove knjige i podršku istraživanju dugujemo Fondaciji Heinrich Böll, Ured u Sarajevu, i direktorici Marion Kraske, koja je prepoznala važnost medijskih istraživanja u BiH. Također, značajan doprinos stavljanju teme *shrinking space* na agendu u Bosni i Hercegovini dala je i Mirela Grunther Đečević, čija je polazna ideja da su mediji u BiH više dio problema, nego dio rješenja za *shrinking space*, inspirirala i ovo istraživanje. Recenzentima dugujemo zahvalnost za strpljivo čitanje knjige. Nadamo se da će je jednako strpljivo i pažljivo čitati i analizirati i medijska zajednica, ali i svi/e oni/e koje zanimaju mediji u Bosni i Hercegovini.

SHRINKING SPACE U BOSNI I HERCEGOVINI

(kontekst i dosadašnja istraživanja)

Fenomen *shrinking spacea* relativno je nepoznat i neistražen, iako je široko prisutan u Bosni i Hercegovini. Odnosi se na različite aspekte sužavanja javnog prostora, uključujući i sužavanje medijskog prostora za različitosti i alternativna gledišta, kao i sužavanje prostora za medije da budu aktivni akteri političkih procesa u interesu javnosti i u funkciji nadziranja tih političkih procesa (*watchdog*). *Shrinking space* u medijskom prostoru se manifestira kroz političku i ekonomsku ovisnost, politički i medijski klijentelizam i paralelizam, te kroz nerazvijanje senzibiliteta za bilo šta što je mimo dominantnog narativa, odnosno *mainstreama*.²

Mediji su uvijek bili važan dio svakog demokratskog društva. Kada se govori o ulozi medija u savremenom društvu, polazište je da su mediji institucije koje pomažu svakom/svakoj pojedincu/ki, svakom/svakoj članu/ici društva da se orijentira između svog privatnog i javnog života. U privatnom životu, svako od nas zavisi od medijskih informacija o svijetu izvan naše privatne sfere (lokalne vijesti o aktuelnim događajima) i mi, kao učesnici/e u javnoj sferi i javnom životu, zapravo koristimo medije kako bismo proširili našu spoznaju o svijetu u kojem živimo i kako bi se u tom svijetu orijentirali. Zbog toga kažemo da je uloga medija u društvu posredovanje između privatne i javne sfere.

Postoji nekoliko uloga koje mediji igraju u ovom posredovanju između privatne i javne sfere, što ih čini toliko važnim i utjecajnim. Prva uloga ili prva funkcija medija je da informiraju, dok su druge dvije medijske uloge jednako važne za svakog/svaku pojedinca/ku i društvo uopće: obrazovna uloga i posredovanje u političkim raspravama, odnosno politička debata. Kada je riječ o političkoj debati, mediji u njoj

2 Više o fenomenu *shrinking space* u Bosni i Hercegovini i regionu vidjeti u publikaciji *Shrinking Spaces in the Western Balkans*, dostupno na: <https://www.boell.de/sites/default/files/shrinking-spaces-in-the-western-balkans.pdf>

igraju trostruku ulogu. Tri zadatka koji mediji imaju u demokratskom političkom okruženju su:

- obezbijediti prostor za javnu raspravu – odnosno, otvoriti prostor za sverelevantne aktere/ke koji/e imaju volju i kompetenciju da učestvuju u diskusijama o nekim specifičnim, važnim pitanjima u zajednici (zbog toga se mediji obično nazivaju “virtuelna agora”);
- obezbijediti informacije nužne za javnu raspravu – tačnije, osigurati da oni/e koji/e učestvuju u političkoj debati (i posebno u donošenju odluka) imaju dovoljno kvalitetnih informacija kako bi donijeli odgovarajuće odluke (zbog toga obično kažemo da mediji na izborima, na primjer, trebaju upoznati građane/ke s programima i kandidatima/kinjama, a što će im pomoći da naprave takozvani “informiran izbor”);
- dati legitimitet akterima/kama javne rasprave – osigurati da javnost razumije kakva je uloga pojedinih aktera/ki u političkom životu i kakve političke stavove imaju određeni akteri/ke u javnoj debati (zbog toga kažemo da mediji pomažu da ljudi shvate ko je ko na političkoj sceni).

No, jedna od najvažnijih političkih uloga medija je njihova uloga “psa čuvara” (*watchdog*), koja podrazumijeva držanje aktera/ki političke scene odgovornim za njihova djela. Upravo zbog njihove *watchdog* funkcije, medije smatramo “četvrtim staležom”.

U svakom demokratskom društvu trougao politika-mediji-javnost čini suštinu javne sfere i javnog života. U tom trouglu, “prirodni savez” je između medija i javnosti, koji bi trebali zajedno raditi kako bi političke institucije i političke elite držali odgovornim. Zato kažemo da mediji pripadaju području civilnog društva, iako jesu i jake političke institucije. No, njihove glavne aktivnosti usmjerene su na pružanje objektivnih, fer, izbalansiranih informacija javnosti (što je idealni slučaj i treba ga tražiti od medija, a osobito od javnih emitera) i upravo ih ta informativna i usmjeravajuća uloga čini važnim igračima na javnoj sceni, tj. u javnom prostoru. Ključna riječ u ovom kontekstu je javni interes.

“Javni interes može se vizualizirati kao kontinuum koji predstavlja vrijednosti, težnje i ciljeve zajednice ili politike. Postoje vrijednosti koje su ključne, poput zdravlja; ali postoje i ciljevi koji su kontroverzni, kao što je fluoriranje vode ili obeshrabrenje pušenja. Postoje gotovo sveobuhvatne težnje, poput svjetskog mira; ali također postoje i brojni politički ciljevi, koji su predmet rasprave. Nemoguće je precizno navesti gdje se neka zadana stavka pripada u tom kontinuumu, ali postoji opći konsenzus da niz djela i ciljeva postoji iznad neracionalnih ili sebičnih individualnih interesa.”³

3 Dostupno na: http://www.encyclopedia.com/topic/Public_interest.aspx

U najkraćem, ključna uloga medija u javnom prostoru je da informiraju građane/ke o odlukama koje donose politički akteri/ke, kako bi se donosioci tih odluka držali odgovornima (na način da mediji i javnost uspoređuju u kojoj je mjeri donošenje odluka u skladu s javnim interesom), te kako bi bili sigurni da javnost ima kanal, alat za povratnu informaciju i izražavanje svojih političkih stavova i ideja. Zato kažemo da u ovom trouglu – politika-mediji-javnost – mediji igraju tako važnu ulogu.

Čim je prepoznat utjecaj medija i njihova moć, elite su počele tražiti načine na koje mogu utjecati na medije i staviti ih u službu politike, a ne javnosti. Svi oblici utjecaja na medije, direktni ili indirektni, mogu se smatrati sužavanjem javnog prostora i medijskog prostora za javnu raspravu, odnosno *shrinking spaceom*. Zato je važno prepoznati te utjecaje i oduprijeti im se. Oni obično dolaze od političkih elita, ali i od ekonomskih elita, budući da su politička i ekonomska sfera danas blisko povezane. Najekstremniji oblik je, naravno, cenzura, koja sprečava medije da budu kvalitetan kanal posredovanja informacija građanima/kama, ali i novinare/ke da obavljaju svoj posao profesionalno. Cenzura je imanentna nedemokratskim i manje demokratskim zemljama, ali se pojavljuje i u razvijenim zemljama, uglavnom u obliku autocenzure samih novinara/ki. Autocenzura se događa kada su mediji izloženi pritisku ili kada su političke i ekonomske elite u bliskoj vezi s medijskim vlasnicima/ama i svojim utjecajem osiguravaju da mediji neće kritički pisati ili praviti istraživačke priče o njima. Tako se *shrinking space* za novinare/ke dešava u njihovim vlastitim medijima.

Dakle, kako je već rečeno, pritisci na medije mogu biti direktni i indirektni. Direktni pritisci, pored cenzure, uključuju prijetnje medijima i/ili novinarima/kama, kao i ekonomske pritiske (povlačenje oglasa, na primjer, iz medija koji kritički izvještavaju o oglašivaču). Indirektni pritisci uključuju manipulaciju (recimo, davanje ekskluzivnih informacija medijima koji izvještavaju u korist određenog političkog aktera/ke ili nepozivanje istraživačkih novinarki i novinara koji kritički pišu na press konferencije i druge događaje), podmićivanje novinara/ki (davanje darova kako bi se izbjeglo kritičko pisanje ili obezbijedile pozitivne priče u medijima) itd. Generalno, cilj takvih pritisaka i manipulacije je “kupiti šutnju”, odnosno osigurati da mediji ne izvještavaju u skladu s javnim interesom, već u interesu političkih (i drugih) elita. Posljedica takvog nedemokratskog ponašanja političkih elita je sužavanje prostora medijima da ispune svoju ulogu, kao i sužavanje prostora za javnost da sudjeluje u demokratskim procesima i javnom životu. Javna rasprava je nemoguća bez slobodnih medija i slobodne javnosti, a bez javne rasprave i transparentnih procesa odlučivanja, općenito, nema demokratije.

Shrinking space ili sužavanje medijskog prostora, dakle, direktna je opasnost za demokratske potencijale svakog društva. Mora se spriječiti svim sredstvima, što prije svega uključuje unapređenje odnosa između medija i javnosti, kako bi mediji imali jaču podršku u odupiranju političkim i ekonomskim pritiscima kojima su izloženi. Nadalje, izgradnja demokratskih potencijala svakog društva (kao što je uvođenje zakona koji podupiru slobode medija, sprečavanje pritisaka na medije i javno

govorenje o onim pritiscima koji se događaju itd.) važan je aspekt zaštite slobode medija i *watchdog* uloge medija u političkom životu. Razvijanje političke kulture (koja uključuje političku pismenost i medijsku pismenost javnosti, kako bi ona bila svjesna uloge koju mediji trebaju imati u demokratiji, ali i direktno slanje poruke političkim elitama da su njihovi utjecaji i pritisci na medije neprihvatljivi), jedini je način na koji možemo zaštititi medije i time osigurati da kao građani/ke imamo alat i prostor za sudjelovanje u demokratiji. To je, naravno, uvijek i svuda dugoročni proces i svojevrsna borba koja nikad ne završava, ali to je jedini način. Naime, ako društvo dopusti da najmoćniji akter u trouglu politika-mediji-javnost bude politika, tada demokratije, zapravo, nema.

MEDIJSKA SCENA U BIH

(stanje i perspektive)

Bosna i Hercegovina ima izrazito veliki broj medija, što bi na prvi pogled moglo dati privid da je građanima/kama na raspolaganju širok spektar izvora iz kojih mogu dobiti raznovrsne informacije.

Međutim, analitičari/ke se slažu da pluralizam medija, posebno u bosansko-hercegovačkom kontekstu, ne znači pluralizam sadržaja.

Kad je riječ o konkretnim pokazateljima, u Bosni i Hercegovini, prema dostupnim podacima regulatora i samoregulatora (Regulatorna agencija za komunikacije⁴ i Vijeće za štampu⁵), postoji:

- 192 elektronska medija: 139 profitnih radiostanica, 4 neprofitne (plus tri emitera Javnog RTV sistema) i 43 TV stanice (plus 3 emitera Javnog RTV sistema),
- 7 dnevnih novina,
- 184 različitih izdanja, magazina i časopisa (sedmičnih, dvosedmičnih, periodičnih),
- 8 novinskih agencija,
- broj *online* portala gotovo je nemoguće utvrditi, budući da ne postoji nikakav oficijelni registar portala, te da oni nastaju i gase se gotovo na dnevnoj bazi.

Ukupan broj novinara/ki koji rade u ovim medijima je između 1574 i 2755.⁶ U Bosni i Hercegovini postoji šest novinarskih udruženja.

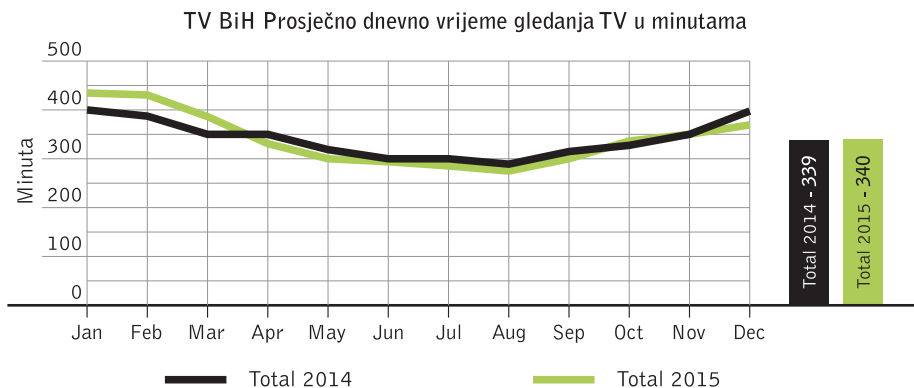
Građani/ke Bosne i Hercegovine, iako se sve više okreću *online* medijima, odnosno web portalima, koji bilježe značajan rast kao mediji prvog izbora za građane/ke, ipak još uvijek kao dominantan i najčešće korišten medij za zadovoljavanje svojih

4 Vid. više na: <http://www.rak.ba>

5 Vid. više na: <http://www.vzs.ba>

6 Prema podacima novinarskih udruženja u BiH.

informativnih potreba vide televiziju. Pokazuje to većina istraživanja stavova javnosti o medijima u BiH, ali i podaci agencija za istraživanje medijskog tržišta, koji već godinama pokazuju kako je TV jedan od najznačajnijih medija. Navedena istraživanja (grafikon 1) pokazuju da je prosječno dnevno vrijeme gledanja TV-a 340 minuta, što je više od pet i po sati.



Grafikon 1.: Prosječno dnevno gledanje TV-a u minutama⁷

Kad je riječ o *online* medijima u Bosni i Hercegovini, podaci Alexa.com pokazuju kako je među deset najposjećenijih sajtova u BiH samo jedan web portal (klix.ba), dok su ostalo pretraživači (google.ba, google.com, yahoo.com), društveni mediji (Facebook, Instagram), zatim YouTube, te olx.ba kao platforma za oglase i Wikipedia.⁸

Prema pokazateljima Alexa.com, tek nekoliko web portala funkcioniše kao samoodrživ biznis, a to su: klix.ba, avaz.ba, nezavisne.com, radiosarajevo.ba i bljesak.info (tabela 1). Značajno je napomenuti da su dva, među navedenim, portali dnevnih novina, što pokazuje još jedan dominantan trend u medijima, a to je činjenica da web portali postaju značajan integralni dio poslovanja štampanih medija, odnosno da većina štampanih medija ima i dodatno *online* izdanje). Bilježimo i slučajeve potpunog prelaska printanih medija u *online* prostor i gašenja printane verzije (slučajevi Slobodne Bosne kao jednog od rijetkih nezavisnih istraživačkih magazina, koji je uslijed nemogućnosti daljnjeg finansiranja štampanja novine (uzrokovano, između ostalog, i političkim, odnosno ekonomskim pritiscima, o čemu će u nastavku biti više riječi) prešao samo u portal verziju (značajno različitu od novine, zasnovanu na tipično portalskim kratkim vijestima i bez značajnijeg ozbiljnog istraživačkog pristupa) i dnevne novine Faktor (kao svojevrsnog političkog i biznis projekta iz inostranstva – Turske, koji nije naišao na odgovarajući odziv publike, pa je prešao u *online* verziju)).

7 Izvor dostupan na: <http://www.measurebih.com/uimages/Assessment%20of%20the%20Media%20Sector%20in%20B&H.pdf>

8 Podaci dostupni na: <http://www.alexa.com/topsites/countries/BA>

Site	Globalno rangiranje		Rangiranje u državi (BA)	Globalni doseg %		Globalni pregled stranice %	
	Broj posjeta	Δ		Globalni doseg	Δ	Globalni pregled	Δ
klix.ba	10,318	▼ 311	6	0.00965%	▼ 2.31%	0.000675%	▼ 16.13%
avaz.ba	14,868	▼ 4,066	14	0.00715%	▼ 26.42%	0.000385%	▼ 39.61%
nezavisne.com	26,058	▼ 2,961	21	0.0037%	▼ 16.27%	0.000261%	▼ 21.30%
radiosarajevo.ba	50,003	▼ 5,208	53	0.00213%	▼ 17.26%	0.000088%	▼ 15.33%
bljesak.info	64,481	▼ 6,236	60	0.00154%	▼ 15.54%	0.0000733%	▼ 17.89%

Tabela 1: Ekonomski održivi online mediji u BiH⁹

Značajno je napomenuti da postoji i određeni broj web portala s takozvanom *niche* profilacijom, u oblasti ekonomije (capital.ba), istraživačkog novinarstva (cin.ba, zurnal.info) i ljudskih prava i demokratije, značajno podržanih od međunarodnih donatora (tacno.net, abrasmedia.info i etrafika.net) (tabela 2).

Site	Broj posjeta/korisnika		Broj jedinstvenih posjeta		Vrijeme na sietu (u minutama)	
	Broj posjeta	Δ	Broj jedinstvenih posjeta	Δ	Vrijeme na sietu	Δ
capital.ba	3.80	▲ 120.00%	49.20%	▼ 23.00%	4:01	▲ 78.00%
cin.ba	3.40		37.50%		4:54	
tacno.net	2.03	▲ 9.00%	59.40%	▲ 1.00%	3:56	▲ 4.00%
zurnal.info	1.60		70.80%		2:14	
etrafika.net	1.50		66.70%		2:34	
abrasmedia.info	1.10		91.30%		1:52	

Tabela 2: Online mediji sa niche profilacijom podržani od međunarodnih donatora u BiH¹⁰

Dosadašnja istraživanja medijske scene u Bosni i Hercegovini¹¹ ukazala su na nekoliko ključnih karakteristika medijskog tržišta u BiH:

- medijsko tržište je izrazito kompleksno i prezasićeno;
- medijsko tržište karakterizira velika netransparentnost kad je riječ o medijskom vlasništvu;
- iako je broj medija izuzetno veliki, njihov utjecaj nije jednak, budući da se već iskristalizirao određeni (manji) broj stvarno (politički) utjecajnih medija, čiji

9 Izvor dostupan na: <http://www.measurebih.com/uimages/Assessment%20of%20the%20Media%20Sector%20in%20B&H.pdf>

10 Izvor dostupan na: <http://www.measurebih.com/uimages/Assessment%20of%20the%20Media%20Sector%20in%20B&H.pdf>

11 Balkanski medijski barometar npr. ili: http://www.fes.ba/files/fes/img/Bilder_Aktivitaeten/Analiza_Lejla_Turcilo.pdf ili: https://ba.boell.org/sites/default/files/mediji_i_evropska_unija.pdf

su vlasnici/e bogati pojedinci/ke, koji/e su istovremeno i vlasnici/e drugih profitabilnih djelatnosti;

- web portali su u usponu, a sve veći broj građana/ki okreće se *online* izvorima informacija (ne toliko zbog činjenice da su informacije u njima kvalitetnije i vjerodostojnije, koliko zbog činjenice da su besplatne, što je u uvjetima teške ekonomske krize bosanskohercegovačkim građanima/kama izuzetno bitno);
- ne samo da je rasparčana i fragmentirana medijska scena, već je i novinarska zajednica razjedinjena i često suprotstavljena;
- uvjeti za rad novinara/ki i medija u Bosni i Hercegovini izuzetno su teški. Mediji su pod pritiskom političkih i ekonomskih elita, ali su, istovremeno, i brojni/e novinari/ke pod pritiskom vlasnika/ca i oglašivača;
- u posebno teškoj poziciji nalazi se javni servis;
- novinari/ke se suočavaju s brojnim problemima vezanim za njihov radno-pravni status, a što uključuje neredovne i male plate, ugovore o radu koji im ne garantiraju sigurna radna mjesta, kao i izostanak podrške profesionalnih novinarskih udruženja i sindikata;
- mediji su sve više izloženi pritisku kojeg nameće potreba da se ide u korak s novim tehnologijama, što je za siromašne medije i siromašno društvo, kakvo je bosanskohercegovačko, izuzetno teško;
- problemi medija su mnogostruki i direktno se reflektiraju na vjerodostojnost medija.

Medijsku scenu, nadalje, a prema dosadašnjim istraživanjima,¹² karakteriziraju i sljedeći fenomeni:

- Ograničen razvoj i cirkulacija štampe (pad tiraža novina) – Iako se tiraž u većini medija krije, a ta netransparentnost pravda poslovnom tajnom, nezvanični pokazatelji kažu kako je u odnosu na period prije pet godina tiraž prepolovljen, a što se, uglavnom, objašnjava rastućom ulogom *online* medija, odnosno web portala. Zanimljivo je, također, da je etnička podijeljenost medijskog i javnog prostora najevidentnija upravo u printanim medijima: najtiražnije dnevne novine iz RS-a u Federaciji prodaju 5% svog tiraža, i to uglavnom u Sarajevu, dok najtiražnije dnevne novine iz Federacije BiH u RS-u prodaju 8% tiraža, uglavnom povratničkoj populaciji¹³).
- Tradicija zagovaračkog izvještavanja (umjesto profesionalnog, objektivnog izvještavanja), koja se manifestira kroz direktnu pristrasnost medija.
- Instrumentalizacija privatnih medija (vlasnici/e koriste medije kao sredstvo utjecaja i pregovaranja s elitama i za intervencije u političkoj sferi, što je u

12 Vid. više na: http://www.fes.ba/files/fes/img/Bilder_Aktivitaeten/Analiza_Lejla_Turcilo.pdf

13 Prema: <http://analiziraj.ba/2015/07/03/zaslijepljeni-mediji/>

mnogim slučajevima glavni cilj medijskog vlasništva) – Na medijskoj sceni u Bosni i Hercegovini već se ustalio termin “medijskog reketiranja” koji podrazumijeva pritisak privatnih medija na određene elemente sistema u svrhu ostvarivanja određenih partikularnih interesa vlasnika/ca medija, u zamjenu za “kupovinu šutnje”, odnosno nekritikovanje vlasti. Ovaj je pritisak latentan i teško dokaziv, ali se, posredno, može primijetiti i u vezi između afirmativnog pisanja o određenim kompanijama, na primjer, koje su, istovremeno, i veliki oglašivači u određenom mediju.

- Ispolitiziranost javnih servisa (imenovanja na osnovu političke lojalnosti, a ne profesionalnih kriterija) i institucija zaduženih za donošenje i implementaciju medijske regulative (politizacija regulatora, koji pod partikularnim pritiscima postaju sve slabiji i nesposobniji za provedbu zakona) – Politizacija javnih servisa vidljiva je u programskim sadržajima, u vremenu koje se posvećuje određenim političkim opcijama, pozitivnom tonu prema njima, ali i u ignorantskom odnosu regulatora prema očiglednim kršenjima pravila nepristrasnosti javnih emitera.
- Nerazvijenost novinarstva kao autonomne profesije – Ova nerazvijenost vidljiva je, najočiglednije, u periodu izbornih kampanja, kada politički subjekti nameću agendu u smislu tema, pitanja i sadržaja koje mediji prenose, odnosno u reaktivnosti, a ne proaktivnosti medija tokom izbornih kampanja.¹⁴ Također, sve veće izostavljanje kritičkih i nezavisnih mišljenja o radu vlasti iz izvještaja u medijima (na koja ukazuje i *Izveštaj o monitoringu medija tokom kampanje 2014. godine*¹⁵) pokazuje nepostojanje autonomnosti medija.

Pored navedenih problema, odnosno izuzetno kompleksnog i kompliciranog stanja medijske scene u Bosni i Hercegovini, pitanje ne/povjerenja javnosti u medije jedna je od značajnih odrednica javnog prostora. Naime, istraživanja pokazuju kako su građani/ke izgubili/e povjerenje u sve javne institucije, pa tako i u medije, odnosno kako građani/ke BiH prepoznaju utjecaje na medije koji dolaze iz političkih, ekonomskih i drugih centara moći, a koje brojni mediji čak sasvim lako i bez otpora prihvataju. Istraživanje Udruženja BH novinari i Fondacije Friedrich Ebert u BiH¹⁶ pokazalo je kako građani/ke smatraju da je sloboda medija u BiH tek djelomično prisutna, te da su osnovne prepreke slobodnom radu medija u Bosni i Hercegovini politička i finansijska zavisnost, kao i opća klima nestabilnosti u zemlji. Također, istraživanje je pokazalo da raste percepcija građana/ki da najveći utjecaj na medije imaju političari/ke, kao i da su oni najveći, odnosno glavni kršitelji novinarskih prava i medijskih sloboda. Građani/ke su tek dijelom zadovoljni/e temama o kojima mediji izvještavaju, smatrajući kako bi socijalne i ekonomske teme trebale biti više u fokusu medija.

14 Vid. više o ovome u: Udovičić et al.(2010), *Izbori 2010: Kako su mediji pratili izbornu kampanju*, Sarajevo: Media Plan institut, dostupno na: <http://www.mediaplan.ba/docs/izbori2010ba.pdf>

15 Dostupno na: <http://www.mediaplan.ba/docs/FinalReportBA.pdf>

16 Dostupno na: http://bhnovinari.ba/wp-content/uploads/2016/05/fes_medijske_slobode_2016.pdf

Bosna i Hercegovina, prema World Press Freedom Ranking listi Reportera bez granica¹⁷ za 2017. godinu, nalazi se na 65. mjestu i u odnosu na godinu ranije napredovala je za tri mjesta. U elaboraciji stanja medija u BiH navodi se da zemlja ima najliberalnije zakone vezane za slobodu medija, ali je njihova implementacija loša, a kao jedan od primjera navedena je činjenica da je kleveta dekriminalizirana još 2003. godine, ali je još uvijek prisutan značajan broj tužbi za klevetu. Novinari/ke su, prema ovom izvještaju, još uvijek pod snažnim političkim pritiscima i prijetnjama, a situacija je dodatno komplicirana zbog činjenice da provladini mediji nastavljaju dobijati značajnu direktnu i indirektnu podršku, uključujući i onu iz državnih fondova i sredstava.

World Press Freedom Ranking u posljednjih deset godina bilježi povremene uspone i padove, kada je riječ o Bosni i Hercegovini (grafikon 2). Ono što se primjećuje godinama je da nema slučajeva ubistava novinara/ki, ali postoje slučajevi direktnih i indirektnih pritisaka i prijetnji.



Grafikon 2: WPF Ranking za BiH¹⁸

Indeks medijske održivosti IREX-a za Bosnu i Hercegovinu (tabela 3) pokazuje pad opće ocjene stanja medijske scene, kao i pad kvaliteta svih parametara na osnovu kojih se opća ocjena izvodi (uključujući slobodu govora, stepen profesionalizma u medijima, raznolikost izvora informacija, upravljanje medijima, podršku izvanmedijskih institucija radu medija i slobodi novinarstva). Ocjena 1.97 izrazito je niska, a značajno je napomenuti da su slične ocjene po navedenim parametrima bile 2012. godine, pa bismo mogli reći da se BiH, u pogledu stanja medija i medijskih sloboda, vraća gotovo pet godina unatrag. Drugim riječima, unatoč činjenici da su medijske slobode i općenito stanje medija značajan aspekt procesa pridruživanja Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji, značajniji napredak na ovom polju nije zabilježen, čak naprotiv.

17 Dostupno na: <https://rsf.org/en/ranking>

18 Izvor dostupan na: <http://www.kas.de/wf/en/71.13562/>

Indikator	Godina						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sloboda govora	2.96	2.54	2.45	2.38	2.36	2.56	2.46
Profesionalno novinarstvo	2.12	1.87	1.68	1.60	1.83	1.77	1.67
Pluralnost izvora vijesti	2.77	2.59	2.16	2.20	2.26	2.23	2.20
Biznis menadžment	2.43	1.84	1.61	1.60	1.64	1.58	1.39
Institucije podrške	2.71	2.27	1.95	2.35	2.12	2.02	2.15
Ukupna ocjena	2.60	2.22	1.97	2.03	2.04	2.03	1.97

Tabela 3: IREX Media Sustainability Index – B&H¹⁹

Procjena medijskog sektora, koju je 2016. godine za USAID uradio Measure BiH,²⁰ navodi četiri ključna problema medijske scene:

- politička instrumentalizacija medija;
- netransparentno medijsko tržište;
- nizak nivo profesionalnih standarda u medijima;
- nizak nivo medijske pismenosti.

Svi navedeni problemi, kao i opća ocjena stanja u medijima u Bosni i Hercegovini, koju su do sada dala mnogobrojna istraživanja, ukazuju da medijski sistem ne zadovoljava potrebe građana/ki za kvalitetnim informiranjem i ne obezbjeđuje dovoljno prostora za raznolikost sadržaja i pluralizam mišljenja, stavova, gledišta. Iako je medijski sistem u BiH od ratnog perioda do danas razvijan i unapređivan uz asistenciju i napore različitih međunarodnih aktera, s ključnom idejom da je intervencija u medijsku sferu jedan od načina demokratizacije društva, do kvalitetnog medijskog sistema se, nažalost, nije došlo. Sredstva investirana u medije u BiH (u trening programe za medije i novinare/ke, direktnu podršku medijima, u vidu opreme i novca, u razvoj medijskog okruženja kroz *policy development* i druge oblike podrške) u iznosu od 87 miliona eura (tabela 4) očigledno nisu rezultirala uspjehom.

19 Izvor dostupan na: IREX Media Sustainability Index

20 Dostupno na: <http://www.measurebih.com/uimages/Assessment%20of%20the%20Media%20Sector%20in%20B&H.pdf>

	Trening	Direktna podrška	Medijsko okruženje	Total Euro
Albanija	6.9	1.8	1.9	10.6
Bosna i Hercegovina	17.4	42	27.7	87.1
Hrvatska	2.4	19.7	14.5	36.6
Makedonija	3.4	9.2	11.2	23.8
Crna Gora	1.3	2.9	3.4	7.6
Srbija	5.4	26.4	13.1	44.9
Kosovo	6.1	45.6	6.9	58.6
Balkan	42.9	147.6	78.7	269.2

Source: Aaron Rhodes, *Ten Years of Media Support to the Balkans: An Assessment* (Amsterdam: Media Task Force of the Stability Pact for South Eastern Europe, 2007), p. 15.

Tabela 4: Investiranje međunarodnih donatora u medijski sektor u BiH²¹

Već i ovaj površan pogled na stanje i perspektive u medijima u Bosni i Hercegovini daje dovoljno argumenata za tvrdnju koju smo uzeli kao generalnu hipotezu istraživanja, a koja glasi: mediji u Bosni i Hercegovini doprinose sužavanju javnog prostora za alternativna gledišta i razmjenu ideja i mišljenja, što je uzrokovano kako vanjskim pritiscima na medije (političkim i ekonomskim), tako i unutarnjim problemima medijske zajednice (cenzura i autocenzura, loš socijalni status i izrazito niska solidarnost novinara), te niskim nivoom medijske pismenosti publike, koja rijetko ili nimalo podržava ozbiljan medijski rad. No, da bismo dobili dubinski uvid u stanje medijske zajednice i medijske scene i svojevrzni “pogled iznutra”, konsultirale smo značajan broj novinara/ki, urednika/ca, analitičara/ki medija, predstavnika/ca regulatora i samoregulatora, te drugih aktera/ki medijske i izvanmedijske scene, čiji ćemo osvrt na *shrinking space* u medijima u BiH predstaviti u nastavku.

21 Prema: Rhodes A. (2007). *Ten Years of the Media Support to the Balkans, An Assesment*. Amsterdam: MTFSPSEE

KLJUČNI NALAZI ISTRAŽIVANJA

Zakonska regulativa medija u Bosni i Hercegovini

Oblast medija u Bosni i Hercegovini zakonski je veoma dobro regulirana i može se reći da Bosna i Hercegovina, po ovom pitanju, ne zaostaje za razvijenim evropskim demokratskim zemljama. Ustavom BiH zagwarantirana je sloboda misli i sloboda izražavanja,²² a donesen je i set zakona koji se u potpunosti ili barem djelomično tiču reguliranja medijskog djelovanja. Zakoni koji se tiču (i) medija ili u nekim svojim dijelovima tretiraju i medije u Bosni i Hercegovini su: Zakon o radu Brčko distrikta, Krivični zakon Republike Srpske, Zakon o komunikacijama, Zakon o zaštiti od klevete Brčko distrikta, Zakon o zabrani diskriminacije u BiH, Zakon o radu RS, Zakon o radu FBiH, Krivični zakon FBiH, Krivični zakon Brčko distrikta, Krivični zakon BiH, Izborni zakon BiH, Izborni zakon Brčko distrikta, Zakon o slobodi pristupa informacijama u FBiH, Zakon o zaštiti od klevete FBiH, Zakon o zaštiti od klevete RS, Zakon o slobodi pristupa informacijama RS²³ te zakoni koji se odnose na rad emitera Javnog radiotelevizijskog servisa BiH.

Formiranje JRTV BiH počelo je 1999. godine kada je tadašnji Visoki predstavnik za BiH Carlos Westendorp donio Odluku o rekonstruiranju JRTV BiH. Proces je nastavio njegov nasljednik Wolfgang Petrich, koji je, pred kraj mandata 2002. godine, nametnuo Zakon o osnovama Javnog radio-televizijskog sistema i servisa, čime su uspostavljena tri javna emitera. Dakle, uspostavljen je državni javni servis koji se sastojao od Radio-televizije Bosne i Hercegovine (BHRT), Radio-televizije Federacije

22 "Ustav Bosne i Hercegovine", Član II ("Ljudska prava i osnovne slobode"), dostupno na: http://www.ccbh.ba/public/down/USTAV_BOSNE_I_HERCEGOVINE_bos.pdf

23 Vid. više na: <http://bhnovinari.ba/bs/zakoni-i-pravila/>

Bosne i Hercegovine (RTVFBiH) i Radio-televizije Republike Srpske (RTRS), ali su tri bosanskohercegovačka emitera djelovali kao konkurenti, a ne jedinstveno.²⁴

U Zakonu o Javnom radiotelevizijskom sistemu Bosne i Hercegovine navedeno je da sistem javnog emitiranja u Bosni i Hercegovini sačinjavaju Radio-televizija Bosne i Hercegovine (BHRT), Radio-televizija Federacije Bosne i Hercegovine (RTVFBiH), Radio-televizija Republike Srpske (RTRS) i Korporacija javnih RTV servisa u BiH.²⁵ Uspostava Korporacije javnih RTV servisa, propisana Zakonom iz 2005. godine, čini glavnu razliku između Zakona iz 2002. i 2005. godine. Zakonom iz 2005. godine je zamišljeno da Korporacija bude krovna organizacija ili, kako navodi Babić (2009), integrativna komponenta tri bosanskohercegovačka javna emitera.

Uloga, ciljevi, djelatnost, sjedište i finansiranje Korporacije razrađeni su u članovima Zakona o Javnom radiotelevizijskom sistemu Bosne i Hercegovine, a sama Korporacija je opisana kao “zajednička upravljačka struktura između javnih RTV servisa sa istim pravima i obavezama prema sva tri javna RTV servisa (BHRT, RTRS i RTVFBiH).”

Međutim, Korporacija nikada nije uspostavljena, iako je trebala biti formirana najkasnije 60 dana od usvajanja Zakona. Radio-televizija Bosne i Hercegovine suočava se s velikim problemima.

Osim pomenutih zakona, na snazi su i:

- Evropska povelja o slobodi štampe,
- Deklaracija Vijeća ministara o zaštiti i promociji istraživačkog novinarstva i
- Deklaracija o slobodi političke debate u medijima.²⁶

Evropska povelja o slobodi štampe potpisana je 2009. godine u Njemačkoj i u njoj je, između ostalog, navedeno da je sloboda štampe neophodna u demokratskom društvu, da cenzura mora biti apsolutno zabranjena, da su države dužne osigurati medijima uživanje pune zaštite nezavisnog sudstva i vlasti u obavljanju svog posla, da ekonomski opstanak medija ne smiju ugrožavati niti država niti druge organizacije, da novinari/ke i mediji imaju pravo na neometan pristup svim informacijama.²⁷

Naši/e sagovornici/e navode da je zakonska regulativa medija u BiH odlično ili veoma zadovoljavajuće regulirana i u skladu s evropskim praksama, međutim, kako neki navode, određene zakone je potrebno doraditi da bi bili precizniji, a ono sa čim se slažu svi/e od intervjuiranih jeste loša primjena postojećih zakona u praksi.

24 Prema: Babić, Dušan (2009), *Kroz barikade preko javne televizije*, objavljeno na: www.pulsdemokratije.com 29. 10. 2009, i Babić, Dušan (2013), *Saga o hrvatskom kanalu – nepotreban kamen smutnje*, objavljeno na: www.media.ba 13. 3. 2013., dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/saga-o-hrvatskom-kanalu-nepotreban-kamen-smutnje>

25 “Zakon o Javnom radiotelevizijskom sistemu BiH” dostupan na: https://www.parlament.ba/sadrzaj/zakonodavstvo/precisceni_tekstovi_zakona/default.aspx?id=58892&langTag=bs-BA&pril=b

26 Svi dokumenti dostupni na: <http://bhnovinari.ba/bs/zakoni-i-pravila/>

27 Vid. više na: <http://bhnovinari.ba/bs/2009/06/09/evropska-povelja-o-slobodi-tampe/>

"Kvalitet medijskih zakona je prilično zadovoljavajući, postoje određeni nedostaci, pojedini zakoni bi mogli biti bolje definisani, mogli bi biti bolje usklađeni sa nekim boljim primjerima iz regiona i evropskom praksom. Primjena je dosta nezadovoljavajuća. Ogroman je raskorak između kvaliteta i primjene zakona, što nas svrstava u korumpirane zemlje sa zarobljenim institucijama", pojašnjava sagovornik iz Banja Luke, koji je zaposlen u jednoj od nevladinih organizacija koje se bave i radom medija u BiH.

Sagovornici/e navode i da primjenu zakona onemogućava činjenica da u medijima, kao i u čitavom društvu, vladaju etnički, a ne etički principi i standardi, pa je provedba postojećih zakona nerijetko i potpuno nemoguća.

"Sloboda izražavanja je garantirana Ustavom i zakonima koji su u skladu sa Ustavom, ali to je, nažalost, samo stanje na papiru", navodi jedna od sagovornica.

Većina zakona je, kako tvrde sagovornici/e, usvojena pod pritiskom međunarodne zajednice, što ne smatraju negativnim, jer je, bez obzira na međunarodnu zajednicu, zakonska regulativa razvijana djelomično i prema lokalnim potrebama, s obzirom da, do tada, BiH nije imala nikakve zakone. Kako navodi predstavnica regulatora, zakoni su doneseni upravo zahvaljujući međunarodnoj zajednici te je pitanje kako bi se to drugačije riješilo u bh. društvu.

"Unaprijeđenje zakonskih okvira odražava i stepen razvoja društva. Zakoni su, ili nametnuti od Visokog predstavnika, ili doneseni pod njegovom palicom. Set zakona o Javnom radio-televizijskom servisu je draftiran u OHR-u i isporučen bosanskohercegovačkim vlastima. Zakon o zaštiti od klevete, Zakon o slobodnom pristupu informacijama, isto tako. Nisu nametnuti, ali kao da jesu. Nismo saznali kao društvo ni za donošenje ni za primjenu, kad se povukla Međunarodna zajednica nastao je kaos."

Ono što neki od naših sagovornika/ca vide kao problem jeste činjenica da je kopiranjem zakona iz drugih evropskih zemalja došlo do određenih propusta u samom prevodu.

"Vidimo nepreciznosti u prevodu, pa je negdje prevedeno mora, negdje trebali bi biti. Nešto što smo morali usvojiti pod pritiskom Međunarodne zajednice i što je tada bilo dobro, poslije se pokazalo dosta loše, jer nije bilo prilagođeno, već je samo preneseno iz razvijene zemlje", navodi jedna od predstavnica samoregulatora. Njena kolegica ističe da su bosanskohercegovački zakoni čak i ispred vremena i stadija u kojima se bosanskohercegovačko društvo nalazi.

Novinar istraživač iz Sarajeva smatra da razvijene zemlje, na osnovu čijih su zakona kreirani bosanskohercegovački zakoni, imaju dugogodišnje iskustvo i kvalitetne medije koji su i utjecali na kreiranje tih zakona.

"Naš je problem što imamo u prosjeku jako loše medije, pa se onda možda čini da ti zakoni ne odgovaraju našim medijima. Mislim da je važnije raditi na podizanju standarda novinarstva u Bosni i Hercegovini, nego zakone prilagođavati našim medijima."

Jedan od najbitnijih zakona za novinarke i novinare, ali i građanke i građane BiH, Zakon o slobodnom pristupu informacijama (u daljnjem tekstu: ZOSPI), trebao bi biti bolje primjenjiv, slažu se sagovornici/e. Ovaj Zakon bi trebao biti jedan od najbitnijih i za javnost, jer bi zahtijevao transparentnost informacija koje su od javnog značaja. Međutim, u praksi se pokazalo da primjenu ovog Zakona opstruiraju brojne prepreke.

"Predlagači promjena i izmjena pokušavali su da 'navedu vodu na svoj mlin' i zaštite sebe, to je van pameti, anulira se naziv samog zakona. Srećom reagovali smo da to oborimo. Ali, uvijek odugovlače da daju informacije. Taj zakon treba da se reklamira u javnosti, to je zakon za građane, pa tek onda za novinare. Oni koji usvajaju zakone, krše ih bez posljedica", ističe predstavnica samoregulatora, navodeći i da se zakonska regulativa u BiH zloupotrebljava kao mehanizam pritiska na novinare/ke, te svoju tvrdnju ilustrira primjerom jednog političara koji je, kako tvrdi, naveo da zna da neće na sudu dobiti slučaj, ali podiže tužbu samo da bi nervirao taj medij.²⁸

Istraživački novinar navodi da se u svom radu sve manje oslanja na Zakon o slobodnom pristupu informacijama, čemu su doprinijele izmjene, loša primjena i nepostojanje mehanizama prisilne primjene.

"U posljednje vrijeme izbjegavam slati upite po ZOSPI-ju, jer onda sigurno moram da čekam odgovor barem petnaest dana, jer taj zakonski rok iskoristi više od 95% institucija kojima pošaljem upit. Radije šaljem obični medijski upit i brže dobijem odgovore koji mi trebaju. Kada, ipak, moram koristiti ZOSPI, onda u većini slučajeva unaprijed znam da će proces trajati sedmicama i da ću morati da se žalim višoj instanci."

On navodi da je ZOSPI potpuno obesmislio jedan član Zakona koji je dodan u izmjenama.

"Vlast je odlučila da mora da pita za saglasnost privatne firme kako bi novinarima ustupili ugovor koji su potpisali sa njima. Naravno, u većini slučajeva, privatna firma odbija dati podatke ili ugovor. Tako je zakonom zaštićena privatna firma koja dobro posluje od države, a iz procesa su potpuno isključeni građani koji sve to finansiraju. U ovom trenutku, ZOSPI radi jedino u korist političara, jer zbog ovog

28 Izmjene i dopune "Zakona o slobodnom pristupu informacijama u FBiH" vidjeti na: <http://fzs.ba/wp-content/uploads/2016/06/Zakon-o-slobodi-pristupa-inf.-48-11.pdf>

zakona mogu da se hvale kako su transparentni, a sa druge strane javnost i novinari od njega nemaju gotovo nikakve koristi. Praksa drugih zemalja je pokazala da je bolje insistirati na objavi svih podataka nego na ZOSPPI-ju."

Situacija je ista s primjenom ZOSPPI-ja u oba bosanskohercegovačka entiteta. Naš sagovornik iz Banja Luke navodi da postoji dosta problema u praksi.

"U RS-u postoji to nesretno rješenje da se odlučuje o zahtjevu za pristup informacijama u formi dopisa, što odugovlači. Organi izvršne, sudske i zakonodavne vlasti su dosta senzibilizirani na ovaj zakon. Ako se obratite javnim organima, oni uopšte ne znaju da postoji ovaj zakon."

Kao jedan od zakona koji ograničava rad novinara/ki, sagovornici/e navode Zakon o zaštiti od klevete, odnosno entitetske zakone o zaštiti od klevete i Brčko distrikta. Zakon o zaštiti od klevete ograničava urednike/ce i novinare/ke u kvalitetnom radu, te građani/ke ostaju uskraćeni za kvalitetne i vjerodostojne informacije. Sagovornici/e navode da se ovaj Zakon zloupotrebljava i koristi protiv novinara/ki, te da se donose sudske presude koje idu na štetu medija i uposlenika/ca u medijima, a kako navodi jedna od sagovornica, osobe koje podižu tužbe su najčešće na pozicijama moći i kroz svoj položaj mogu utjecati na ishod sudskog postupka. Veliki broj medija zatrpan je tužbama, koje uglavnom dolaze od političkih moćnika, te sudski procesi dodatno iscrpljuju i urednike/ce i novinare/ke. Zakonska regulativa se zloupotrebljava protiv novinara/ki, navode sagovornici/e.

"Ako kolegica iz Oslobođenja ima 105 tužbi, možete misliti kakav je to pritisak. Nije pitanje hoćeš li dobiti ili nećeš, nego da se baviš dokazivanjem da si bio u pravu i napisao istinu", navodi predstavnica samoregulatora iz Sarajeva, navodeći primjer novinarki Oslobođenja i Slobodne Bosne koje su u jednoj godini provele tri mjeseca na sudu umjesto da rade svoj posao. Novčane kazne koje se presuđuju medijima su visoke, ukoliko uzmemo u obzir finansijsko stanje većine medija i dodatno ugrožavaju opstanak medija na tržištu. *"Posebno problematična je praksa Suda u Banja Luci. Imamo jednu presudu protiv Federalne televizije, to je bio period kada se emitovala emisija '60 minuta'. Milorad Dodik ih je tužio u Sarajevu i Sud je, po mom mišljenju, vrlo ispravno postupio, pozivajući se na Evropski sud za ljudska prava i navodeći da javne ličnosti i zvaničnici moraju imati viši prag tolerancije na javnu kritiku. Poslije toga je Dodik prebacio tužbu u Banja Luku i ta presuda je bila suprotna. Sud kaže da baš zato što je javna ličnost, njegovo dostojanstvo je više uništeno",* pojašnjava predstavnica samoregulatora zloupotrebu ovog Zakona, navodeći primjer iz prakse.

O praksi Osnovnog suda iz Banja Luke, koji presuđuje u korist političkih zvaničnika/ca, odnosno onih koji/e su na vlasti, govori i sagovornik iz Banja Luke.

"Znam da je Osnovni sud imao nekoliko spornih presuda gdje je dosudio u korist pojedinih političara koji su tužili medije za klevetu, ili pojedince, čak. To je ozbiljno ograničavanje slobode izražavanja i mislim da bi tu bilo vrlo bitno da drugostepeni sud obori takve presude, zbog primjene tog zakona i zbog uopšte slobode izražavanja. Recimo, u Republici Srpskoj je to bio slučaj sa predsjednikom Dodikom koji je nekoliko puta tužio, ne samo medije, već i opozicione prvake i dobio je sve te presude. I to sad pravi problem u drugim predmetima, jer postoje neki predmeti za koje znam da se vode pred Osnovnim sudom u Banja Luci u kojima su organizacije civilnog društva, koje su ovdje u Republici Srpskoj denuncirani kao izdajnici, neprijatelji i slično, da su oni, zapravo, pokrenuli postupak i tužili su novinare, glavne i odgovorne urednike i medijske kuće za klevetu. I sad se dešava jedna zanimljiva stvar. U većini tih postupaka, postoji nekoliko takvih postupaka, Sud odugovlači sa postupkom i to na jedan vrlo besprizoran način. Možda zbog toga što sad ne znaju kako da postupe, jer su uspostavili jednu praksu, da se tužbe za klevetu usvajaju i da se prilično visoke kazne dosuđuju."

Intervjuirani/e navode i da je veliki problem tužbi i presuda, koje su svjesno usmjerene prema novinarima/kama i njihovim medijskim kućama, što, osim što utječe na njihov rad, dovodi i do gašenja medija zbog tužbi.

"Treba doraditi Zakon o zaštiti od klevete i Krivični zakon, jer imamo slučajeve koji se tiču govora mržnje i diskriminacije, jer nije definisano pod tim nazivom. I onda se zaobiđe prava presuda", navode iz Vijeća za štampu.

Sadržaji bosanskohercegovačkih medija preplavljeni su govorom mržnje, koji dolazi i od političkih zvaničnika/ca i ostalih javnih ličnosti, a mediji koriste izjave pojedinih dužnosnika/ca u naslovima da bi obezbijedili veću čitanost i broj komentara, tako da su Facebook stranice medija prepune komentara koji sadrže govor mržnje. Govor mržnje nije kažnjivo djelo u Bosni i Hercegovini i oko ovog pitanja vode se brojne diskusije i polemike. Predstavnica samoregulatora navodi da treba precizirati govor mržnje koji nije definiran u Krivičnom zakonu. Vijeće za štampu je članica Koalicije protiv govora mržnje i navode da su posljednje tri godine intenzivno tražili od Ministarstva pravde da se napravi neko poboljšanje.

"Parlament Federacije BiH je odbio dvaput, pa je kasnije usvojio neke preporuke. U Republici Srpskoj je to bilo prihvaćenije, pa su oni napravili neku definiciju koja se odnosi na govor mržnje", navode iz Vijeća za štampu.

Predstavnica regulatora navodi da je potrebno preraditi i uskladiti i zakone o Javnom servisu Bosne i Hercegovine, jer postoje određene diskrepancije između

zakona unutar sistema javnog emitiranja, gdje se posebno ističe neprimjena zakona iz seta koji regulira sistem javnog emitiranja, navodeći da se prikupljanje RTV takse i raspodjela prihoda od marketinga ne raspodjeljuje onako kako je propisano Zakonom. Također, navodi i probleme oko uspostave Korporacije koja bi bila zadužena za digitalizaciju, te naglašava da ne vidi mogućnost uspostave u dogledno vrijeme, naglašavajući da je neuspostava Korporacije dovela i do blokade procesa digitalizacije.

Sagovornici/e navode i da bi Regulatorna agencija za komunikacije trebala bolje funkcionirati. Novinar i osnivač jedne od nevladinih organizacija koja se bavi medijima, navodi kako je RAK uspostavljen prvenstveno kako bi regulirao govor mržnje, što je na početku ova agencija veoma dobro radila.

"Kasnije više nije imao pozitivan utjecaj. Od 2004. ili 2005. godine, RAK ima vlastitu političku agendu, ne smatram da je to pritisak na RAK, već upravo agenda. Danas je RAK tipična bosanska agencija sa tipično bosanskim problemima i više ne funkcioniše."

Predstavnice samoregulatora navode da rad regulatora može biti bolji i da je za to potrebno stalno zalaganje. Jedna od njih navodi:

"Regulatorna agencija bi trebala biti strožija. Poslije rata su bili veoma strogi i to je dalo dobre rezultate. Dovedi su u red radio-televizijski sistem, poslije su počeli bivati blaži, pozivali su se na Evropski sud za ljudska prava. Kad već imaju mandat da kažnjavaju neka to više rade. I da više saraduju sa Vijećem za štampu kada je u pitanju govor mržnje, bilo bi učinkovitije."

Iz Regulatorne agencije za komunikacije navode da treba mijenjati Zakon o komunikacijama, odnosno ažurirati ga tako da odražava i neke tehnološke promjene do kojih je došlo u međuvremenu, da bi se jasnije definirala nezavisnost ove agencije, prvenstveno finansijska nezavisnost.

"Ovaj koji se sada primjenjuje kaže da ćemo se finansirati iz naknada koje mi prikupljamo od dozvola koje izdajemo, ali ne znam kako je došlo do toga da smo uključeni u jedinstveni trezor. Ta sredstva kada se jednom uplate u državni budžet, to nas odmah čini korisnicima državnog budžeta, a mi ne koristimo pare od poreskih obveznika. Ne možemo slobodno raspolagati našim sredstvima. Nezavisnost ne znači nedostatak odgovornosti, mi ne bježimo od toga da podnosimo izvještaje, inače radimo transparentno i otvoreno. Optuživali su nas da smo država u državi i da ne polažemo račune nikome, što nije tačno. Treba pojačati i dio oko odgovornosti. Bitno je zadržati Zakon o komunikacijama uz ove izmjene o kojima govorim. Posebno je bitno da ostane princip po kojem Zakon o komunikacijama uspostavlja agenciju i daje joj nadležnosti da uređuje ovu oblast podzakonskim aktima."

Učesnici/e istraživanja su saglasni/e oko zakona koji nedostaju u Bosni i Hercegovini, a tiču se oblasti medija. To su:

- zakon o transparentnosti vlasništva,
- zakon o oglašivačkoj industriji,
- zakon o finansiranju medija.

Ova tri zakona, gotovo svi/e sagovornici/e smatraju krucijalnim. Predstavnica samoregulatora navodi da nepostojanje ova tri zakona dovodi do “ogromnih rupa” kroz koje prolazi i nesavjesno informiranje i govor mržnje. Redakcije nemaju impressume, često ne znamo ko je vlasnik/ca medija i dešavaju se brojne mahinacije.

Iz RAK-a navode da je neophodan i Zakon o elektronskim komunikacijama, te navode da u Vijeću ministara već godinama rade na donošenju ovog zakona.

“On je u formi prednacrt, prošao je neku javnu raspravu, nije još ni blizu Parlamenta. Monstruozan je, ima više od 150 članova, a nije dobro praviti takve detaljne zakone za ovu oblast gdje se stvari vrlo brzo mijenjaju, a izmjena zakona je složen posao.”

Politički pritisci na medije i novinare/ke

Iako je sloboda izražavanja u Bosni i Hercegovini zagwarantirana Ustavom, a oblast medijske djelatnosti djelomično regulirana zakonskim i podzakonskim aktima i deklaracijama, uvid u funkcioniranje i rad medija u BiH i razgovori s medijskim djelatnicima/ama nam ukazuju da se praksa, odnosno stanje na medijskom tržištu, ne podudara s onim što je navedeno u pomenutim aktima i dokumentima. Nepostojanje zakona o finansiranju medija i zakona o transparentnosti vlasništva u medijima u velikoj mjeri omogućava političke pritiske i manipulacije.

Politički pritisci na medije i novinare/ke u BiH već godinama guše medijske slobode i onemogućavaju kvalitetan rad novinarkama i novinarima. Neki/e od medijskih djelatnika/ca navode da su politički pritisci na medije evidentni još od kraja rata kroz različite forme i da se stanje do danas nije promijenilo, naprotiv, biva sve kompleksnije. Sagovornici/e navode brojne direktne i indirektne pritiske, a neki od njih naglašavaju da je često veoma tanka linija između direktnih i indirektnih pritisaka na medijske kuće i njihove uposlenike/ce. Svi ovi oblici pritisaka vode do cenzure, autocenzure, neprofesionalnog informiranja, straha novinarki i novinara za vlastitu egzistenciju, onemogućavanja kvalitetnog rada i, definitivno, i do iščezavanja istraživačkog novinarstva s ovih prostora.

"Zakonski su novinari zaštićeni. Formalno. Od Evropske konvencije o ljudskim pravima, Zakon o zaštiti od klevete daje veću slobodu novinarima. Plus je što se novinari ne hapse. Još uvijek. Uvijek smo u izvještajima na nekom srednjem mjestu. Ono što je problematično kod nas, mi se zadovoljavamo sa 'dobro je nek ne puca', nismo najgori, a ne radimo ništa da budemo bolji, pa ni da se zadržimo na trenutnoj poziciji", pojašnjava predstavnica regulatora.

Pritisci dolaze iz svih struktura, naglašava dugogodišnja novinarka Javnog servisa BiH.

"Od utjecaja vlasti na medije, podjednako i u javnom i u privatnom vlasništvu, nepostojanja zakonske regulative o finansiranju, cenzura i autocenzura, netransparentnosti rada i finansiranja, općeg urušavanja profesionalnih vrijednosti i estradizacije profesije, pa do nedostatka slobode govora i mišljenja. Sve ovo dovodi do izumiranja istraživačkog novinarstva."

Kao političke pritiske na medije, sagovornici/e navode:

- uvjetovanje finansijske podrške medijima, jer objavljuju sadržaje koji nisu u interesu vlasti;
- uvjetovanje saradnje s institucijama vlasti;
- etiketiranje medija kao neprijateljskih, izdajničkih, plaćeničkih i sl.;

- preporuke drugim zainteresiranim da izbjegavaju neki medij, proglašivši taj medij nepoželjnim partnerom za saradnju;
- insistiranje političara/ki novinaru/ki da nešto objavi ili ne objavi;
- pokretanje tužbi za klevetu s ciljem finansijskog uništavanja medija;
- zabranjivanje novinaru/ki da prisustvuje na konferenciji na kojoj je političar/ka kojem se ne dopada rad tih novinara/ki i/ili medijskih kuća za koju rade;
- situacije u kojoj političar/ka intervju ili davanje određenih podataka uvjetuje konačnim izgledom priloga ili odabirom ostalih gostiju/gošći u emisiji u koju je i on/ona pozvan/a;
- kada urednici/e u ime određene političke partije zahtijevaju određenu priču (novinar/ka to, uglavnom, ne može i ne smije odbiti, a ukoliko to i učini, uvijek će neko od kolega/ica prihvatiti);
- političke pritiske na Javni servis Bosne i Hercegovine;
- prijetnje novinarima/kama koji/e su objavili/e sadržaj koji ne odgovara javnim dužnosnicima/ama.

Također, sagovornici/e posebno ističu i da je često izbrisana granica između političkih i ekonomskih pritisaka, odnosno da politički dužnosnici/e često uvjetuju finansijsku podršku medijima, tako da na ovu vrstu podrške mogu računati isključivo oni mediji koji su lojalni strankama na vlasti i koji ne objavljuju sadržaje koje o dužnosnicima/ama tih stranaka govore kritički.

Dugogodišnji novinar iz Sarajeva to detaljno pojašnjava:

"Stječe se (ispravan) dojam da su politički akteri zapravo pokretači ekonomskog pritiska. Posljednji primjer koji ilustrira ovu tvrdnju jeste pojava izvještaja Vlade Federacije Bosne i Hercegovine u kojem se nalazi poziv federalnog ministra Fadila Novalića za uskraćivanje novca medijima za marketinške aktivnosti, zbog pisanja, odnosno izvještavanja koje nije u interesu vladajućih političkih elita koje na različite načine kontroliraju tokove novca bilo u javnim, bilo u komercijalnim medijima. Treba reći da je premijer Novalić, nakon burnih reakcija novinarske zajednice u BiH, ustvrdio da je riječ o falsificiranom dokumentu. Čak i uz ogradu vezano za vjerodostojnost pomenutog stava premijera Novalića, ranija istraživanja su pokazala da odnos javnih preduzeća i medija u BiH, još od završetka rata, prati gore pomenuto uvjetovanje marketinškog zakupa u medijima afirmativnim izvještavanjem."

Kao primjere političkih pritisaka iz prakse, sagovornici/e navode sedmosatni pretres redakcije portala Klix (www.klix.ba), udaljavanje novinara/ki BN televizije iz Bijeljine sa press konferencija koje je organizirao SNSD, izvještavanje Radio-televizije Republike Srpske koja je pod direktnom kontrolom Milorada Dodika i SNSD-a, pisanje Večernjeg lista koji je pod utjecajem HDZ-a, Nezavisnih novina

koje su pod velikim utjecajem SNSD-a, političke pritiske na Javni servis Bosne i Hercegovine, slučaj osnivača dnevnog lista Dnevni avaz koji je, također, i osnivač jedne od stranaka koje patricipiraju u vlasti itd.

Predsjednik Republike Srpske Milorad Dodik više puta je izvrijeđao novinarke koje rade za medije čiji rad ne cijeni. Na javnoj tribini 2014. godine optužio je BN televiziju da laže, a 2015. godine izvrijeđao banjalučku novinarku Gordanu Katanu, koja radi za sarajevski dnevni list Oslobođenje, optuživši je da pokušava napraviti negativnu priču o Republici Srpskoj.²⁹ U proljeće 2015. godine predsjednik RS-a bio je veoma neprijatan prema novinarki BNTV Ljiljani Faladžić, pokušavajući da spriječi snimanje izjave.³⁰ U septembru 2015. godine Dodik je veoma drsko i arogantno odgovorio na pitanja novinarki N1³¹, da bi, krajem 2016. godine, Dodik verbalno napao novinarku N1 Snežanu Mitrović koja mu je postavila pitanje da li očekuje da 2017. godina bude godina socijalnih nemira i tenzija.³² Milorad Dodik je i prije toga veoma neprijatno postupao sa novinarima/kama medija za koje je smatrao da pišu negativno protiv Republike Srpske i njegovog rada.

Novinarka medijskog servisa Prijatelji Srebrenice (UPS Media) navodi da je ovaj medij namijenjen svim građanima/kama i baš zbog toga je često etiketiran kao medij koji "nije naš" i od SNSD-a i od SDA. Novinarka navodi dva primjera:

"Ekipa UPS Media je udaljena sa sastanka održavanog u Memorijalnom centru Potočari, na izričit zahtjev tadašnjeg načelnika Opštine, pod izgovorom da je skup zatvoren za medije – iako su u tom trenutku sastanku prisustvovala ekipe BHT-a i Televizije Hayat. Također, predsjednik lokalnog SNSD-a je više puta na terenu naše novinare nazvao 'američkim špijunima'. Kada smo se obratili kabinetu predsjednika Republike Srpske sa zahtjevom za podršku lokalnom mediju, predstavnik lokalnog SNSD-a Dragan Glišić je savjetniku Danijelu Dragičeviću sugerisao da naš zahtjev ne razmatra, jer 'oni nisu naši'. Ova informacija je dobijena od člana SNSD-a koji je prisustvovao tom sastanku."

Jedan od intervjuiranih novinara navodi da je policijski pretres redakcije sarajevskog portala Klix najočitiji primjer političkog pritiska na rad medija.

29 "Kad vas pogledam onda i shvatim zašto ste stalno negativni, jer vi ne možete nikad imati ništa pozitivno", "Dolazite iz medija koji je takav, i dolazite, naravno, iz naroda koji je takav, jer vi to hoćete namjerno da to uradite i uz svo poštovanje koje sam ja sve godine imao prema vama, vi pokazujete krajnju nekorektnost u mnogim pitanjima i mnogim izvještavanjima iz Republike Srpske. Zahvaljujući vama, evo da vam kažem, otkazao sam institucijama RS da se uzima vaš list Oslobođenje.", itd., dostupno na: <http://www.bh-index.com/pogledajte-kako-je-dodik-izvrijedao-novinarke-oslobodenja-video/>

30 Dostupno na: <http://www.6yka.com/novost/56537/novinari-osudili-ponasenje-dodika-spram-novinarke-bn-tv>

31 Dostupno na: <http://ba.n1info.com/a63005/Vijesti/Vijesti/Ljutiti-odgovor-Dodika-na-pitanje-reporterke-N1.html>

32 Dostupno na: <http://ba.n1info.com/a129832/Vijesti/Vijesti/Dodik-ponovo-napao-N1-Vi-ste-revolucionari-i-neprijatelji.html>

"Važno je pomenuti školski primjer pritiska na medije, koji se desio krajem 2014. godine, nakon što je ovaj portal objavio snimku na kojoj su se čuli glasovi dvije ženske osobe, uz pretpostavku da je jedna od njih bila premijerka Republike Srpske Željka Cvijanović. Ona je s drugom nepoznatom osobom razgovarala o kupovini opozicijskih zastupnika u Narodnoj skupštini RS radi formiranja parlamentarne većine."

Sarajevski novinar navodi da su brojni faktori od kojih ovise vrste pritiska na medije. On posebno izdvaja sljedeće faktore: vlasnička struktura medija, odnosno osnivače medija, način finansiranja medija, razvijenost medijskog tržišta, slobodni pristup informacijama i potencijalne sudske postupke, bez obzira da li se u poziciji tuženih nalaze medijski djelatnici/e ili donositelji/ce odluka.

Uzmemo li u obzir da je jedna od karakteristika bosanskohercegovačkih medija netransparentnost vlasništva (Turčilo, 2011), uočavamo neophodnost izrade zakona o transparentnosti vlasništva, jer je javnost često uskraćena za informaciju koje vlasničke strukture stoje iza kojeg medija i šta im je osnovni cilj – veza s političkim i ekonomskim moćnicima, informiranje javnosti, isključivo profit ili su pak politički moćnici dio vlasničke strukture.

Kao još jedan od problema sagovornici/e ističu i nedostatak kulture javnog interesa i kulturu vladavine moći, koja je vlasnicima/ama jednog dijela medija omogućila pristup novcu u zamjenu za izvještavanje koje ni na koji način neće naštetiti vladajućim strukturama, odnosno izvještavat će afirmativno o onima koji kontroliraju novčane tokove.

Bliskost političara s medijima najvidljivija je u slučaju Dnevnog avaza i osnivača ovog lista Fahrudina Radončića, također, osnivača i političke stranke Savez za bolju budućnost. Novinarka Centra za istraživačko novinarstvo iz Sarajeva navodi ovaj slučaj kao jedan od najočitijih političkih pritisaka.

"Taj utjecaj se vidi kroz tekstove u kojima određene stvari, priče ili osobe promoviraju ili kude u zavisnosti od toga što odgovara stranci osnivača Dnevnog avaza Fahrudina Radončića. Dnevni avaz objavljuje tekstove koji govore loše o političkim protivnicima Fahrudina Radončića, ali ne i tekstove koji ne idu u prilog ove stranke ili osnivača."

CIN-ova novinarka naglašava da su veze medija s političkim strankama i dužnosnicima/ama veoma lako dokazive, jer je to vidljivo iz preuzimanja tekstova koje objavi Centar za istraživačko novinarstvo.

"CIN svoje tekstove nudi drugim medijima na objavu. Večernji list je objavljivao sve naše tekstove, dok nismo istražili imovinu Dragana Čovića. Nisu objavili tekst o njegovoj imovini i niti jedan sljedeći tekst nakon toga. Dnevni avaz je naš tekst u kojem smo objavili da pojedini političari nisu prijavili imovinu u imovinskom

kartonu preuzeo na način da je samo objavio dio teksta o neprijavljenoj imovini Bakira Izetbegovića, Radončićevog protivkandidata. Dio koji se odnosi na imovinu Radončića su izbacili iz teksta.“

Iste tvrdnje navodi i novinarka Javnog servisa BiH, navodeći da su stavovi Dnevnog avaza u potpunosti podređeni političkim ambicijama i aktivnostima Fahrudina Radončića.

“U posljednje vrijeme zabilježen je porast internet portala koji putem društvenih mreža su u službi određenih političkih opcija. Gotovo da u BiH nema stranke koja ne ‘stoji’ iza nekog portala“, navodi.

Politički pritisci su vidljivi i kada je riječ o događajima iz prethodnog rata, ratnim zločinima, ali i o nekim aktuelnim dešavanjima. Jedna od novinarki to objašnjava podijeljenošću i javnosti i novinara/ki po etnonacionalnom principu.

“Imamo situaciju da se jedan događaj u jednom mediju hvali, a u drugom mediju osporava u zavisnosti od sjedišta medija i njegove orijentacije, odnosno povezanosti medija sa pojedinim strankama.“

Novinarka iz Srebrenice, također, navodi da su mediji podijeljeni duž etničkih linija, a da izuzetak, donekle, predstavlja BHT i nekoliko portala i *freelancera*.

Novinar iz Sarajeva navodi da sam pregled sadržaja pojedinih medija ukazuje s kojom je političkom strankom uvezana neka medijska kuća. *“Dovoljno je prelistati Dnevni avaz ili Stav, prosurfati Faktorom ili pregledati program Televizije Republike Srpske i sve će biti kristalno jasno.“*

Neki/e od sagovornika/ca navode i postojanje tzv. crvenih linija, odnosno da su pojedini/e urednici/e i novinari/ke na vezi s političkim dužnosnicima/ama koje je stranka zadužila za oblast medija. Jedan od sagovornika ovu tvrdnju potkrepljuje ličnim iskustvom. Njegov kolega navodi:

“Uvjeren sam da još uvijek na stolu urednika postoje ‘crveni telefoni’, a u imeniku u mobitelu napomena ‘obavezno se javi’. Kad su novinari u pitanju, bilo kakvi pritisci ne moraju ni postojati, jer se uvijek zna o čemu se tekstovi ili prilogi ne rade, koja se pitanja ne postavljaju.“

Nekadašnji novinar Televizije Sarajevo navodi primjer političkog preuzimanja ovog medija u vrijeme kada je ovdje radio.

“Dolaskom na vlast koalicije SDA i SDP izvršen je brutalan upad jedne večeri u redakciju informativno-političkog programa i ostale segmente ove javne televizije. Tada je preuzeta kontrola nad svim tokovima te televizije. Ono što je za mene bilo razočaravajuće, bilo je saznanje da su moji dojučerašnji suradnici te večeri pokazali

da su zapravo već bili uspostavili kontakt sa dolazećim strankama i odmah se stavili na raspolaganje političkim nalogodavcima. Grupa od desetak novinara ostala je dosljedna i odmah je bila izložena pritiscima. Preko noći su promijenjeni interni akti Televizije Sarajevo i nakon toga u sistematizaciji nije bilo moje pozicije.“

Svi/e intervjuirani/e se slažu da politički pritisci na medije jačaju i cenzuru i autocenzuru u medijima, a dio sagovornika/ca smatra da je autocenzura čak i izraženija od cenzure.

“Dijelom se radi o generalnom stavu koji se može pripisati prosječnom pripadniku nacije kao jedna od osnovnih karakteristika: ‘mora i ovo proći’ i ‘što baš da štrčiš’. Smatra se nepristojnim odudarati od stava većine iz vlastite grupe. S druge strane, postoji opravdan strah – za egzistenciju, poziciju djece i porodice, da li se dovodim u opasnost ako oponiram stavu, tako monolitno određene, predominantne većine“, pojašnjava novinarka iz Srebrenice.

Iako zvanične cenzure nema, odnosno niti u jednom od dokumenata nije ozvaničena, novinari/ke naglašavaju da je cenzura sveprisutna u bosanskohercegovačkim medijima, te da novinari/ke uvijek znaju o kojim temama nije poželjno pisati, što onda vodi do autocenzure.

“Što je prijetnja određenog oglašivača, a oni su uglavnom povezani sa političarima, da će povući oglase ili ih neće platiti, ako se o nekome ili nečemu bude i govorilo/ snimalo/pisalo, ako nije cenzura?“, naglašava novinar jednog od web portala, pojašnjavajući kako ovakvi postupci uvijek dovode do autocenzure, dok uskraćivanje finansijskih sredstava vlasnicima/ama i urednicima/ama naziva cenzurom novca.

Politički dužnosnici/e odbijaju davati izjave novinarima/kama koji/e dolaze iz medija koji su ti dužnosnici/e etiketirali/e kao “neprijateljske”.

“Ukoliko se zamjerite nekom političaru ili političkoj stranci, vrlo lako se ‘ventili zatvore’, a do informacije postaje nemoguće doći. Iako se ne čini tako, smatram to oblikom pritiska koji novinari svakodnevno osjećaju. I onda, svjesni da uvijek moraju imati informaciju i pouzdane informatore, idu linijom manjeg otpora i ne zamjeraju se političarima“, naglašava sagovornik.

Politički pritisci na Javni servis BiH vrše se još od njegove uspostave, bez obzira koje političke stranke su na vlasti. To je veoma lako uočljivo kroz analizu sadržaja koji se emitiraju na televizijama Javnog servisa BiH. Novinarka Federalne televizije navodi: *“Najkonkretniji i najfamozniji pritisak na Javni servis gdje na najtransparentniji i na najnezakonitiji način član Predsjedništva BiH i potpredsjednica Federacije BiH, javno putem istih emitera, pozivaju na neplaćanje RTV takse. Time direktno utiču na ekonomski status emitera i na taj ucjenjivački način žele političku kontrolu na*

uređivačku politiku javnih emitera, posebno BHRT-a koji je žrtva entitetskih 'kasa'. S druge strane, u istim članovi upravnih odbora su politički podobne osobe, ali i menadžmenti koji upravljaju sindikatima."

Novinar portala iz Mostara navodi da su veze politike i vlasnika/ca medija ogromne.

"BiH je mikro trodruštvo. Kritika jedne elite nužno vas zbližava s pripadnicima druge elite. Ako kritizirate SDP imate simpatije SDA, ako kritizirate HDZ, imate simpatije HSP-a, itd. Bliskost može dovesti upoznavanja. Upoznavanje osobno vodi vas u autocenzuru", navodi novinar koji tvrdi da necenzurisani mediji ne postoje.

Ekonomski pritisci na medije i industrija oglašavanja

Ekonomski pritisci na medije jedan su od ključnih problema bosanskohercegovačke medijske sfere, budući da se upravo preko ekonomskih pritisaka kreira ozračje cenzure i autocenzure i značajno sužava javni prostor za gledišta i stavove koji su mimo *mainstreama*. No, u bosanskohercegovačkom slučaju, ekonomski pritisci nisu samo i isključivo vezani za industriju oglašavanja. Naime, direktna je veza između političkih elita, ekonomskih elita i vlasnika/ca medija, što su pokazala neka ranija istraživanja (Turčilo, 2011), te su ekonomski pritisci direktno povezani i s političkim pritiscima.

Industrija oglašavanja i medijsko vlasništvo u Bosni i Hercegovini izrazito su netransparentni, a zakon o transparentnosti vlasništva i zakon o industriji oglašavanja dva su ključna dijela legislative koja nedostaju i na čijem se usvajanju insistira iz medijske zajednice već nekoliko godina, zasad bez većeg uspjeha. Netransparentnost medijskog vlasništva onemogućava pristup informacijama ko su stvarni vlasnici/e medija (iako se formalne organizacije ili kompanije koje imaju udio u vlasništvu navode u registrima regulatora i samoregulatora, podaci o stvarnim vlasnicima/ama ne postoje na jednom mjestu, te upravo iz tog razloga novinarska udruženja, nevladine organizacije koje se bave medijima i drugi akteri/ke insistiraju na kreiranju jedinstvenog registra medija koji bi sadržavao sve podatke relevantne za svaki medij, a što bi pomoglo u sprečavanju koncentracije vlasništva i boljoj vidljivosti isprepletenosti ekonomskih, političkih i medijskih veza i utjecaja). "U Bosni i Hercegovini postoje osobe koje su istovremeno vlasnici štamparija, distributivne mreže, novina i marketinške agencije te elektronskih medija." (Tešanović, 2014: 29) Posebno problematično je nepostojanje bilo kakve identifikacije web portala, ne samo u pogledu njihovog vlasništva, nego i u pogledu impressuma, sastava redakcije itd. Iako formalno spadaju u okvir djelovanja Vijeća za štampu, kao samoregulatorskog tijela za printane i *online* medije, web portali ni na koji način nisu obavezni iznijeti podatke o svom vlasništvu ili sastavu redakcije.

Pored problema netransparentnosti vlasništva, nepostojanje pouzdanih podataka o načinu finansiranja medija i o istraživanju tržišta značajno otežavaju detaljno sagledavanje slike medijskog tržišta u Bosni i Hercegovini.

"Budući da ne postoji transparentnost vlasništva nad medijima, netransparentno je i oglašavanje, jer nije moguće utvrditi da li kroz neko oglašavanje postoji uticaj na uređivačku politiku medija i po kojoj liniji. Samo ograničena transparentnost vlasništva kroz registre poslovnih subjekata postoji, ali nije dovoljna da bi bilo transparentna i medijska i oglašivačka djelatnost. Ne poštuju se profesionalni postulati i pravila vezano za prikryveno oglašavanje pa često možete vidjeti u medijima sadržaje koji su očito oglašavanje ali nisu tako i označeni i odvojeni od uredničkog sadržaja", smatra jedna od učesnica u našem istraživanju, dok jedan od učesnika kaže:

"Zbog neregulisanog tržišta u BiH, teško je i govoriti o transparentnoj oglašivačkoj industriji. Tako da mislim da u velikoj mjeri u Bosni i Hercegovini nema transparentnosti u oglašivačkoj industriji, a svoju tvrdnju ilustrujem raznim aferama u koje su uključeni ljudi iz ove industrije (Afera Gibraltar). Sve dok marketinški kapital (ulaganja u oglašavanje, pa i iz javnog sektora) koji se plasira u medije i marketinške agencije, pogotovo iz javnih poduzeća, javnih institucija i političkih stranaka, ne budu vidljive kontrolnim mehanizmima, a podaci dostupni javnosti u realnom vremenu, ne možemo pričati o transparentnosti u ovom sektoru."

S navedenim se slaže i treći sagovornik, navodeći kako: *"Oglašivačka industrija i marketinško tržište su vrlo malo transparentni, ne objavljuju se tačni podaci koliko se izdvaja za oglašavanje, posebno kada su u pitanju javne institucije i javna preduzeća. Transparentna je možda podjela marketinškog kolača od velikih grupacija trgovačkih brendova koji dolaze u BiH ali je sama raspodjela vrlo upitna zbog upitnog mjerenja gledanosti televizija u BiH."*

Tri su ključna načina finansiranja medija u BiH:

- dodjeljivanje sredstava iz javnih fondova i budžeta (za javne servise, te lokalne medije i tek manji dio komercijalnih medija),
- RTV taksa/pretplata (za javne servise),
- oglašivačka industrija (za komercijalne medije).

Kad je riječ o dodjeljivanju sredstava iz budžeta, "institucije vlasti na svim nivoima u BiH godišnje troše oko 30 miliona KM na medije. Na objavljivanje oglasa, javnih poziva i tendera godišnje se troši oko 1,5 milion KM, dok se na angažovanje medija koji bi pratili rad opštinskih organa vlasti ili pravili hronike aktuelnosti, te na druge vrste promocija, troši više od pet miliona maraka godišnje."³³ Ta sredstva opisuju se kao "pomoć medijima", iako ih većina analitičara/ki smatra mehanizmom kupovine šutnje i latentnim pritiskom na medije. Pored kupovine šutnje "ubrizgavanjem" novca iz javnih fondova, primjetan je još jedan trend kontrole medija putem budžetskih sredstava, a on se odnosi na sklapanje ugovora o medijskom praćenju rada javnih vlasti. "Pored redovnih tekućih i kapitalnih transfera javnim preduzećima – ovi drugi se odnose na nabavku opreme – institucije vlasti dodjeljuju sredstva medijima za posebne namjene, te sklapaju i različite vrste ugovora s javnim i privatnim emiterima i novinama za promocije, oglašavanje i praćenje rada organa vlasti. Prema istraživanju CRMA-e, na objavljivanje oglasa, javnih poziva i tendera godišnje se troši oko 1,5 miliona, dok se na praćenje rada općinskih organa vlasti i promocije izdvaja više od pet miliona (CRMA, 2016). Iznosi ovih sredstava variraju od 200 maraka, koliko gradska uprava plati za objavljivanje jedne čestitke u lokalnim štampanim

33 Dostupno na: <http://media.ba/bs/magazin-teme-i-resursi/institucije-u-bih-finansiraju-medije-sa-desetinama-miliona-maraka-godisnje>

medijima do značajnijih ugovora koje državne institucije sklapaju s medijima za usluge oglašavanja i promocije.” (Sokol, Hodžić, 2017: 11)

I sagovornici/e u našem istraživanju primjećuju značajan utjecaj javnih kompanija na oglašavanje u medijima:

“Javne kompanije imaju velikog udjela u oglašavanju, a i njihove objave koje su obavezne, poput raznih oglasa, tendera i slično iziskuju značajna finansijska sredstva”, kaže jedan od sagovornika, dok drugi dodaje: “Javne kompanije ovisno o stranačkoj pripadnosti visokog managementa plasiraju svoje marketinške kampanje tamo gdje ih vrh stranke uputi.”

“Javne kompanije imaju veliki udio u oglašavanju. Oni se ne oglašavaju da bi reklamirali svoje proizvode i usluge, često kupuju glasove birača, kriju podatke, koriste oglašavanje iako je nepotrebno itd.”

Ova vrsta investiranja u medije imanentna je javnim medijima, pa možemo reći da se budžetskim sredstvima kontrolira uglavnom prostor javnih medija u BiH. “Poznato je da tri četvrtine sredstava za medije dobiju oni javni, u koje spadaju tri javna servisa, dvije entitetske agencije, kao i javni kantonalni, općinski i gradski mediji. (...) U praksi se bilježe problematični slučajevi u kojima se ograničava sloboda medija, a treba napomenuti da su imenovanja direktora i upravnih odbora u lokalnim javnim medijima redovno politizirana tako da se osigura lojalnost pojedinim političkim interesima. U tom sistemu, finansijsk.o uvjetovanje je samo dodatni mehanizam za osiguranje političke servilnosti.”³⁴ Sredstva iz javnih izvora finansiranja čine značajan dio medijskog tržišta i povlačenje tih sredstava iz “neposlušnih medija” može značajno ugroziti njihovu egzistenciju.³⁵

I *Izveštaj o procjeni medijskog sektora u Bosni i Hercegovini*³⁶ navodi kako je novac, koji je raspoloživ na tržištu, politički kontroliran, odnosno kontroliran od pojedinaca/ki koji/e imaju političku afilijaciju. Najdirektniji primjer su telekomunikacijske kompanije, u čijim upravnim odborima sjede članice i članovi koje imenuju političke partije, vršeći utjecaj na način dodjeljivanja sredstava za oglašavanje. S tim se slažu i sagovornici/e u našem istraživanju, koji navode:

“Neki od najvećih oglašivača u BiH su javne kompanije u čijim upravama su ljudi koji su stranački postavljeni. Stranačka raspodjela vodećih pozicija u javnim kompanijama nije tajna, budući da je to jedna od tema pri dogovorima o podjeli

34 Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-novinarstvo/obraci-finansiranja-medija-iz-javnih-budzeta-politicki-pritisci-i-finansijska>

35 Najbolji pokazatelj ove vrste pritiska je gašenje istraživačkog magazina Slobodna Bosna, koji nije uspio isfinansirati svoj opstanak bez sredstava iz javnih fondova, a koje nije dobijao uslijed kritičkog pisanja o javnim kompanijama.

36 Vid. više u: Brunwasser, M., Marko D., Turčilo L. (2016), *Assesment of the Media Sector in Bosnia-Herzegovina*, dostupno na: <https://dec.usaid.gov/dec/content/Detail.aspx?ctID=0DVhZjk4NWQqtM2YyMi00YjRmLTkxNjktZTcxMjNDBmY2Uy&rID=Mzc5NDM3>

ministarstava među koalicionim partnerima u vlasti. Tako upravljane javne kompanije, poput BH Telecoma ili HT Eroneta, mogu da kroz sklapanje ugovora o oglašavanju utiču na pojavu autocenzure kod medija."

Komercijalne ugovore o prodaji reklamnog prostora mediji sklapaju s klijentima (oglašivačima) direktno ili putem marketinških agencija. Nema pouzdanih podataka o oglašivačkoj industriji u Bosni i Hercegovini, koja se, prema različitim izvorima, godišnje kreće u iznosima od 35 do 50 miliona eura.³⁷ Prema procjenama naših sagovornika/ca, više od 60% tih sredstava investira se u televizijsko oglašavanje, oko 20% u *online* prostor, a 20% u vanjsko oglašavanje (plakati, billboardi) i novine. Više od dvije trećine tog novca, prema podacima kojima raspolažu naši/e sagovornici/e iz marketinških agencija, u medije se uloži preko marketinških agencija, a ostatak direktnim pregovorima medija i javnih i/ili privatnih kompanija. Ono što je primjetno je da se medijski prostor Bosne i Hercegovine prodaje i klijentima izvan BiH kroz takozvane "joint advertising pakete" u kojima marketinške agencije iz regiona kao ciljno tržište klijentima nude i prostor BiH u kojem su dostupni regionalni mediji. Nadalje, marketinške agencije nerijetko su i vlasnici/e nekih medija, u kojima ne samo da direktno promoviraju svoje klijente nego i putem tih medija značajno utječu na cijene oglasnog prostora (takozvana "damping cijena"). Izuzetak su, kako se navodi i u *Izveštaju o procjeni medijskog tržišta*, velike banke koje su, također, značajni oglašivači i koje investiraju značajna sredstva u najrazličitije tipove medija, fokusirajući se uglavnom na one s najboljim rejtinzima (čitanosti, slušanosti, gledanosti).

No, i s mjerenjem čitanosti, gledanosti i slušanosti postoje značajni problemi. Jedan od naših sagovornika to opisuje na sljedeći način:

"Istraživanja gledanosti i tiraža medija ne reflektiraju stvarno stanje. Svaka strana vuče sebi, tako da u jednom trenutku desi se da su svi najgledaniji i najčitaniji."

Drugi sagovornik dodaje:

"Tiraži i gledanosti ne reflektuju stvarno stanje. To je veoma upitno. Npr. OBN-u su na osnovu tužbe isključena tri predajnika zbog ogromnog duga, što je pokrivalo oko milion gledatelja. Sutradan su opet bili najgledaniji iako su izgubili potencijalnih milion gledatelja. Tiraž također koriste da bi privukli medije, a oni su mnogo manji. I oni koji imaju velike tiraže imaju ogromne remitende o kojima čute."

I ranija istraživanja pokazala su da tiraži novina padaju, te se stoga brojni printani mediji okreću web platformama kao alternativni ili dopuni svojih aktivnosti. "Iako se tiraž u većini medija krije, a ta netransparentnost pravda poslovnom tajnom, nezvanični pokazatelji kažu kako je u odnosu na period prije pet godina

³⁷ Vid. više u: Ibid.

tiraž prepolovljen, a što se uglavnom objašnjava rastućom ulogom *online* medija, odnosno web portala. Zanimljivo je također da je etnička podijeljenost medijskog i javnog prostora najevidentnija upravo u printanim medijima: najtiražnije dnevne novine iz RS u Federaciji prodaju 5% svog tiraža, i to uglavnom u Sarajevu, dok najtiražnije dnevne novine iz Federacije BiH u RS prodaju 8% tiraža, uglavnom povratničkoj populaciji.” (Turčilo, 2017: 37) I naši/e sagovornici/e smatraju kako su tiraži printanih izdanja “napuhani”: “Što se tiče tiraža štampanih medija pouzdano znam da tiraži koji se iznose u javnost i prema komitentima nisu tačni i da su prenapuhani. Tiraži iz godine u godinu padaju i taj trend se nastavlja.”

No, najproblematičniji aspekt su, svakako, mjerenja gledanosti TV stanica, koje jedna od sagovornica opisuje na sljedeći način:

“Istraživanje gledanosti je kontroverzno pitanje u BiH budući da je jedini ovlašteni mjeritelj Audience Measurement dokazano davao povoljnije uslove određenim kompanijama, pa ih svi akteri u oblasti emitovanja ne smatraju relevantnima. Što se tiče podataka o tiražu medija, koliko mi je poznato, ne prikupljaju se na sistematičan način i ne postoji relevantno tijelo koje bi moglo da utvrdi te podatke, pa se informacije o tiražu svode na one koje, na upit, daju izdavači novina. Budući da ne postoje relevantni sistemi mjerenja gledanosti/čitanosti/slušnosti, marketinške agencije i oglašivači mogu da upravljaju medijima na način da 'slobodnom procjenom' odluče u kojem mediju da se reklamiraju a u kojem ne, pa tako medije stavljaju u podređen položaj.”

Prvi problem s mjerenjem gledanosti putem Audience Measurementa odnosi se na njegovo vlasništvo, koje se dovodi u vezu s nekim od komercijalnih medija u BiH,³⁸ dok se druge zamjerke na mjerenje gledanosti putem takozvanih *peoplemetara* odnose na mogućnost manipulacije njima. Čak i prije Audience Measurementa, dok su mjerenja gledanosti vršena preko Mareco Index Bosnia, postojale su zamjerke na način prikupljanja podataka. “Mareco Index Bosnia prestao je pružati ove usluge 2014, no podnio je žalbu Konkurencijskom vijeću BiH protiv Audience Measurement-a”.³⁹ Neke od marketinških agencija, kao i samih medija, odnosno komercijalnih televizijskih stanica, koriste podatke o gledanosti kablovskih operatera i IPTV providera i smatraju ih pouzdanijim.

38 Vid. više u: <http://mediaobservatory.net/radar/flash-report-5-bosnia-and-herzegovina>

39 Prema: Brunwasser, M., Marko, D., Turčilo, L. (2016). *Assesment of the Media Sector in Bosnia-Herzegovina*. Dostupno na: <https://dec.usaid.gov/dec/content/Detail.aspx?ctID=ODVhZjk4NWQtM2YyMi00YjRmLTkxNjktZTcxMjM2NDNmY2Uy&rID=Mzc5NDM3>

Oglašivačka industrija i ekonomski pritisci na medije značajno utječu na pojavu cenzure i autocenzure, sa čim su saglasni i naši/e sagovornici/e:

"Veliki oglašivači u osiromašenom medijskom okruženju imaju poziciju u kojoj mogu da utiču na autocenzuru (o cenzuri se ne govori često jer za takvo nešto 'nema potrebe') na način da mediji u kojima se oglašavaju zaobići će da ih kritički posmatraju da bi sačuvali ugovor o oglašavanju."

"Marketinške agencije poprilično utječu u kreiranju medijske agende i uslovljavaju medije velikim popustima a između sebe su podijelili klijente i jedni drugima ne ulaze u prostor. Mediji često nemaju drugog izlaza da dođu do velikog oglašivača osim preko agencije. Oglašivačka industrija utječe u cijelom svijetu na cenzuru i autocezur, kod nas je samo izraženija jer je manje tržište i oglašivači mnogo manje novca izdvajaju."

Drugi značajan problem uzrokovan spregom netransparentnog medijskog vlasništva, političkih elita i tokova novca kroz oglašavanje u medijima je pojava klijentelizma u medijima. Jedan od sagovornika tako navodi:

"Tokovi novca između javnog sektora i medija (uključujući oglašavanje i komercijalne ugovore), nažalost, ne evidentiraju se na ispravan način čime je otvoren veliki prostor za 'nevidljive' klijentelističke prakse i neopravdan finansijski uticaj javnog sektora na medije. Istovremeno ne postoje stvarne barijere klijentelizmu pri dodjeli bespovratnih sredstava medijima. Kriteriji dodjele pomoći medijima moraju biti temeljeni na univerzalnim načelima, a sistem pravne zaštite potencijalnih korisnika pomoći iz javnih izvora mora biti popraćen jakim mehanizmima odgovornosti i omogućiti pravo na žalbu svim zainteresiranim stranama."

Drugi sagovornik dodaje:

"Oglašivači značajno utiču na cenzuru i autocenzuru, jer se o velikim sponzorima, odnosno 'velikim klijentima' obično ne piše. Ponekad se jednostavno 'zažmiri' ili se tema vezana za takve ne obrađuje, pusti se da prođe. Klijenti najčešće zamole da se to ne tretira, ali postoje i situacije kad se jednostavno ne talasa da se saradnja ne bi ugrozila. To nije uvijek pravilo."

Jedan od primjera filtriranja informacija pod utjecajem oglašivačke industrije je i način na koji pojedini mediji prenose tekstove Centra za istraživačko novinarstvo, u kojima se otkrivaju afere i koruptivna djelovanja. Prilikom nedavnog objavljivanja jednog takvog teksta CIN-a ("Alhemija sa biodizelom": <https://www.cin.ba/alhemija-sa-biodizelom/>), neki od medija koji su prenijeli navedeni tekst izostavili su u njemu imena velikih naftnih kompanija koje su njihovi oglašivači. Bilo da ovakav pristup nazovemo autocenzurom ili, kako to mediji vole reći, "neugrožavanjem saradnje s klijentima", on je nesumnjivo na štetu građana/ki i javnog interesa,

jer im onemogućava dobivanje cjelovite i objektivne informacije. Neki od naših sagovornika/ca ovakve medijske pristupe komentiraju na sljedeći način:

"Kako je većina medija postavljena tako da vlasnik, njegova obitelj i par 'ljubimaca' mogu živjeti dobro od svog posla, a ostali životare, tako je došlo i do situacije da mediji igraju ne samo onako kako agencije sviraju, nego i velike kompanije, direktni oglašivači... Veći je problem što smo u situaciji kada imamo medije bez svog mišljenja. Tako će biti sve dok mediji ne dogovore pravila igre i zdravu konkurenciju."

No, da nije riječ uvijek i samo o pritiscima koje na medije vrše političke elite i ekonomski moćnici, pokazuje i trend instrumentalizacije privatnih medija u svrhu ostvarenja političkog i/ili ekonomskog utjecaja. Neki medijski vlasnici/e nerijetko koriste medije kao sredstvo utjecaja i pregovaranja s elitama i za intervencije u političkoj sferi (što je u mnogim slučajevima glavni cilj medijskog vlasništva). "Na medijskoj sceni u Bosni i Hercegovini već se ustalio termin <medijskog reketiranja> koji podrazumijeva pritisak privatnih medija na određene elemente sistema u svrhu ostvarivanja određenih partikularnih interesa vlasnika medija, u zamjenu za <kupovinu šutnje> odnosno nekritikovanje vlasti. Ovaj je pritisak latentan i teško dokaziv, ali se, posredno, može primijetiti i u vezi između afirmativnog pisanja o određenim kompanijama, naprimjer, koje su istovremeno i veliki oglašivači u određenom mediju." (Turčilo, 2017: 38)

Činjenica je da je industrija oglašavanja značajan akter medijske scene u BiH. No, treba napomenuti i da je, u odnosu na veličinu marketinškog "kolača", broj medija u Bosni i Hercegovini i dalje izuzetno veliki, što daje argumente za tvrdnju da određeni broj medija ne funkcionira u skladu s racionalnim biznis modelima. Mnogi mediji su se u posljednjih nekoliko godina okrenuli političkim elitama od kojih dobivaju finansijsku podršku u zamjenu za direktno promoviranje njihovih interesa, čemu svjedoče istraživanja o načinu praćenja izbornih kampanja u medijima u BiH. Politika, ekonomija i medijsko vlasništvo tako, nesumnjivo, tvore trijadu učinaka i utjecaja na medije, koji su na štetu građana/ki i javnog interesa i značajno sužavaju javni, odnosno medijski prostor za alternativne glasove.

Neke od preporuka naših sagovornika/ca kako promijeniti ovakvo stanje su:

- Prijeko je potrebno usvajanje zakona o transparentnosti vlasništva i zakona o oglašivačkoj industriji.
- Neophodna je uspostava Registra medija sa svim relevantnim pokazateljima vezanim za medije (vlasništvo, impressum itd.).
- Nužno je transparentnije i kvalitetnije kontrolirano mjerenje gledanosti medija, kako bi se obezbijedila pouzdanost podataka ove vrste.
- Transparentnije i na fer osnovama dodjeljivanje sredstava iz javnih fondova mora biti garantirano putem zakonske regulative i eventualne uspostave određenog tijela koje bi ga nadgledalo na nivou države.
- Odvajanje informativnih od reklamnih i promotivnih sadržaja i jasno označavanje promotivnih sadržaja u medijima ključni je preduvjet da građani/ke budu upućeni/e u to koji su sadržaji sponzorirani, a koji ne.
- Bolja saradnja i solidarnost među medijima i novinarima/kama mogla bi doprinijeti sistematičnijem odupiranju ekonomskim pritiscima i kvalitetnijim pregovorima s oglašivačima.

Socioekonomski položaj novinara/ki

Novinarke i novinari iz Bosne i Hercegovine obavljaju svoj posao u veoma lošim uvjetima, a novinarstvo je danas u BiH jedna od, kako navode učesnici/e u intervjuima, najobespravljenijih, najpotcijenjenijih i najpotplaćenijih profesija. Prema podacima s portala Plata.ba (<http://www.plata.ba>), prosječna plata novinara/ke u BiH je 906 konvertibilnih maraka, a prosječna plata glavnog urednika/ce je 1377 KM.

Prema istraživanju⁴⁰ koje je provelo Udruženje BH novinari, a koje je objavljeno u prvoj polovini 2017. godine, između 35 i 40% novinara/ki rade neprijavljeni/e, visina plate u lokalnim medijima iznosi od 200 do 500 eura, dok je na javnim servisima prosjek plate oko 700 eura. U istraživanju je navedeno da je 74% novinara/ki navelo da se njihova ekonomska pozicija veoma pogoršala u posljednje dvije do tri godine.

Sagovornice i sagovornici navode brojne probleme s kojima se svakodnevno suočavaju novinarke i novinari:

- novinari/ke su demotivirani jer nemaju podršku javnosti;
- u medijima vlada opće siromaštvo, novinari/ke nemaju vremena ni novca za dodatnu edukaciju;
- novinari/ke su prisiljeni/e da rade veliki broj priča svakodnevno, potplaćeni/e su i nemaju vremena da priče urade kvalitetno;
- vlasnici/e imaju komercijalne interese i interesira ih isključivo profit;
- veliki broj novinara/ki ili radi na crno ili su prijavljeni/e na minimalnu plaću;
- urednici/e imaju znatno veću plaću od novinara/ki;
- novinari/ke su razjedinjeni/e, što se odražava i na položaj novinara/ki i na degradiranje profesije;
- znatan dio novinara/ki je podijeljen po ideološkoj liniji;
- zbog političkih i ekonomskih utjecaja, veliki broj novinara/ki pristaje na cenzuru i autocenzuru iz straha da će izgubiti posao ili trpjeti novčane sankcije;
- novinari/ke su pravno nezaštićeni/e.

"U društvu koje je siromašno, ne možemo očekivati od medija da budu drugačiji od sistema. Dakle, ako je društvo siromašno ne možemo očekivati od medija da budu bolji, da novinarstvo bude ekstra profesionalno", navodi nekadašnji novinar i profesor na Katedri za novinarstvo iz Banja Luke. Novinarka iz Banja Luke ističe da je novinarstvo jedna od najpotcijenjenijih profesija za koju se traži obrazovanje, te da se mediji ne bave javnim interesom, već prodaju robu za koju imaju masovno tržište.

Osim što je prosječna plata novinara/ke u BiH veoma niska i što ih je većina prijavljena na minimalnu plaću ili rade na crno, novinar bosanskohercegovačkog portala, koji se finansira uz pomoć grantova međunarodnih donatora, navodi i da novinari/ke nisu zaštićeni/e i da najčešće dobivaju otkaze, te da im se doprinosi ne uplaćuju mjesecima, pa čak i godinama.

U takvoj konstelaciji odnosa, veoma često se dešava da je jaz između novinara/ki i urednika/ca, a posebno vlasnika/ca medija ogroman, te dolazi do pojave koju su sagovornici/e okarakterizirali/e kao pojavu bogatih urednika/ca i siromašnih novinara/ki.

"U većini medija ne postoji kolektivni ugovor koji je ključan za kvalitetnu pravnu zaštitu novinara. Postoje i velike razlike u primanjima u pojedinim medijima, privatnim i javnim, gdje urednici imaju znatno veće plate od novinara, pogotovo dopisnika", zaključuje novinar iz Sarajeva i dodaje da su vlasnici/e medija u BiH nerijetko i vlasnici/e kompanija iz drugih oblasti i njihovo bogatstvo se može mjeriti milionima konvertibilnih maraka, dok su novinarske plate skromne i zadovoljavaju samo osnovne potrebe. "Uzroka je više, prije svega klijentelizam u medijima – bliski poslovni odnosi vlasnika medija i političkih elita, netransparentno finansiranje medija, netransparentnost vlasništva u medijima, nepostojanje kvalitetne radno-pravne zaštite novinara, siromašno marketinško tržište, razjedinjenost novinara, nepostojanje medijskih sindikata itd."

Da novinari/ke u većini slučajeva nisu radno-pravno zaštićeni, odnosno da ponekad formalno jesu, ali u praksi ne, navodi i novinarka koja je zaposlena na jednom od web portala.

"Možemo reći da imamo bogate vlasnike medija. Urednici jesu daleko plaćeniji od novinara, ali ne u tolikoj mjeri da se može govoriti o luksuznom, bogataškom životu, iako su često desna ruka vlasnika medija kojima se diriguje iz centara političkih moći za šta su obično bogato nagrađeni. Naravno, to se ne odnosi na sve medije", navodi ova novinarka.

Kao jedan od problema, sagovornici/e naglašavaju i zapošljavanje nekompetentne i neobrazovane radne snage u medije, jer značajan dio medija ne traži profesionalce, već jeftinu radnu snagu koja neće raditi na kvalitetnim istraživačkim pričama, nego je primaran kvantitet objavljenog sadržaja u mediju.

"Danas novinar može da bude svako. To samo po sebi nije loše. Svako ima pravo da se izražava. No, problem je što mediji koji hoće da što brže dođu do novca, bukvalno kupe takve ljude, ljude bez iskustva i znanja, ljude bez naobrazbe iz novinarstva, i onda ti ljudi ne mogu da traže više od profesije, jer je ad hoc novinar. Novinar koji nije novinar zapravo ne može ni tražiti bolje uslove rada", navodi profesor novinarstva iz Banja Luke.

Sličnog mišljenja je i novinar *freelancer* koji navodi da je identična situacija i kada su u pitanju urednici/e medija.

"Najčešće kupljeni mediji od kojekakvih tajkuna dobijaju urednike koji nisu ni prošli pored žurnalistike ili kog drugog fakulteta i koji, shodno svom znanju i iskustvu, novinara tretiraju kao roba i potrošnu robu u isto vrijeme."

Novinarski rad i trud često nije prepoznat i vrednovan od uredništva, te urednici/e između kvaliteta priloga ili priče biraju lojalnost određenim političkim centrima moći, ukoliko je nekog/neku od dužnosnika/ca bliskom mediju novinar/ka kritikovao/la.

"Ja znam novinare koji mi kažu 'radio sam cijeli dan, napravio prilog, a onda je neko da to ne treba biti emitovano. Tako novinari gube vjeru u profesiju, u medije, u sve'", ističe jedan od intervjuiranih sagovornika. On dodaje i da se većina vlasnika/ca medija vodi logikom, ako novinar/ka neće da radi neku priču, oni će naći nekoga ko hoće. "Vlasnici, dakle, misle da im novinari koji su kvalitetni uopšte ne trebaju, trebaju im oni koji ne koštaju puno."

S druge strane, tvrde naši/e sagovornici/e, ne treba zanemariti ni novinare/ke koji/e su lojalni/e određenim političkim i ekonomskim centrima moći ili slijepo slijede vlasničku agendu u kojoj im je jasno dato do znanja o kojim temama ne smiju izvještavati ili koje će političke opcije u svom radu forsirati.

"Ne smijemo zaboraviti niti pojavu državnih, entitetskih ili partijskih novinara, ljudi koji sa ovim pozivom nemaju veze i koji su zapravo portparoli zaposleni na mjestu novinara", navodi novinar freelancer.

Novinarka iz Sarajeva smatra da su pojedini/e novinari/ke veoma bliski/e vlasničkim i uredničkim strukturama, što im osigurava bolju poziciju u mediju.

"U medijima koji zastupaju interese određenih politika, stranke, u kojima se vlasnik često obračunava sa svojim neistomišljenicima ili 'neprijateljima', urednici posjeduju druge 'kompetencije' – ponajviše poslušnost i nedostatak profesionalne i svake druge etike."

Izbjegavanjem nepoželjnih tema, koje se smatraju dijelom uređivačke politike, novinari/ke pribjegavaju autocenzuri da bi sačuvali/e posao i da ne bi trpili/e mobing i sankcije. Novinari/ke su dovedeni/e u nezahvalnu poziciju, moraju birati između etike i profesionalnosti, s jedne strane, i egzistencije, s druge.

Krivicu za ovakvu situaciju snose i mediji koji u tržišnoj utakmici i borbi za veću čitanost i gledanost pred novinare/ke stavljaju zadatke ispod svakog profesionalnog nivoa, naglašava jedna od intervjuiranih novinarki, ali i sami/e novinari/ke zbog

svoje neorganiziranosti i nedjelovanja. Jedan od intervjuiranih, također, navodi da i novinari/ke snose dio odgovornosti za situaciju u medijima.

"Moj prvi posao u mediju me naučio, a to je meni bilo poražavajuće, da mlađi novinari pristaju na autocenzuru. U suštini, ja mogu razumjeti novinara koji ima porodicu, kredit, pa ne može sebi priuštiti da kaže uredniku 'ja ovo neću da radim ovako'. Ali, ima puno novinara koji nemaju tako tešku poziciju, ali svejedno ne žele nikom da se zamjeraju. Politika nezamjeranja uzrokuje autocenzuru. Novinari često kažu da ne žele da se zamjeraju urednicima i vlasnicima, jer se za svako 'Ne' završi na ulici. To, ipak, nije tako. Nije sasvim tačno da ako ja odbijem da se potpišem na neki prilog, koji je neetičan, da sam odmah na ulici."

Novinar *freelancer* navodi da je na svakom/svakoju pojedincu/ki da brani čast i ugled profesije, te da smatra da je *freelancing* najteži i najpošteniji put.

"Imate ljude u zaista nezavidnoj poziciji, koji se bore za istinu, i konformiste kojima ista ne znači."

O solidarnosti među novinarima/kama u BiH, mišljenja sagovornica i sagovornika su podijeljena. Neki od sagovornika/ca navode da je ta solidarnost uvjetovana različitim interesima, odnosno da je prisutna ukoliko nije narušen interes vlasnika/ca medija, dok dio sagovornika/ca tvrdi/e da je solidarnost među novinarima/kama prisutna i da novinari/ke, ipak, pomažu jedni drugima.

"Kod nas se solidarnost svodi na tapšanje po ramenu i verbalnu podršku. To je dobro, ali to ne rješava problem", ističe jedan sagovornik, dok novinarka koja se bavi istraživačkim pričama navodi drugačije: *"Novinarska solidarnost je jedan od najvećih prednosti profesije. Novinari pomažu jedni drugima, često postoji preporuka za honorarne poslove ukoliko se zna da je neki novinar u teškoj situaciji, prikupljaju se sredstva za njega; ukoliko su ugrožena njegova prava, druge kolege o tome pišu/prave priloge itd."*

S obzirom na sve učestalije verbalne napade na novinare/ke i uskraćivanje prava na profesionalno obavljanje posla (udaljavanje s press konferencija, uskraćivanje davanja informacija i izjava itd.), primjećujemo reakcije i osude u javnosti, međutim, sve se završava upravo na tome.

Većina sagovornika/ca navodi da su udruženja za zaštitu novinara, bez obzira na ograničene mogućnosti, jedini vid bilo kakve organizirane podrške novinarima/kama.

"Kakva god da su, udruženja su jedini organizovani borci za prava i novinara i pojedinca i esnafa", navodi jedan od novinara. Međutim, osim osuda verbalnih ili fizičkih napada, ova udruženja su nemoćna da iniciraju bilo

kakvu suštinsku promjenu. *"Udruženja za zaštitu novinara rade na zaštiti prava novinara, ali nemaju uticaj. U većini slučajeva staju na stranu novinara kada je izložen pritiscima, kada su njegova prava ugrožena, ali to se obično završava na saopćenjima i osudama koja ne dopiru do onih koji imaju uticaj, ne zato što to ne čuju ili nisu pročitali nego zato što to ignorišu."*

Kao neke od preporuka koje djelomično mogu promijeniti trenutačno stanje, naši/e sagovornici/e navode:

- obezbijediti transparentnost vlasništva i jasno profilirati uređivačku politiku;
- insistirati na važnosti edukacije i samoedukacije novinara/ki;
- insistirati na razvoju i uvođenju medijske pismenosti u obrazovni sistem, jer se do sada pokazalo da javnost, iako skromno medijski pismena, ipak prepoznaje neke dobre priče;
- svaki/a novinar/ka mora imati 'ličnu uređivačku politiku', odnosno svoj etički kod ili vrijednosni kod;
- da bi se popravio socioekonomski položaj novinara/ki, koji je veoma nepovoljan, neophodna je uspostava medijskih sindikata koji će se istinski boriti za pravnu zaštitu novinara/ki.

Uspostavljanje medijskih sindikata bilo bi veoma značajno sredstvo u borbi za prava novinarki i novinara. Međutim, i tu ostaju otvorene brojne dileme, s obzirom da je dosadašnja praksa pokazala da je veliki dio sindikalnih vođa u sprezi s političkim moćnicima i da su dobri odnosi s moćnim pojedincima/kama i grupama često stavljeni ispred interesa radnica i radnika.

Uprkos trenutačnoj situaciji, sagovornici/e navode da u bh. medijima ipak ima prostora za istraživačke priče te da je tzv. politika nezamjeranja dovela do iščezavanja ove vrste novinarstva iz BiH, kao i da bi i novinari/ke, ako bi bili solidarniji/e i ujedinjeniji/e, mogli/e značajno utjecati na stanje svoje profesije. Također, kada se govori o formiranju i neophodnosti medijskog sindikata, veoma je važno da ova organizacija bude jedinstvena na prostoru cijele BiH, a ne podijeljena po entitetskim linijama, jer novinari/ke iz cijele države imaju identične probleme.

Javni servis u BiH

Javni servis u Bosni i Hercegovini mogao bi i trebao biti jedan od ključnih kanala putem kojih se pruža prilika gledateljima/cama/ i slušaateljima/cama da dobiju fer, izbalansirane i objektivne informacije iz raznorodnih izvora i s različitim uklonima. Upravo bi javni servis trebao biti onaj dio javnog prostora koji garantuje pluralizam mišljenja i poštovanje različitosti. No, bosanskohercegovački sistem javnog emitiranja suštinski je refleksija nefunkcionalne države, podijeljenog društva i izrazito kompliciranog pristupa javnom dobru.

Kako je već rečeno, formiranje JRTV BiH počelo je 1999. godine. U 2002. godini, tadašnji Visoki predstavnik Wolfgang Petrich je nametnuo Zakon o osnovama Javnog radio-televizijskog sistema i servisa, čime su uspostavljena tri javna emitera.⁴¹

Iako je uspostavljen kao svojevrsna kopija britanskog BBC-ja (na početku njegova razvoja upravo su predstavnici BBC-ja bili edukatori bh. novinara na javnom servisu), javni sistem je, ipak, načinio kompromis u organizacijskom smislu i uspostavljen je kao trodijelni sistem, sačinjen od emitera na državnom nivou (BHT1 i BHRadio 1), emitera na entitetskom nivou (RTRS i Radio RS i FTV i Radio Federacije BiH), uz predviđenu uspostavu Korporacije javnih RTV servisa, koja nikada nije zaživjela, a trebala je.

Od samog nastanka, tri javna emitera djelovala su kao konkurentne, a ne komplementarne kuće. Reflektiralo se to direktno na kvalitet sadržaja programa (pa se, recimo, FTV profilirala gotovo kao komercijalna stanica, sa low-cost sadržajima poput Shopping kraljice, jeftinog reality programa iz Hrvatske, sapunicama itd., što nije uloga javnog servisa, ali je u finansijskom smislu omogućilo da ova TV kuća opstane i ima značajno bolji finansijski status od BHT), zatim na korištenje resursa (pa se nerijetko isti sadržaji, sportski, na primjer, emitiraju na sva tri kanala, ali s tri različita komentatora), te na međusobne odnose u finansijskom smislu među emiterima (raspodjela prihoda od RTV takse po sistemu 50% za BHRT i po 25% za entitetske emitere nikad nije zaživjela). Neuspostavljanje Korporacije omelo je i u značajnoj mjeri usporilo proces digitalizacije, koji u Bosni i Hercegovini još uvijek nije završen.

Kad je riječ o finansiranju javnog servisa, prikupljanje RTV takse postalo je značajno tehničko, ali i političko pitanje, koje je u direktnoj vezi s političkom ovisnošću javnih emitera. Naime, RTRS se u sistemu javnog emitiranja od samog početka profilirao kao zaseban medij, sa zasebnom infrastrukturom u Banjoj Luci, koji sredstva od naplate RTV takse smatra vlastitim prihodima. Politička pristrasnost i ovisnost RTRS o vlasti u RS-u navodi se kao problem u gotovo svim dosadašnjim istraživanjima i

41 Prema: Babić, D. (2009), "Kroz barikade preko javne televizije", 29. 10., objavljeno na: www.pulsdemokratije.com; Babić, D. (2013), "Saga o hrvatskom kanalu – nepotreban kamen smutnje", 13. 3., objavljeno na: www.media.ba, dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/saga-o-hrvatskom-kanalu-nepotreban-kamen-smutnje>

monitorinzima medija.⁴² S druge strane, određeni politički predstavnici/e hrvatskog naroda u institucijama vlasti, nezadovoljni/e nepostojanjem kanala na hrvatskom jeziku, direktno su pozivali/e na bojkot plaćanja RTV takse, što je naišlo na dobar odziv kod dijela građana/ki u zapadnom dijelu Hercegovine, u kojem se bilježi najniži procenat naplate RTV takse. Neprikupljanje takse najviše se odrazilo na BHRT, koji je gotovo pred gašenjem i u potpunom finansijskom kolapsu. Politička ovisnost entitetskih emitera, finansijska dubioza državnog emitera, neuspostava Korporacije, nejasna vizija i strategija razvoja sistema javnog emitiranja u BiH, izostanak podrške građana/ki, odnosno javnosti, javnom sistemu, tehnološki zastario i u pogledu ljudskih resursa prekobrojan sistem – sve su to odrednice sistema javnog emitiranja u BiH danas.

Možemo, dakle, reći da je sistem javnog emitiranja u BiH u velikoj krizi, za koju su direktno odgovorni/e politički predstavnici/e, odnosno predstavnici/e vlasti. No, ne treba zanemariti ni ulogu dosadašnjih menadžmenta u generiranju te krize, budući da problemi s javnim sistemom traju već godinama i nijedna vlast, kao ni menadžment, nisu pokazali dovoljno interesa, volje i želje da probleme rješavaju na adekvatan način. Opstanak javnog servisa više je političko, nego li strateško i *policy* pitanje. Zaključak je to i konferencije za spas javnog servisa nedavno održane u Sarajevu. Na navedenoj konferenciji⁴³ doneseni su određeni zaključci i preporuke, koji bi trebali da doprinesu rješenju problema javnog emitiranja u BiH.

Učesnici/e su se saglasili/e kako je “profesionalan, nezavistan i vjerodostojan javni servis neophodan za demokraciju i procese izgradnje nacionalnog identiteta i socijalne kohezije. Također, on je protivotrov širenju dezinformacija i propagande koji su stvorili uvjete za rat u 90-im godinama prošlog stoljeća.”⁴⁴ U zaključcima konferencije navodi se kako međunarodna zajednica konstantno upozorava da je “potpuno neprihvatljivo dopuštanje kolapsa javnog servisa. Neuspjeh u rješavanju krize javnog servisa dovest će do zatvaranja BHRT-a što će narušiti imidž BiH na međunarodnoj sceni, predstavljajući je kao zemlju koja ne uspijeva u demokratiji i ozbiljno će ugroziti pregovore BiH sa Evropskom unijom i, ne manje bitno, što bi moglo dovesti do isključenja BHRT-a iz članstva EBU-a. Gubitak važnog aktera za demokratizaciju društva ozbiljno će ugroziti procese konsolidacije u državi i medijski pluralizam, te će doprinijeti dubljim podjelama po etničkim linijama. Nadalje, omogućit će veći uticaj lokalnih političara na javni medijski servis. Otvorit će vrata za promociju uskih političkih interesa i ekstremnih agendi, te može dovesti do propagande, širenja govora mržnje, netolerancije i čak poticanja na

42 Monitoring BH novinara u periodu izborne kampanje, te brojne druge analize, navode političku ovisnost RTRS-a kao jedan od ključnih problema medijske scene u RS-u. I FTV-u se, također, spočitava neprofesionalan pristup prema predstavnicima vlasti iz Federacije (poznat je slučaj video snimka na kojem predsjednik SDP-a i tadašnji ministar Zlatko Lagumdžija novinaru-uredniku FTV-a na uho govori šta će objaviti u informativnom programu).

43 Više o konferenciji na: <http://www.bhrt.ba/vijesti/bih/sarajevo-zavrsava-konferencija-nacionalni-javni-rtv-servis-bih/>

44 Ibid.

nasilje”. Učesnici/e smatraju da je “odgovorno i proaktivno političko rukovodstvo (je) neophodno da bi bili riješeni strukturalni problemi za funkcioniranje javnog servisa i stvoreni finansijski uvjeti za samoodrživ i politički nezavistan Sistem javnog emitiranja u BiH”, te navode da “postoji potpuno razumijevanje svih relevantnih strana, uključujući političare, da javni servis na nivou države mora biti sačuvan i da hitno moraju biti preduzete mjere u tom pravcu.”⁴⁵ Hitne mjere koje se predlažu su:

Hitne mjere koje treba preduzeti Parlamentarna skupština BiH:

- Usvojiti amandmane na zakone o javnom emitiranju koji će osigurati stabilno i adekvatno finansiranje javnih servisa, stvoriti zajedničku službu sva tri javna emitera za prikupljanje RTV takse, osigurati prikupljanje RTV takse preko računa za električnu energiju.
- Tražiti od Vijeća ministara da po hitnom postupku izdvoji finansijsku pomoć kako bi bila pokrivena dugovanja BHRT-a.

Hitne mjere koje treba preduzeti Parlament Federacije BiH:

- Usvojiti amandmane na Zakon o izvršnom postupku FBiH kako bi bila osigurana naplata RTV takse.

Hitne mjere koje treba preduzeti Vijeće ministara BiH:

- Izdvojiti hitnu finansijsku pomoć BHRT-u, kako bi nastavio sa emitiranjem. Međunarodni donatori, banke i agencije za razvoj koje mogu pomoći u prevazilaženju problema dugovanja također trebaju da budu uključeni. Vijeće ministara trebalo bi da bude garant otplatnom planu BHRT-a prema EBU i time bi bile okončane sankcije EBU pod kojima je BHRT, što bi BHRT-u ponovo omogućilo korištenje EBU usluga.

Dugoročne mjere koje se predlažu su:

- Otvoren dijalog svih zainteresiranih strana, posebno treba uključiti u ovaj proces i javnost.
- Zakoni moraju biti harmonizirani i obavezivati sve aktere da u potpunosti poštuju vladavinu zakona i da te zakone provedu. Zakon na nivou države ne smije biti derogiran na niži nivo, na nivo entiteta. Odgovarajući sistem sankcija trebalo bi da osigura primjenu zakona.
- Vijeće ministara treba usvojiti program reforme Javnog radiotelevizijskog sistema BiH.
- Vijeće ministara treba uspostaviti “Task force” za provedbu tih reformi i Radnu grupu za pripremu amandmana i harmoniziranje zakona o javnim servisima zajedno sa predstavnicima međunarodne zajednice.

45 Ibid.

- Civilno društvo trebalo bi da nastavi da mobilizira građane i vrši pritisak na bh. vlasti kako bi bilo osigurano adekvatno finansiranje i atmosfera za normalan rad javnog servisa. Ukoliko država ne preduzeme gore opisane mjere, civilno društvo će pokrenuti predmet pred Evropskim sudom za ljudska prava zbog kršenja člana 10 Evropske konvencije za ljudska prava.
- Javni RTV servisi trebaju preduzeti neophodne reforme da osiguraju nezavisnost, da optimiziraju resurse, da izgrade efikasan i profesionalan sistem organiziran za digitalnu produkciju, upotrebu različitih platformi i socijalnih medija, koji služe interesima javnosti i svim narodima i grupama društva, čime osiguravaju transparentnost i odgovaraju građanima.
- Sva tri javna servisa trebaju nastaviti dijalog i stvoriti zajedničkog mrežnog operatera.
- Međunarodna zajednica je spremna da posreduje u dijalogu o javnim servisima svih zainteresiranih strana i pruži odgovarajuću ekspertizu, potrebna iskustva i najbolje prakse.
- Evropski parlament će nastaviti odlučno zahtijevati od države BiH da osigura finansiranje za javni servis i odgovarajući zakonodavni i institucionalni okvir za javni servis i nastaviti će diskutirati o javnom servisu Bosne i Hercegovine sa Evropskom komisijom.
- Međunarodna zajednica će predložiti Evropskoj komisiji da uključi posebno poglavlje o medijima, s posebnim osvrtom na javne servise u BiH, koji će ojačati mehanizme za primjenu evropskih standarda u ovoj važnoj oblasti za demokratizaciju i konsolidaciju društvenih procesa.
- Evropska komisija i Evropski parlament će nastaviti pratiti razvoj u oblasti javnog emitiranja i poštivanja vladavine prava.
- EBU će ponuditi “peer to peer” s namjerom da pomogne kompletnoj reorganizaciji i reformi RTV servisa u skladu sa novim izazovima, zahtjevima i razvojem tehnologija.⁴⁶

Naši/e sagovornici/ce navode kako je nefunkcionalnost javnog servisa dijelom posljedica i lošeg pristupa međunarodne zajednice ovom pitanju, od samog početka uspostave i razvoja sistema:

"Međunarodna zajednica nije bila dosljedna. Prvo je ogroman novac uložila u tzv. nezavisne lokalne radio i TV stanice, a onda im okrenula leđa. Pa je uložila milione dolara u TV OBN i Radio Fern, pa im okrenula leđa i pustila da propadnu. Pa su onda odlučili da stvaraju javni RTV servis. Uz strašne pritiske su stvorili zakonski okvir za javni RTV sistem, postavili svoje ljude (političke favorite) u Upravne odbore, pa mu okrenuli leđa. To je osjetila zvanična politika i na državnom i na entiteskim nivoima

46 Dostupno na: <http://www.bhrt.ba/vijesti/bih/preporuke-sa-konferencije-o-nacionalnom-javnom-servisu-bih/>

koja želi da ostvari svoje ciljeve – i medijske i političke. Rezultat toga je gotovo neminovna propast, prije svega javnog državnog RTV emitera”, navodi jedan od analitičara, dodajući da, pored međunarodne zajednice, domaća politika ima najveću ulogu u propadanju javnog servisa: “Grob su mu prije svega iskopali domaći političari ili bolje rečeno zvanične politike, ali je odgovornost i na međunarodnoj zajednici kao i menadžmentima (uključujući i Upravne odbore) i u manjoj mjeri urednicima. Te unutrašnje strukture u javnim emiterima su samoživo vladale i programski i finansijski i nisu imali sluha za zahtjeve sa terena.”

Kao jednu od zamjerki Javnom RTV servisu, nekoliko sagovornika/ca ističe nedostatak programa namijenjenih manjinskim zajednicama.

“Svaki javni servis mora imati program za manjinske zajednice. Mi nemamo nijedan, možda nekoliko minuta. Potreban je redovan program, emisije kakve su nekada postojale – emisije na romskom, rusinskom, zajedničke emisije itd. To se može promijeniti uredničkom odlukom, to je nepoštivanje Zakona. RAK tu treba biti rigorozan, i itekako sankcionisati nedostatak manjinskih sadržaja”, navodi predstavnica samoregulatora.

Slično navodi i predstavnica regulatora koja ističe da se u medijima formalno daje prostor alternativnim i manjinskim stavovima.

“Javni servis bi trebao prednjačiti, oni imaju obavezu i da segmente programa prilagode osobama sa poteškoćama, a Javni servis se raspada. On je uspostavljen tako da se raspadne.”

No, neki od sagovornika/ca, pak, imaju razumijevanja za nedostatak kvalitetnih sadržaja na javnom servisu, imajući u vidu odnos politike i građana prema njemu.

“Položaj i status kolega novinara, oprema na kojoj rade, sam pogled na ‘sivi dom’ zapravo govori o apsolutnoj nebrizi i krajnje nekorektnom odnosu politike i političara za javni radio i televizijski servis. Plaće koje primaju ili ne primaju, doprinosi koji im se ne uplaćuju, a pogotovo priča o tome kako im firma barem plaća kredite teška su sramota i oblik krajnje neljudskog ponašanja prema osobama koje rade častan novinarski posao. O opremi ne treba trošiti ni riječi, o stanju zgrade također – sve je na nivou početka ‘80-ih. U svemu tome, jasno se ogledaju i politička agenda i politički pritisci, jer svako od zaposlenika u RTV domu ima svoj život, svoju obitelj, svoje potrebe... i jasno je da će ih politički moćnici ‘držati u šaci’ mizerno ili nikako ih plaćajući”, kaže jedan od sagovornika, navodeći kako je jedan od modela naplate RTV takse koji bi bio primjenjiv, onaj koji već postoji u Hrvatskoj. “Isti ti političari vrlo jednostavno bi mogli riješiti problem samo pogledavši u susjedno, hrvatsko dvorište. Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji jasno propisuje način naplate RTV takse i obaveze građana, pri čemu se oni koji provode

zakon ponašaju kao Sveta Inkvizicija – izgovora nema, a taksa je obaveza. Od tako prikupljenog novca i HRT, uz sve svoje mane, ipak izgleda kao jedna pristojna medijska kuća.”

I neki od uposlenika/ca na Javnom RTV servisu slažu se s ocjenom da su za stanje u kojem se javni servis nalazi krivi politika i nesposobni menadžmenti, te da je u takvim uvjetima od uposlenika/ca nerealno očekivati proizvodnju kvalitetnog programa:

“BHT je u izuzetno teškoj poziciji, zbog problema s finansiranjem i političke odluke da sistem ne funkcioniše. Novinari rade u nemogućim uslovima, od toga da po nekoliko godina radnog staža im nije uplaćeno, do činjenice da sebi i djeci ne mogu ovjeriti zdravstvene knjižice. Plate se isplaćuju u ratama, a novinari su izrazito potplaćeni. Istovremeno, od svih uposlenih se traži da prave vrhunski program, budu vrhunski profesionalci, imaju najbolje emisije, najbolju dikciju, najbolji stil, a sami sve finansiraju i sami u sve ulažu. Nebriga politike i nesposobnost i nebriga menadžmenta je dovela javni servis u ovu poziciju, pa se za njeno rješavanje ne treba okretati uposlenicima i tražiti da čine nemoguće, već se treba obratiti onima koji problem suštinski mogu riješiti.”

Sagovornici/e se slažu da je uloga javnog servisa krucijalna u svakoj demokratskoj zemlji, te da upravo javni servis treba da bude prostor otvoren za sve, i više od toga:

“Javni servis čuva i kulturu zemlje, njegova arhiva je, recimo, neprocjenjiva, i to je jedan od razloga zašto je važno očuvati javni servis. Mi stalno govorimo o informativnom programu, a drugi aspekti su još važniji: kulturni, obrazovni, dokumentarni program.”

Iako opterećen brojnim problemima, javni servis, odnosno sistem javnog emitiranja nema alternativu, odnosno uvjet je opstanka demokratskih vrijednosti i javnog interesa u medijskom prostoru svake demokratske zemlje i društva. U tom kontekstu, smisljena, suštinska, nepolitizirana i strateška rasprava i dijalog o tome kakav nam javni servis u Bosni i Hercegovini treba, bez sumnje je prvi korak u rješavanju nagomilanih problema. Uz insistiranje na provedbi digitalizacije i vraćanju javnog interesa u prvi plan u sistemu javnog emitiranja.

Uloga međunarodnih donatora i mediji u BiH

Međunarodni donatori imali su veoma značajnu ulogu u razvoju medijske scene u Bosni i Hercegovini, od potpisivanja Dejtonskog mirovnog sporazuma, a njihova novčana podrška i dalje doprinosi opstanku malobrojnih kvalitetnih i profesionalnih medija, prvenstveno medija koji se bave ozbiljnim političkim temama i istraživačkim novinarstvom.

Rijetki mediji u BiH koji kvalitetno obrađuju različite društvene teme i dalje opstaju upravo zahvaljujući podršci međunarodnih donatora (Žurnal, Centar za istraživačko novinarstvo). Ovakvi mediji su veoma značajni za bosanskohercegovačko društvo, jer je istraživačko novinarstvo sve manje prisutno na bh. medijskoj sceni, upravo zbog političkih i ekonomskih pritisaka koji jačaju cenzuru i autocenzuru među medijskim usposlenicima/ama, utječu na razvoj ovisnosti medija i od političkih i ekonomskih moćnika koji su, uglavnom, veoma blisko povezani.

Istraživačko novinarstvo je faktički iščezlo iz bh. javnog prostora, medijske kuće su finansijski ovisne, popularne su senzacionalističke vijesti koje će obezbijediti veću čitanost i gledanost, novinari/ke su potplaćeni/e i ne žele da rizikuju egzistencijalno, jer mogu izgubiti posao, a i prijetnje novinarima/kama koji/e se usude pristupiti različitim društvenim temama ne jenjavaju.

Uloga donatora bila je veoma značajna i u donošenju zakonskih akata i uspostavi medijskih institucija, ali i podršci razvoja medijskih kuća, pri čemu su donirali značajna finansijska sredstva za opremu i dodatne edukativne programe namijenjene novinarkama i novinarima.

Sagovornici/e naglašavaju da su međunarodni akteri imali ključnu ulogu u razvoju medijskog sektora u BiH i da bez njihovog doprinosa i finansijske podrške ne bi imali medije koji nisu etnonacionalno profilirani. Njihova uloga je, nakon potpisivanja Dejtonskog mirovnog sporazuma, bila ogromna i presudna za razvoj nezavisnih medija.

"Ratom razorene vrijednosti i etno-političke podjele koje su nastale kao rezultat nacionalizacije i etnifikacije medijskog prostora tokom rata, a potom su institucionalizirane u godinama nakon 1995. godine, dovele su do situacije gdje nijedan lokalni akter nije bio spreman zajednički raditi na kreiranju zajedničkog medijskog prostora", pojašnjava medijski analitičar Davor Marko,⁴⁷ navodeći da su u situaciji nakon rata, dakle, od 1995. godine, jedino moćni akteri, odnosno međunarodne vlade i donatorske i razvojne agencije bile u poziciji da različitim mehanizmima i finansijskim sredstvima direktno utječu na kreiranje medijskog prostora.

47 Kolega Davor Marko značajno je doprinio poglavlju o ulozi međunarodnih donatora, te ga, u cilju priznavanja tog doprinosa, a uz njegovu saglasnost, citiramo.

Davor Marko navodi da je doprinos međunarodne zajednice u razvoju bosanskohercegovačkih medija imao sljedeće ciljeve:

- podršku procesima demokratizacije društva;
- podršku procesima pacifikacije medijskog prostora nakon rata;
- eliminiranje ratne propagande i govora mržnje iz javnog prostora;
- podršku razvoju medijskog pluralizma;
- razvoj privatnih, nezavisnih medija, koji će biti alternativni glas u javnom prostoru;
- da uvede red u medijsku sferu kroz uspostavljanje regulatornog i zakonskog okvira;
- da podrži razvoj medijskog tržišta;
- da pruži podršku razvoju nekada državno-kontroliranih medija u javne medije;
- da promovira profesionalizam i etičke standarde putem samoregulacije i rada profesionalnih medijskih asocijacija;
- da podrži razvoj civilnog društva, ali i građanskih organizacija koje se bave medijskim razvojem, a ostvaruju ovaj cilj putem kontinuiranih treninga, istraživačkih aktivnosti i medijske produkcije;
- da potiče razvoj medijske pismenosti i tako formira aktivne i svjesne građane/ke u BiH.

Nekadašnja novinarka, a sada istraživačica i profesorica, navodi da uloga međunarodnih donatora godinama ima ogroman značaj za medije u BiH koji djeluju u uvjetima nerazvijenog tržišta koje je dodatno urušeno praksama oglašivačke industrije i vlasnika/ca medija, i snažnom političkom kontrolom. Međutim, naglašava i da donacije, bez obzira koliko su ova novčana sredstva bitna, ne mogu nadomjestiti nedostatke domaćeg medijskog prostora i nedostatak dobrih medijskih politika i praksi.

"One također ne mogu nadomjestiti nedostatak zahtjeva građana za kvalitetnim medijima, što dolazi od nedostatka medijske pismenosti i niskog nivoa političke kulture, koji su opet rezultat nedostatka građanskog obrazovanja u školama."

Iako donacije međunarodnih donatora ne mogu popuniti sve praznine na medijskom tržištu, sagovornica naglašava da su, ipak, imali ključnu ulogu u održavanju u životu medija koji su nezavisni od domaćih političkih centara, te da su osigurali razvoj i postojanje istraživačkog novinarstva, koje egzistira upravo zahvaljujući međunarodnim donacijama.

"Da nije bilo donatorskih sredstava, ne bismo znali detalje brojnih korupcijskih afera, kao što su: Bosnalijek, Gavrankapetanović, Administrativni centar RS, Autoput."

Zahvaljujući donatorima, napravljeni su i mediji čiji je cilj da budu zajednički za sve građanke i građane Bosne i Hercegovine, odnosno, mediji koji nisu podijeljeni po etnonacionalnim linijama i koji objavljuju teme koje su važne za cijelo bh. društvo i koji beskompromisno pišu o svim političkim aferama, bez obzira koji/e politički/e funkcioneri/ke i iz kojih stranaka su umiješani/e u njih. Analitičar medija i profesor na jednom od bosanskohercegovačkih fakulteta navodi:

"Stvoreni su nezavisni mediji, ohrabreno je etničko povezivanje, obnovljene su stare veze među dijelom ljudi i uspostavljene su nove. Ono što je bio najveći medijski uspjeh je da su širom BiH osnovane brojne privatne radiostanice koje su imale liberalniji (mada ne uvijek profesionalan po svim elementima) program. I bile su spremne da u svojim emisijama daju prostor ljudima druge nacionalnosti (u to vrijeme to je bio veliki uspjeh) i prostor različitim stavovima međunarodnih organizacija i funkcionera, čak i ako one nisu bile u skladu sa većinskim javnim mnijenjem odakle je stanica."

Međunarodni donatori imali su i imaju veoma značajnu ulogu i u podršci nevladinim organizacijama koje se bave istraživanjem medija i treninzima novinarki i novinara. Zahvaljujući tim novčanim sredstvima, organizirani su i organiziraju se brojni treninzi, različite vrste edukacija za novinare/ke, tribine, konferencije i ostali programi. Naš sagovornik ističe:

"U postratnom periodu Media plan institut i Mediacentar iz Sarajeva su napravili velike uspjehe u edukaciji novinara. Korisnici njihovih škola su danas ključni i veoma profesionalni urednici u bh. medijima, a i ostvareni su, aktivitetom ove dvije organizacije, veliki uspjesi na regionalnom povezivanju medijskih organizacija i radnika, što je bio kolosalan uspjeh prvih pet, šest godina nakon rata."

Kako navode sagovornici/e, zahvaljujući podršci međunarodnih donatora stvorene su i Nezavisna komisija za medije 1998. godine, koja je prethodila Regulatornoj agenciji za komunikacije, a potom i RAK 2001. godine, u čemu je finansijska, programska i organizaciona podrška donatora bila presudna.

"Te dvije agencije su napravile najveći uspjeh u postratnom zavodenju reda na medijskoj elektronskoj sceni", navodi sagovornik koji se bavi analizom i istraživanjem medija u BiH.

Iako je uloga međunarodnih donatora u razvoju medijske scene imala ogroman značaj, neki od naših sagovornika/ca navode da je ta podrška ipak bila najznačajnija u postratnom periodu, te da je sada, iako se ne može zanemariti njihov značaj, situacija ipak znatno lošija. Analitičar medija iz Sjedinjenih Američkih Država, koji je dugo radio za jednu od nevladinih organizacija sa sjedištem u Sarajevu, navodi da

se pokazalo da su donatori pogrešno vjerovali da će medijski pluralitet popraviti i kvalitet medijskih sadržaja.

"Nakon više od dvadeset godina možemo reći da je pogrešno bilo podržavati razvoj medija, umjesto razvoja novinarstva. Razvoj medija podržavan je na nekoliko načina: podrška u opremi, podrška u novcu i podrška u organizaciji medija. Razvoj novinarstva, međutim, podržavan je tek edukacijom novinara, što svakako nije dovoljno. Velike količine novca uložene u medijsku scenu u BiH nisu proizvele odgovarajuće rezultate."

Jedan od sagovornika navodi da druga i treća faza donatorske pomoći (druga je faza nakon što se situacija u BiH djelomično stabilizovala, a treća koja traje i danas) nisu dale očekivani rezultat. U posljednjih pet godina, donatorski angažman se okrenuo u smjeru podrške tzv. građanskim snagama, i u medijima i u drugim oblastima društvenog života.

"Što se više ulagalo u rušenje nacionalnih opcija, one su sve više jačale. Što se više ulagalo u borbu protiv korupcije, ona je bila sve prisutnija i sve otpornija na njeno suzbijanje. Što se više ulagalo u edukacije za profesionalno i odgovorno novinarstvo, mediji su bili sve manje profesionalni. Što se više ulagalo u novinarska udruženja i samoregulatorna medijska tijela, ona su sve više gubila članova i autoriteta", smatra jedan od sagovornika i dodaje da je većina donatorskih strateških pravaca bila kontraproduktivna, u čemu nije krivica ljudi koji su predvodili te projekte, već u činjenici da je bosanskohercegovačko društvo duboko podijeljeno s dijametralno suprotstavljenim etničkim pogledima na budućnost svih društvenih sfera.

Ono što sagovornici/e naglašavaju kao propust donatora jeste često zanemarivanje lokalnog konteksta i lokalnih specifičnosti, te kopiranje metoda i pristupa iz razvijenih zemalja, što se nije uvijek pokazalo kao najsretnije rješenje u BiH. O tome smo već detaljno govorile i u dijelu koji se odnosi na zakonsku regulative medija BiH, gdje su sagovornici/e naveli/e da su zakoni često kopirani iz drugih zemalja, što je dovelo do određenih nejasnoća i propusta.

Analitičar medija Davor Marko navodi da se zanemarivanje lokalnih specifičnosti pokazalo kao propust i da to najbolje ilustrira ne/funkcionalnost kreiranih institucija i njihove održivosti, kakvo je npr. Vijeće za štampu, koje nema stabilne izvore finansiranja, niti očekivani utjecaj.

"Isti je slučaj sa novinarskim udruženjem BH Novinari, koje jeste najaktivnije i najšire prihvaćeno u cijeloj BiH, al' i dalje sa određenim preprekama u funkcionisanju. I jedni i drugi imaju problem sa finansiranjem, djelimično funkcioniraju po principima projektnog menadžmenta, što ne bi trebalo da bude njihova aktivnost, niti stvar kojom bi ove institucije trebalo da se bave."

Davor Marko, također, navodi i različite pristupe donatora, odnosno različite principe i nivoe uključivanja donatora. On navodi suštinske razlike između američkih i evropskih donatora. Američki donatori su, prema njegovom mišljenju, bili veoma utjecajni u BiH i tokom 1990-ih i nakon 2000. godine, preko Američke ambasade i razvojne agencije USAID, te su favorizirali slobodno tržište, razvoj komercijalnih medija, novinarskog profesionalizma i integriteta novinarske profesije. Evropski donatori su, za razliku od američkih, bili fokusirani na sistem u cjelini, zakone koji su trebali sadržavati i osigurati implementaciju evropskih medijskih standarda, odnosno na medijske institucije koje bi trebale biti politički i ekonomski nezavisne i funkcionalne, a to su javni servisi, regulatorna tijela i ombudsmeni. Govoreći o nivoima pristupa (sistemskim, institucionalnim i individualnim) donatora, Davor Marko ističe da pristup američkih donatora nije sistemski, odnosno da nisu fokusirani na razvoj medijskog sistema i medijskih zakona i medijskih institucija generalno, mada su u određenim segmentima zainteresirani za podršku određenim zakonima ili mehanizme njihove implementacije. Angažman ovih donatora je, tvrdi Marko, više usmjeren na individualnu izvrsnost novinara/ki ili medija, odnosno veoma važna oblast im je istraživačko novinarstvo ili privatni mediji, kao što su Alternativna televizija iz Banja Luke, sarajevski OBN i manje komercijalne radio i televizijske stanice.

"Sa druge strane, EU i evropske institucije, a zapravo to nisu donatori u klasičnom smislu – tu su izuzetak fondacije iz različitih zemalja, ali njihov utjecaj je bio suštinski mali, poput Savjeta Evrope, OSCE-a, insistirali su upravo na sistemskom pristupu, na kreiranju funkcionalnih institucija (poput javnog servisa, regulatornih tijela, institucija ombudsmana), a njihova podrška jeste bila finansijska ali se to manje osjećalo direktno zbog kompleksnije birokratske i administrativne procedure u podršci, dosta novca je odlazilo na indirektno troškove za različite vrste ekspertiza, EU osoblja itd." Ovaj analitičar navodi i da su evropski donatori gledali na podršku kao na dugoročniji proces, odnosno insistirali su na usvajanju i primjeni evropskih standarda i redovno ih kontrolirali na nivou cijelog medijskog sistema, a o čemu su izvještavali putem svojih Izvještaja o napretku.

Jedna od sagovornica navodi i da je ključni problem donatora često fokusiranje na treninge novinara, što je u suštini najlakše organizirati, međutim to ne utječe na osnovni problem medija u BiH, jer problem nije u nedostatku kvalitetnih novinara/ki, već u nepostojanju uvjeta za njihov kvalitetan, slobodan i profesionalan rad.

"Korijen problema je u političkoj kontroli medija i to se projektima, ma kako oni dobri bili, ne može riješiti."

Jedan od sagovornika kao specifikum pristupa donatora u novije vrijeme navodi i odustajanje donatora od davanja grantova vlasnicima/ama, jer je u ranijem periodu

to rezultiralo pojavom bogatih vlasnika/ca medija, koji/e su se, čim su im donator prestali davati finansijsku podršku, okrenuli/e domaćim političkim donatorima.

Govoreći o prirodi pristupa stranih donatora, analitičar Davor Marko navodi da su američki donatori imali disruptivni pristup, odnosno da su uglavnom pomagali nezavisne, antirežimske i privatne medije, dok su evropski donatori i institucije više stremile ka reformi medijskih sistema, pristupajući tome evolutivno, kroz gradnju partnerstava i iniciranje dugoročnije saradnje s lokalnim akterima, kako bi osigurali funkcionalne rezultate.

Međutim, kako navodi ovaj analitičar, donatori i međunarodne institucije su tražile *ad hoc* i brza rješenja kako bi odgovorili na političke aktuelnosti i nisu dugoročno i strateški promišljali njihove efekte, što se najbolje vidi na primjeru OBN televizije i javnog medijskog sistema. Značaj strateškog promišljanja je neophodan za održivost rezultata međunarodne intervencije, navodi Davor Marko, jer se to najbolje vidi kroz primjere brojnih medija koji su nakon povlačenja donatora ili smanjenja donatorske podrške radikalno promijenili svoje inicijalne misije, što pokazuje primjer televizije OBN i djelomično ATV, dok su se neki mediji ugasili nakon smanjenja donatorske podrške.

Drugi analitičar medija navodi da međunarodna zajednica nije bila dosljedna, jer je uložila ogromne novce u tzv. nezavisne lokalne radio i televizijske stanice, da bi nakon toga pustila da ovi mediji propadnu. Kao primjere navodi televiziju OBN i Radio Fern. Ovaj analitičar također naglašava i da međunarodna zajednica snosi odgovornost za teško stanje Javnog servisa BiH.

“Uz strašne pritiske stvorili su zakonski okvir za Javni RTV sistem, postavili svoje ljude – političke favorite u upravne odbore, pa mu okrenuli leđa. To je osjetila zvanična politika i na državnom i na entitetskim nivoima, koja ne želi da ostvari svoje ciljeve i medijske i političke. Rezultat toga je gotovo neminovna propast, prije svega javnog državnog RTV emitera. Grob su mu prije svega iskopali domaći političari ili bolje rečeno zvanične politike, ali je odgovornost i na međunarodnoj zajednici kao i menadžmentima, a tu prije svega mislim i na upravne odbore i u manjoj mjeri urednicima”, navodi ovaj analitičar.

Kao nedostatak donatorskih politika, sagovornici/e navode i preuzimanje modela koji su nekritički preuzeti iz zemalja s razvijenom demokratijom. Ovakav pristup analitičar Davor Marko naziva transplantacionim efektom.

“Očekivalo se da će jednom presađene nove institucije funkcionirati u novom okruženju. Takav je bio slučaj sa Javnim servisom BiH, inicijalno se insistiralo na BBC modelu, što se pokazalo pogrešnim, jer kontekst je fundamentalno drugačiji od onog u Velikoj Britaniji.”

Da bi reforme bile uspješne, neophodno je stalno sistematsko i detaljno praćenje rezultata medijskih intervencija donatora.

“Što u inicijalnim fazama medijskih reformi u BiH jeste bio slučaj. No, od 2002. godine ovo nije slučaj, čak i kada su uočavani određeni problemi relevantni za funkcioniranje medijskih institucija, odsustvo konkretnih mjera kako bi se oni riješili, izostajalo je. Ovo je i razlog zbog čega su pritisci na vrlo važne institucije, poput RAK-a i Javnog servisa sve učestaliji u posljednje vrijeme”, naglašava analitičar Davor Marko.

Iako su mediji koji egzistiraju zahvaljujući međunarodnim donacijama finansijski neovisni od političkih i ekonomskih centara moći, pitanje koje se nameće u javnosti jeste i nametanje medijske agende od donatora, odnosno koliko donatori iniciraju pokretanje i izvještavanje o određenim društvenim temama. Treba svakako naglasiti da su zahvaljujući upravo međunarodnim donatorima pokrenute i mnoge teme koje se tiču oblasti ljudskih prava koje, najvjerovatnije, još dugo ne bi dospjele u javnost, uzmemo li u obzir i stepen razvijenosti i konzervativnost bh. društva.

“Donatori apsolutno utiču na agendu medija. I to je cilj donatora. Dati novac kako bi neki sadržaji bili više zastupljeni u medijima. Najčešće je riječ o raznim vrstama ljudskih prava. Nekada su novci davani na priče koje povezuju Srbe, Hrvate, Bošnjake. Potom prava nacionalnih manjina, pa LGTB populacije, pa priloge koji jačaju afinitet stanovništva prema evropskim vrijednostima, pa onda sadržaji koji podržavaju određene političke opcije”, navodi jedan od sagovornika.

Analitičar medija iz SAD-a navodi da uvijek ostaje otvoreno pitanje koliko je zapravo donator kreirao agendu medija, odnosno ono što će novinar/ka podržanog medija istraživati.

Koliko god da su donacije pomogle da se u javnom prostoru čuju i alternativni glasovi, za koje nije bilo prostora u *mainstream* medijima, duboko podijeljeno društvo po etničkim i političkim linijama, kako navodi jedan od sagovornika, traži podršku svojih stavova upravo u *mainstream* medijima.

Također, u javnosti je značajan dio alternativnih i od donatora podržanih medija prokazan kao izdajnički, plaćenički, medij koji radi protiv svog naroda, a osude dolaze i od političkih dužnosnika/ca, ali i iz *mainstream* medija, ističući da većina građana/ki nije zainteresirana za alternativne političke glasove, kao i alternativna mišljenja o različitim društvenim oblastima.

Jedan od analitičara medija navodi i da su mnogi bh. mediji svoje funkcioniranje pretvorili u projektne aktivnosti, pa se iz tog razloga bave određenim temama, samo zato što su podržane od međunarodnih donatora.

Etički standardi i profesionalno novinarstvo

Svi navedeni faktori, koje smo detaljno analizirale u prethodnim dijelovima, snažno su utjecali na pad etičkih standarda u medijima, ali i među samim novinarima/kama. Tome je, dakle, doprinijela i nepotpuna i neprecizna zakonska regulativa, politički i ekonomski utjecaji, sprega vlasnika/ca i moćnika, sprega vlasnika/ca i lojalnih urednika/ca, uvjetovanje novinara/ki ostajanjem bez posla, ukoliko izvještavaju ili pišu o temama koje se ne podudaraju s uređivačkom politikom.

Profit je stavljen ispred etičkih standarda i normi, odnosno u utrci za utjecajem, čitanošću i gledanošću, bilo je neminovno da prvo stradaju etički kodeksi i standardi. Većina intervjuiranih navodi da, prema mišljenju većine vlasnika/ca privatnih komercijalnih medija, mediji skoro i da nemaju nikakvu društvenu ulogu. Novinari/ke trebaju obezbijediti "sirovinu", a urednici/e koji/e su, uglavnom, lojalni/e vlasničkim strukturama će je oblikovati. Pojava tzv. udica naslova, čiji je glavni cilj obezbijediti čitanost i gledanost, odnosno privlačenje pažnje senzacionalnim i nepotpunim naslovima da bi se obezbijedilo klikanje na linkove, obezvrijedili su novinarsku profesiju, pa je u dijelu javnosti stvorena pretpostavka da se svako može baviti ovom profesijom.

Sve popularnija je i tzv. copy-paste metoda, gdje novinari/ke, u nastojanju da objave što više sadržaja, ne provjeravaju izvor/e informacija, već samo preuzimaju sadržaje, što je dovelo i do pojave tzv. lažnih vijesti, a u čemu prednjače *online* mediji koji preuzimaju sadržaje s društvenih mreža bez ikakvih provjera.

Na pad etičkih standarda u novinarstvu, snažno je utjecala i potplaćenost novinara/ki koji ne žele da se previše trude u svom poslu za koji dobivaju minimalne plaće koje jedva mogu zadovoljiti osnovne životne potrebe, prijetnje onima koji/e svoj posao obavljaju nezavisno i profesionalno, ili rade honorarno i neprijavljeno.

Sagovornici/e navode da je ovakvo stanje većinu profesionalaca/ki udaljilo od ove profesije, te da ih sve više odlazi u PR sektor, gdje isto tako nemaju velika finansijska primanja, ali je taj posao znatno manje stresan.

"Mislim da i dalje postoje etički principi i standardi, ali da vremenom nestaju. Smatram da novinarstvo u potpunosti mijenja formu i cilj, mada i dalje postoje mediji koji drže do osnovnih etičkih vrijednosti i pravila. Smatram da novi standardi i bitka za tržište polako, ali sigurno uništavaju svaki vid kvalitete u novinarstvu. Profit, novčani ili neki drugi, vremenom će postati jedini cilj medija", navodi novinar iz Sarajeva.

Etički standardi se krše iz različitih razloga. Novinarka Javnog servisa BiH navodi da dio novinara/ki svjesno krši ove standarde, jer žele senzaciju, pa to čine na različite načine: prešućuju informacije, plagiraju, nedozvoljeno snimaju.

"Drugi ih krše nesvjesno, iz neznanja. Pojedini ih krše zbog pritiska ili ličnih interesa. No, ja smatram da se ona mogu poštovati i poštuju se ukoliko novinar to zaista želi. Ukoliko od početka rada postavi uslove rada – način kreiranja priloga, emisije, intervju."

Većinu vlasnika/ca etika zanima samo deklarativno.

"Ukoliko je glavni izvor finansiranja marketing, čini se da u tom slučaju vlasnici mnogo vode računa o odnosu prema klijentima, korisnicima marketinških usluga, pa to svakako povlači sa sobom dilemu – profit ili etika u novinarstvu. Svakako, smatram da je objektivnost i novinarska etika glavni cilj ili bi to bez dileme trebao biti, ali tamo gdje je profit uvjetovan isključivo marketingom, upravo i dolazi do pitanja – 'gdje je etika?'", pojašnjava novinar zaposlen na Javnom servisu BiH.

Nepotpuna zakonska regulativa, također, ima veliki utjecaj na nepoštivanje etičkih standarda, odnosno sve rupe u postojećim zakonima i nepostojanje nekih od ključnih zakona (o finansiranju medija, transparentnosti vlasništva i o oglašavanju) omogućavaju kršenje etičkih principa, ali utječu i na rad urednika/ca i novinara/ki (zloupotreba Zakona o zaštiti od klevete).

Činjenica da je djelatnost Regulatorne agencije za komunikacije u značajnoj mjeri oslabljena, također utječe na nepoštivanje etičkih standarda, jer vlasničke i uredničke strukture ne strahuju od sankcija.

Svi/e sagovornici/e se slažu da su izvanmedijski pritisci na novinare/ke ogromni.

"Izvršne i zakonodavne vlasti su primarni izvanmedijski akteri zahvaljujući kojima se o etici ne razmišlja", navodi novinar jedne lokalne televizijske stanice.

Novinarka web portala, koja se bavi istraživačkim temama, navodi da postoje izvanmedijski akteri koji ugrožavaju rad novinara/ki, međutim da je najprisutniji, a najmanje vidljiv vid pritiska na novinare/ke, autocenzura, odnosno odluka novinara/ki da cenzuriraju sami sebe kako bi se zaštitili i psihički i fizički, ali i spriječili da ih urednik/ca cenzurira

"Da li se etika ovdje stavlja u drugi plan – vjerovatno da, koliko je tu stvarnog izbora – vjerovatno malo."

Slično mišljenje iznosi i dugogodišnja novinarka, koja kaže:

"Gotovo da više nema potrebe za cenzurom, jer je većina medija i novinara već disciplinirana, pa tačno zna do koje mjere može ići."

I cenzura i autocenzura su sveprisutne u bh. medijima, zaključuju sagovornici/e. Novinari/ke koji rade kao *freelanceri*, iako imaju puno veću slobodu pri samom

izboru tema koje će obrađivati, također često pribjegavaju autocenzuri iz straha da im nijedan medij neće objaviti priču.

"U medijima su itekako prisutne i cenzura i autocenzura, s tim da vjerujem da je autocenzura prisutnija. Već kod samog izbora teme, izbora sagovornika, novinar uvijek vrši određenu selekciju, a nisu rijetki slučajevi da novinari svjesno izbjegavaju tzv. zabranjene teme ili u dozvoljenim temama 'zabranjene' sugovornike. Dakle, cenzure bi bilo mnogo manje, mnogo više, da je autocenzure manje", pojašnjava jedna novinarka.

Objave pojave su prisutne i u komercijalnim i u javnim medijima. Dok je osnovni cilj komercijalnih medija profit, situacija bi trebala biti znatno drugačija u javnim medijima, međutim i tu svjedočimo različitim političkim pritiscima, bez obzira koja se politička opcija nalazila na vlasti, ali i ekonomskim, koja se odražava i kroz pokušaje privlačenja oglašivača.

"Samo uzmite primjer Javnog servisa i stanja u kojem se nalazi. Prije desetak godina se o pritiscima moglo govoriti većinom u privatnim medijima, jer su mnogi i otvarani zbog izvanmedijskih ciljeva, ali danas je pritisak ili barem pokušaj pritiska neizbježan", tvrdi jedan od sagovornika.

Medijski analitičar iz Banja Luke navodi da je najilustrativniji primjer cenzure i autocenzure u medijima Radio-televizija Republike Srpske, *"koja je primjer lako prepoznatljivog režimskog medija u kojem opozicija i svi drugi akteri koji su nepodobni režimu imaju drugačiji tretman ili su u potpunosti, do ignorisanja minorizovani."* Jedan od sagovornika pojašnjava:

"Uplitanje politike u rad javnih emitera ima za cilj da u ovim medijima prevladaju etnički, umjesto etičkih standarda i da se učvrste nacionalne pozicije, jer su politički moćnici svjesni koliki utjecaj javni emiteri imaju na većinu stanovništva. (Ne)funkcioniranje Javnih servisa je višeslojni problem. Politički pritisci su neosporni, ali motivi za njih potpuno različiti. Politika podjela želi da se uspostave nacionalni kanali kojim bi se dodatno urušila još jedna državotvorna supstanca. Preko nacionalnih kanala učvrstila bi se podjela po etničkom principu, jer bi bila uspostavljena apsolutna kontrola nacionalnih kanala."

Odnos prema medijima isti je i kada su u pitanju i stranke koje su u vlasti i opozicione političke stranke. Dugogodišnji novinar, koji je svoju novinarsku karijeru gradio i u privatnim i javnim medijima, navodi:

"Ne postoji nikakva razlika u odnosu prema medijima ni predstavnika pozicionih ni opozicionih stranaka. Svi isto žele. Možda i zato što su i lidere novih političkih projekata iznjedrile veće stranke. Maniri su isti. Pritisak na medije, samo je stepen suptilnosti različit. Zapravo je u srazmjeri sa političkom moći."

Ono što je, također, problematično jesu politički angažmani medijskih uposlenika/ca, čime je odmah jasno da su se svrstali na stranu određene političke stranke i da njihov angažman ide ka promoviranju te političke opcije, a nikako u društvenu korist.

"Nikako ne bi smjelo biti dozvoljeno da vlasnici medija, novinari i članovi redakcija, imaju bilo kakav politički angažman", navodi novinarka web portal. *"Međutim, i ako pojedinci/ke nisu članovi određenih političkih partija, često u njihovom javnom angažmanu možemo prepoznati koja je njihova politička opcija i koje teme svjesno izbjegavaju."*

S obzirom da je za većinu medija bitniji kvantitet od kvaliteta sadržaja, to dovodi i do pritiska na novinare/ke koji/e su dužni/e objavljivati veliki broj priča svakodnevno, što utječe i na pad etičkih standarda.

"Svaki novinar bi trebao poći od sebe, svog rada i svoje etike i raditi na etičkim standardima. Ipak, u današnjem dobu, kada se nema vremena čekati na opsežnu informaciju ili priču, teško je i razmišljati o etičkim standardima i njihovom razvoju, s obzirom na konkurenciju koje iz dana u dan sve više", ističe jedan od sagovornika.

Medijski analitičar navodi i da su *online* mediji i društvene mreže dovele do situacija u kojima se novinari/ke suočavaju sa sve većim etičkim nedoumicama.

"U takvim okolnostima, bez jasnih orijentira, ostavljeni u jednom prilično haotičnom okruženju, moj utisak je da novinari izazove etičke prirode rješavaju ad hoc. Često i nesvjesni koliko je značajno da njihov pristup bude odgovoran i promišljen. Dijelom je to i razumljivo, jer su novinari sami izloženi pritisku momenta i dnevnih zadataka."

Urednik portala, koji se bavi različitim društvenim temama i koji se trudi ustupiti prostor za kritičko promišljanje, navodi da su etički standardi samih novinara/ki isti kao i kod drugih profesija.

"Isti kao i kod matematičara, inženjera, svećenika i medicinskih sestara. Dakle, sve zavisi od pojedinca, njegovog odgoja i njegovog sistema vrijednosti. Zanat kojim se bavi ili nivo obrazovanja koji posjeduje tu igraju malu ili nikakvu ulogu."

Sagovornici/e navode da je, bez obzira na trenutno stanje koje se doima beznadežnim, povratak na etičke standarde, kao osnovne postulate profesije, ipak moguć.

Urednik jednog web portala navodi da je potrebno razviti svijest kod svih onih koji se bave ovim poslom, da za ono što napišu i objave snose i odgovornost.

"Ta svijest će se teško razviti ukoliko stvari ne bude sistemski riješene, a to znači, ukoliko se ne uvedu sankcije. Sankcije za izgovorene laži, za govor mržnje prema etničkim, (ne)vjerskim, seksualnim i drugim manjinama ili većinama. Bojim se da je taj pritisak izvana lakši način povratka etičkih standarda od moralnog preodgoja ili odgoja ljudi iznutra, tim prije što se u našem društvu laž – ukoliko je prelivena nacionalnim i religijskim sentimentom ili političkim projektom smatra vrlinom."

Novinarka web portal navodi da je pogrešan pristup što se o etičkim kodeksima uglavnom raspravlja u krugu novinara/ki ili urednika/ca, koji imaju najmanje utjecaja na uredničku politiku.

"Sasvim je nevažno da li će jedan novinar poštivati etička pravila ukoliko to nije ono što pred njega kao glavni interes stavi urednik, a urednik, opet, ima onoliko moć koliko mu da vlasnik medija. Dakle, ako je u interesu vlasnika medija da sadržaj medija kojeg financira donosi profit, onda se i urednik, a i novinari moraju okrenuti u pravcu stvaranja profitabilnog sadržaja. Takav sadržaj, međutim, često podrazumijeva suprotnost od poštivanja osnovnih novinskih postulata. Ponekad mislim da bi umjesto radionica, edukacija i novinarskih kodeksa koje imamo za novinare i urednike, korisnije bilo energiju usmjeriti na reedukaciju vlasnika medija."

Sagovornici/e navode i da bi finansijska stabilnost medija, što podrazumijeva i finansijsku nezavisnost medija od centara moći, bili oni ekonomski ili politički, a često su i u simbiozi, mogla znatno utjecati na jačanje etičkih standarda u medijima.

"Etički standardi se mogu vratiti u novinarsku profesiju, ukoliko se omogući finansijska stabilnost medija. Potrebno je izmijeniti postojeće zakone o javnim servisima i obezbijediti stabilan način finansiranja. Potrebno je pooštriti kaznenu politiku. Kažnjavati sve one koji vrše pritisak na medije, ali i medijske radnike koji svjesno ili ne krše novinarska načela", navodi novinarka Javnog servisa BiH.

Iako je u javnosti prisutna teza da je istraživačko novinarstvo nepopularno i da takve teme ne doprinose čitanosti ili gledanosti medija, te samim tim ne obezbjeđuju ni profit, novinarka iz Banja Luke navodi da je ta teza djelomično tačna, ali i da je posao novinara/ke da istraživačku priču učini zanimljivom za javnost, što naravno ne znači kršenje etičkih postulata.

Da bi publika i javnost prepoznala značaj etičkih standarda za novinarstvo, potrebno je insistirati i na razvoju i edukaciji o medijskoj pismenosti, koja bi se trebala izučavati u toku formalnog obrazovanja (u srednjim školama, ne samo visokoškolskim institucijama), jer je i to jedan od načina da se javnost aktivnije i kritički zauzme za kvalitet informacija koje im mediji nude. Nažalost, značajan dio publike i javnosti nekritički usvaja medijske sadržaje, te je medijska pismenost neophodna i da bi građani/ke shvatili/e koliko pojedini mediji manipuliraju javnošću i koliko su informacije vjerodostojne.

Medijska pismenost publike u BiH

Medijska pismenost publike, u kontekstu procesa *shrinking spacea*, izuzetno je važna kao mehanizam osiguravanja da medijska publika razumije društvenu ulogu, procese, utjecaje i način funkcioniranja medija, te razvije kritički odnos prema medijskim sadržajima, što su preduvjeti da publika postane svojevrsan korektiv medijske scene i aktivan akter medijske sfere. Medijski i informacijski pismena publika prvi je korak ka informiranoj i odgovornoj javnosti, koja je sposobna oduprijeti se manipulaciji i tražiti kvalitetnije medijske sadržaje i odgovornije medije, koji neće podlijegati *shrinking spaceu*.

Nažalost, u Bosni i Hercegovini takva publika ne postoji, a nivo medijske pismenosti izrazito je nizak. Sagovornici/e u ovom istraživanju smatraju kako je medijska pismenost potpuno na margini interesa, iako je suštinski važna za razvijanje kompetencija publike za interakciju s medijima. Jedna od sagovornica smatra kako način interakcije bosanskohercegovačke publike s medijima, posebno u *online* prostoru, pokazuje koliko je stanje medijske pismenosti u BiH loše:

"Medijska pismenost u BiH je na vrlo niskom nivou, kako u pogledu kritičkog pristupa medijskim sadržajima tako i u pogledu korištenja medijskih potencijala u informativne i edukativne svrhe. Takođe, analize sadržaja komentara koje građani objavljuju prvenstveno u online, te djelimično u offline medijima ukazuju na ishitreno iznošenje stavova bez ikakve činjenične utemeljenosti, zatim na nesposobnost prepoznavanja nevjerodostojnih izvora i nespremnost građana da adekvatno reaguju na neprofesionalne medijske sadržaje. Kad je riječ o korištenju digitalnih medija, evidentno je da su oni postali dio svakodnevice ne samo mladih, nego i starijih generacija, ali se oni ubjedljivo najviše koriste u zabavne svrhe, a vrlo slabo u obrazovne. Isto važi i za njihovu funkciju kvalitetnijeg informisanja građana u cilju razvoja funkcionalnog građanskog društva."

Kada je riječ o sistemskom pristupu razvoju medijske pismenosti, možemo reći da on uopće ne postoji, kao ni interes obrazovnih (i drugih) vlasti za razvijanjem formalnih i neformalnih programa medijskog obrazovanja. Čak i sam pojam "medijska pismenost" definira se i shvata na vrlo različite načine unutar medijske, obrazovne i društvene zajednice, a iako je u fokusu interesa u posljednjih nekoliko godina, još uvijek je relativno mali broj relevantnih izvora koji se koriste u njenom definiranju.⁴⁸ U najširem smislu medijska pismenost se definira kao "sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija" (Zgrabljčić Rotar, 2005:11). No, kako primjećuju naši/e sagovornici/e, ovakva definicija medijske pismenosti teško je primjenjiva na publiku/javnost u Bosni i Hercegovini, jer veliki

48 Neki od autora koji su se sistematično bavili ovom temom u BiH su Lea Tajčić i Vanja Ibrahimbegović Tihak, a u znanstvenim se krugovima, pored knjiga navedenih autorica, koriste i knjige Nade Zgrabljčić Rotar i Jamesa Pottera. Ostali izvori vezani za medijsku pismenost nisu u široj i masovnijoj upotrebi, iako treba reći da postoji određeni broj znanstvenih članaka o ovim temama autorica L. Turčilo, Z. Hrnjić Kuduzović i drugih.

broj ljudi uopće ne vlada pojmom medijske pismenosti, odnosno ne poznaje njegovo značenje.

"Teško je govoriti o nivou medijske pismenosti u BiH, s obzirom da je medijska pismenost tema kojoj se još uvijek nije sistematski pristupilo. Pretpostavljam da većina ni ne zna šta taj termin podrazumijeva, što nije ni čudno jer se ne radi puno na uvođenju medijske pismenosti u obrazovni sistem, niti se o tome govori u javnosti", smatra jedna od sagovornica.

"Nivo pismenosti je izuzetno loš, a posebno medijske pismenosti. Mlade generacije se dobro snalaze s digitalnim medijima ali to još uvijek ne znači da su ih u stanju kritički dekodirati kad primaju poruke od oglašivača ili sadržaje koji od njih traže društvenopolitički konsenzus", smatra jedna od analitičarki.

Razumijevanje medijske pismenosti i pristup ovom pitanju značajno se razlikuju u kontekstu inozemnih aktera (nevladinih organizacija, inozemnih istraživača/ica i sl.) i bosanskohercegovačkih aktera (iz akademske zajednice, NVO sektora, regulatora itd.). "Dok određene, uglavnom inozemne medijske organizacije, slijede definicije medijske pismenosti iz svojih zajednica i konteksta, implementirajući projekte razvijanja medijskih kompetencija po metodu copy-paste, u bosanskohercegovačkoj akademskoj zajednici vodi se diskusija o tome da li je medijska pismenost dio informacijske pismenosti (pa kao takva uopće ne treba zasebno izučavanje i razvijanje posebnog pristupa, već se može posmatrati s aspekta zadovoljavanja informacijskih potreba svakog pojedinca), odnosno da li je informacijskoj pismenosti ona komplementarna ili, čak, suprotstavljena. Često se medijska pismenost definira i razmatra krajnje jednodimenzionalno, kao vještina korištenja medija i njima posredovanih informacija, pri čemu se akcenat u edukaciji iz ove oblasti stavlja na sposobnost tehničkog ovladavanja medijima (posebno online tehnologijama i platformama), razlikovanja realnog od imaginarnog u medijima (posebno kod mladih korisnika), te razlikovanja pouzdanih i istinitih informacija od onih (slučajno ili namjerno) nevjerođostojnih."⁴⁹

Pored nedostatka šireg razumijevanja samog pojma i svijesti o potrebi razvijanja sveobuhvatnog pristupa razvoju medijske pismenosti, primjetan je i nedostatak konsenzusa i smislene strategije razvoja medijske pismenosti. To, naravno, u sistemu formalnog obrazovanja ne čudi, s obzirom da je sam sistem podijeljen po entitetskim, odnosno kantonalnim cjelinama, pa je u takav, izrazito kompliciran sistem, teško inkorporirati bilo kakvu inovaciju, uključujući i medijsku pismenost.

"Bh. obrazovne vlasti nemaju, prije svega, znanje o tome šta predstavlja medijska pismenost, niti shvataju njenu važnost. Uzimajući u obzir činjenicu da obrazovanje u BiH ima mnogo većih problema koje ne uspijeva riješiti, ne čudi da se ovoj temi

posvećuje tako malo pažnje. Ono što čudi jeste da obrazovni radnici koji rade sa djecom i mladima, ali i odraslim, ne zahtijevaju više znanja o medijskoj pismenosti, jer se oni svakodnevno susreću sa brojnim izazovima vezanim za korištenje medija, razumijevanja medijskih sadržaja i nasilje putem medija”, kaže jedna sagovornica.

Sva, do sada, provedena istraživanja pokazuju kako medijska pismenost u Bosni i Hercegovini još uvijek nije visoko na ljestvici prioriteta kreatora (medijskih i obrazovnih) politika. Vladin sektor prepoznat je kao “najslabija karika” razvoja medijske pismenosti, a sagovornici/e se slažu da je upravo vladin sektor izuzetno nezainteresiran za medijsku pismenost.

“Vladin sektor svakako je najtromiji u ovom pogledu i obično zaposlenici iz vladinog sektora predstavljaju jednu od značajnijih ciljnih grupa kojoj treba objasniti značaj koncepta medijske pismenosti”, kaže jedan sagovornik.

Koncept medijske i informacijske pismenosti razvija se, uglavnom, zahvaljujući individualnim naporima entuzijasta/kinja i projektnim aktivnostima NVO sektora, ali se i tu dešavaju preklapanja i dupliranja aktivnosti uslijed nedostatka strateškog planiranja i koordinacije.

“Obrazovne vlasti, ali i javnost, nemaju svijest o važnosti medijske pismenosti, jer im nije stalo. Osim nekoliko pojedinaca/pojedinki koji su ove teme uvrstili u svoje kurikulume gotovo da i nema strukturnog pristupa ovoj vrsti pismenosti. Na razvoju medijske pismenosti u BiH ne radi niko osim nekoliko profesora komunikologije”, ocjena je jedne od sagovornica, koja smatra da bi “medijsku pismenost trebalo razvijati zajednički na nivou države, umrežavanjem nastavnika od osnovnog do visokog obrazovanja, uz svesrdnu pomoć javnih servisa, koji bi, istina, trebali prvo obučiti svoje zaposlene.”

Medijska pismenost bi trebala biti dio formalnih obrazovnih programa, koji bi bili nadograđivani neformalnim programima edukacije iz ove oblasti, no ono što primjećuju sagovornici/e u istraživanju je činjenica da bi uklapanje medijske pismenosti u trenutni obrazovni sistem (izrazito podijeljen po entitetskim i etničkim linijama) moglo čak biti i kontraproduktivno, što potvrđuje i izjava jedne od sagovornica:

“Najbolje bi bilo da je medijska pismenost dio formalnog obrazovanja, jer bi obuhvatila mnogo šire krugove javnosti nego da se svede na neformalne vikend radionice. Međutim, imajući u vidu kakvo je obrazovanje u BiH, nisam sigurna ni da bi formalno obrazovanje bilo dobro rješenje, ako se ne bi razvilo u skladu sa standardima. Mislim i da je zanimljivo pitanje da li bi, i na koji način, monoetnički sistem obrazovanja u BiH uticao i na to kako bi se koncipirao predmet medijske pismenosti u školama.”

Da li će i kada medijska pismenost postati dio nastavnih planova, od predškolskog do visokoškolskog obrazovanja, teško je procijeniti. Za sada je više nego očigledno da medijska i obrazovna zajednica, odnosno uposlenici/e u menadžmentu medija, predstavnici/e nevladinog sektora koji/e se bave medijima, predstavnici/e obrazovnih institucija, kao i NGO-i koji se bave obrazovanjem, a posebno cjeloživotnim učenjem, nisu udružili snage u definiranju, diskusiji i strateškom planiranju medijskog obrazovanja i odgoja, niti su definirali očekivane ishode, ciljeve, pristupe i metode, te se, stoga, i u formalnom i u neformalnom sektoru obrazovanja za medije dešavaju stihijski pokušaji bez većeg efekta.

"Na razvoju medijske pismenosti najviše rade pojedinci. Generalno najviše nevladin sektor i međunarodne organizacije", smatra jedna od sagovornica, dok druga smatra kako "obrazovne vlasti nemaju nikakve jasne politike razvoja medijske pismenosti", te kako "dugoročnih, sistemski osmišljenih programa medijskog opismenjavanja za sada nema. Aktivnosti koji se provode uglavnom su povremene i projektnog karaktera što znači da se završavaju nakon određenog vremena, bez kontinuiranog rada, izgrađenih ljudskih i drugih resursa i dugoročnih rezultata."

Naši/e sagovornici/e, dakle, nevladin sektor prepoznaju kao onaj koji na određeni način nastoji kompenzirati propuste uočene u formalnom sistemu obrazovanja putem neformalnih edukacija, diskusija, seminara, obuke trenera, objavljivanja analiza i publikacija na temu medijske pismenosti, aktivnosti usmjerenih ka razvoju programa iz oblasti medijske pismenosti na visokoškolskim ustanovama, podrške istraživanjima u oblasti medijske pismenosti, promocije koncepta građanina novinara, aktivnosti usmjerenih ka promociji sigurnog korištenja interneta i informacionih i komunikacionih tehnologija, publiciranja analiza medijskih sadržaja, poticanja omladinskog novinarstva itd. Istraživanje o medijskoj pismenosti u Bosni i Hercegovini (Tajić, 2013) pokazalo je da u Bosni i Hercegovini postoji desetak nevladinih organizacija koje su, u manjoj ili većoj mjeri, aktivne u oblasti unapređenja medijske pismenosti. Najčešće se radi o samo jednom određenom aspektu medijske pismenosti, kao što je, na primjer, sigurnost djece i mladih na internetu, razvoj komunikacijskih sposobnosti ili razvoj sposobnosti kritičke evaluacije sadržaja za određenu ciljnu grupu. Ovo su svakako važni, ali još uvijek nedostatni pomaci u razvijanju medijske pismenosti kao podloge društvenog razvoja u BiH. Naši/e sagovornici/e navode neke od tih pozitivnih primjera:

"Pozitivan primjer je web portal www.sigurnodijete.ba pokrenut u okviru projekta 'Sveobuhvatan pristup rješavanju problema dječije pornografije u BiH'. Drugi pozitivan primjer je seminar za profesore i gimnazijalce u BiH 'Medijska pismenost-razumijevanje medija i svojih prava na istinu', u organizaciji Vijeća za štampu i online medije. Treći primjer je edukacija nastavnika o uloji i potencijalima medija u funkcionisanju demokratskog društva u okviru projekta 'Ja građanin' koji provodi CIVITAS."

"Pozitivan je primjer djelovanje web-platforne analiziraj.ba. koja je osnovana s ciljem praćenja, analiziranja i procjenjivanja medijskih sadržaja u Bosni i Hercegovini. Ovaj projekt pruža podršku istinitom, blagovremenom, vjerodostojnom i potpunom informiranju građana, te omogućuje građanima da u procesu kritičkog gledanja i čitanja vijesti ostvaruju kvalitetniju participaciju u procesima donošenja odluka. Analiziraj.ba omogućava građanima da kreiraju stavove i mišljenja na bazi kvalitetnih i višestranih analiza medijskih sadržaja."

Sagovornici/e su podijeljenog mišljenja u pogledu uloge formalnog i neformalnog sistema obrazovanja u razvoju medijske pismenosti. Dok neki/e od njih smatraju kako je ključna uloga institucija formalnog obrazovanja, drugi/e zagovaraju višedimenzionalni pristup.

"Ozbiljan pristup i dugoročni rezultati mogu se očekivati samo ako se medijska pismenost involvira u formalno obrazovanje. U suprotnom, ostaće na nivou kratkoročnih i povremenih aktivnosti i zavisiti od priliva donatorskih sredstava", smatra jedna od sagovornica, dok jedan od sagovornika kaže:

"Zagovaram višestruki pristup različitih aktera. U domenu medijske pismenosti nedostaje nam osnovna infrastruktura – kvalitetni naučni radovi, važne policy studije, dobri udžbenici i priručnici, diskusione grupe itd. Isto tako, postojeće institucije i organizacije (npr. RAK, VZS) trebaju biti transparentnije i proaktivnije u svome radu prema javnosti. Potrebno je javnosti objasniti zašto je nešto govor mržnje ili kleveta ili uvreda, a ne samo donijeti odluku pozivajući se na određene članove zakona ili kodeksa. Također, potrebno je otpočeti s uvođenjem medijske pismenosti u sistem formalnog obrazovanja. Vjerovatno u početku kroz određene pilot-projekte, a kasnije puno sistematičnije."

Jedna od sagovornica dijeli ovo mišljenje i kaže: *"Mislim da oba vida edukacije, i formalni i neformalni, mogu polučiti dobre rezultate te da su komplementarni. Formalno obrazovanje može ponuditi sistematski pristup ovoj tematici i smatram da se ono treba ponuditi studentima fakulteta gdje se već ne izučava žurnalistika i komunikologija. Neformalna edukacija ima nekoliko prednosti – može dosegnuti ciljne skupine koje su važne a više nisu u sistemu formalnog obrazovanja, i fleksibilnije je u pogledu samog pristupa temi."*

Budući razvoj medijske pismenosti ovisit će, prije svega, o tome koliko bosanskohercegovačka obrazovna i medijska zajednica bude spremne na konstruktivan dijalog i postizanje konsenzusa o važnosti medijske pismenosti za bosanskohercegovačko društvo, te o tome koliko uspješno ovu poruku budu sposobni transferirati u institucije političkog odlučivanja i izlobirati podršku za nju. Neki/e od sagovornika/ca u istraživanju smatraju kako je za sada vjerovatnoća da će se to uskoro i desiti vrlo mala, budući da bi upravo medijsko opismenjavanje

građana/ki i jačanje njihovog kritičkog odnosa spram medija i medijskih sadržaja ugrozilo postojeće odnose moći u trouglu politika-mediji-javnost, odnosno pomoglo da građani/ke bolje razumiju mehanizme utjecaja medija i na medije. Tako bi građani/ke, posljedično, tražeći kvalitetnije, odgovornije, profesionalnije sadržaje o pitanjima, temama i fenomenima od javnog interesa proširivali medijski i javni prostor, otvarali ga za alternativna gledišta i/ili se barem suprotstavljali njegovom sužavanju. Drugim riječima, jačanje kritičke javnosti i misleće društvene i političke zajednice u današnjoj konstelaciji političkih i društvenih snaga u Bosni i Hercegovini, čiji je primarni cilj održavanje statusa quo (a samim tim i neohrabrivanje razvijanja kritičke svijesti kod šire javnosti), djeluje kao utopija.

No, bez obzira na sve prepreke i ograničenja koja postoje, medijska pismenost, slažu se naši/e sagovornici/e, može biti značajan korak naprijed u prevazilaženju etnonacionalnih i etnoteritorijalnih podjela građana/ki, odnosno javnosti. Upravo u etnonacionalnim podjelama javnosti i činjenici da građani/ke biraju medije i izvore informacija prema etničkoj i teritorijalnoj pripadnosti, leži jedan od uzroka *shrinking spacea* u javnom, odnosno medijskom prostoru u BiH i, u tom kontekstu, medijska pismenost mogla bi biti dio rješenja. Riječima nekih od sagovornika/ca:

"Medijska pismenost je izuzetno važna s obzirom na (nacionalnu) podijeljenost medijske scene. Najznačajnije je razvijati kritički pristup medijskim sadržajima i samim medijima. Rijetko se sadržaji čitaju u pravom kontekstu (zašto je ovo objavio ovaj medij/zašto nešto nije objavio, na koji način je informacija prezentovana, šta je bila svrha ove objave, koji je finansijski/politički/ideološki background ovog medija)."

"Medijska pismenost je važna, prvenstveno za zaštitu i razumijevanje medija i medijskih sloboda. Mislim da građani/ke apsolutno nisu svjesni važnosti medija."

Neke od ključnih preporuka naših sagovornika/ca za adekvatan razvoj medijske pismenosti su:

- Medijska pismenost mora dobiti adekvatno mjesto u formalnim obrazovnim programima (za sada postoji u tragovima, i sa zastarjelim konceptom). U tom kontekstu, neophodno je osavremeniti nastavne programe u dijelu koji se odnosi na medijsku pismenost i prilagoditi ih zahtjevima digitalnog okruženja.
- Nužno je povećati i ponudu za sticanje znanja o medijima i neformalnim programima obrazovanja.
- Prije same implementacije programa medijske pismenosti u formalnom i neformalnom sistemu obrazovanja, potrebno je kvalitetno i sistematično educirati nastavnike/ce za realiziranje takvih programa.
- U pogledu sadržaja programa medijske pismenosti, važno je uključiti u programe i pozitivne medijske funkcije i doprinos medija rješavanju društvenih

problema, tj. njihove participativne kapacitete umjesto fokusiranja na medijsku manipulaciju.

- Drugim riječima, neophodno je preusmjeriti fokus s protekcionističkog na građanski pristup medijskoj pismenosti.

Snažniji razvoj medijske pismenosti pomogao bi “pretvaranju” pasivnih konzumenata/ica medijski posredovanih informacija u aktivne građane/ke javne sfere, što bi pomoglo smanjenju apatije kod građana/ki BiH, te preveniralo širenje lažnih informacija i *fake news*, koje publika prihvata zdravo za gotovo, bez ozbiljnijeg promišljanja i preispitivanja. Nadalje, uslijed dugogodišnje nedemokratske tradicije (u kojoj su novinari/ke bili/e društveno-politički radnici/e) i postratne tranzicije (u kojoj su mediji postali sredstvo ostvarivanja političkih (i drugih) interesa i ciljeva), građani/ke BiH, općenito, slabo razumiju društvenu ulogu medija i koncept javnog interesa, te bi medijsko opismenjavanje publike trebalo da doprinese rješavanju tog problema. Medijski pismena publika, također, trebala bi snažnije podržati ozbiljno istraživačko novinarstvo i poduprijeti *fact-checking*, što bi pomoglo da se politički predstavnici/e i drugi akteri/ke javne scene više drže odgovornim za svoje izjave i djelovanje, te da se njihovim interpretacijama stvarnosti suprotstave i alternativna gledišta, čiju će relevantnost i važnost građani/ke biti sposobni/e prepoznati. Tako bi medijska pismenost, posredno, doprinijela rješavanju problema *shrinking spacea* u medijima u Bosni i Hercegovini.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA I PREPORUKE

Zaključna razmatranja i preporuke

Mediji bi trebali imati ključnu ulogu u uspostavi i održavanju javnih debata koje se odnose na sva pitanja koja su od društvenog značaja. Cilj istraživanja bio je ispitati da li i koliko mediji doprinose pokretanju javnih debata, koliko u medijima ima prostora za sve glasove (ne samo dominantne), te na koji način funkcioniraju bosanskohercegovački mediji i koji su faktori koji utječu na evidentno sužavanje medijskog prostora. Generalna hipoteza istraživanja glasila je: mediji u Bosni i Hercegovini doprinose sužavanju javnog prostora za alternativna gledišta i razmjenu ideja i mišljenja, što je uzrokovano, kako vanjskim pritiscima na medije (političkim i ekonomskim), tako i unutarnjim problemima medijske zajednice (cenzura i autocenzura, loš socijalni status i izrazito niska solidarnost novinara/ki), te niskim nivoom medijske pismenosti publike, koja rijetko ili nimalo podržava ozbiljan medijski rad.

Da bi se dobili kvalitetni odgovori na široko postavljena pitanja, a u svrhu dokazivanja navedene hipoteze, bilo je potrebno provesti terensko istraživanje i obaviti dubinske intervjuje s novinarima/kama, urednicima/ama, analitičarima/kama, predavačima/cama na katedrama za medije i komunikologiju, te uposlenicima/ama u nevladinim organizacijama, koji se aktivno bave temama koje se odnose na rad medija, medijske sadržaje itd.

S obzirom da je istraživanje podijeljeno u osam cijelina (zakonska regulativa medija, politički pritisci, ekonomski pritisci, socioekonomski status novinara/ki, uloga međunarodnih donatora, medijska pismenost u Bosni i Hercegovini, Javni servis BiH i etički kodeksi i profesionalno novinarstvo) u zaključnim razmatranjima ćemo posebno predstaviti ključne nalaze do kojih smo došle u toku istraživanja za svaku od navedenih oblasti, te izdvojiti ključne faktore koji doprinose sužavanju medijskog prostora.

Kada je u pitanju zakonska regulativa medija, postoji nekoliko ključnih problema ili, bolje rečeno, nedostataka, koji utječu na sužavanje medijskog prostora i ograničavaju novinare/ke u njihovom radu. Iako su postojeći zakoni na zadovoljavajućem nivou i ne zaostaju za zakonima zemalja s razvijenom demokratijom, glavni problem je loša provedba ovih zakona koja umnogome otežava rad novinarki i novinara i suočava ih s brojnim preprekama u svakodnevnom obavljanju posla.

To se prije svega odnosi na Zakon o slobodnom pristupu informacijama i Zakon o zaštiti od klevete, koji imaju suštinske nedostatke koji otežavaju njihovu primjenu.

Zakon o slobodnom pristupu informacijama bi trebao biti zakon svih građanki i građana BiH, međutim, većina institucija koristi zakonski rok od 15 dana za dostavljanje informacija, a često ih uopće i ne dostave ili ih dostave nepotpune. Novinari/ke se sve manje oslanjaju na ovaj zakon, jer ne postoji mehanizam prisilne primjene, a i izmjene su učinile da sve manje novinara/ki koristi ZOSPI.

Većina bosanskohercegovačkih zakona je donesena uz intervenciju Međunarodne zajednice i često su ti zakoni samo preneseni iz razvijenih zemalja, odnosno nije se dovoljno vodilo računa o lokalnom kontekstu, što je dovelo do toga da su u BiH zakoni ispred stanja u novinarstvu, odnosno zakoni ne slijede razvoj društva. Prenosenje zakona dovelo je i do nekih nepreciznosti u samom prevodu, što, također, ostavlja prostor za zloupotrebe.

Govor mržnje nije precizno definiran, što veoma utječe na medijske sadržaje, jer nema nikakvih sankcija.

Zakon o zaštiti od klevete koristi se kao mehanizam pritiska na novinare/ke, jer su redakcije i novinari/ke zatrpani tužbama, što iziskuje puno provedenog vremena na ročištima umjesto na terenu ili u redakciji, stresa oko dokazivanja da su napisane informacije tačne, ali i jača cenzuru i autocenzuru, jer su donosioci sudskih odluka, prema tvrdnjama intervjuiranih, uglavnom u sprezi s političkim i ekonomskim moćnicima.

Iako postojeća zakonska regulativa štiti i promovira slobodu medija i novinara/ki, mnogi/e od intervjuiranih navode da je to samo formalno, odnosno da su novinari/ke zaštićeni/e na papiru, ali da je u praksi stanje drugačije, te da su nezaštićeni/e i obespravljani/e.

Regulatorna agencija za komunikacije je na početku uspostave radila veoma dobar posao na sređivanju medijske scene i eliminacije govora mržnje iz javnog prostora. Međutim, politička situacija se nepovoljno odrazila i na ovu agenciju, tako da je rad RAK-a znatno oslabljen i sagovornici/e smatraju da bi agencija trebala bolje funkcionirati i koristiti svoje nadležnosti.

Iako je zakonska obaveza medija da objavljuju i sadržaje manjinskih grupa, što je naročito bitno za Javni servis BiH, uviđamo da ni tu situacija nije na zadovoljavajućem nivou, odnosno da u programima javnih emitera ima veoma malo ovakvih sadržaja, a što se može smatrati uredničkim propustom.

Sve ove nepreciznosti unutar zakona i zloupotrebe zakonske regulative doprinose srozavanju kvaliteta novinarstva, dovode do ozbiljnih poteškoća u radu medija, što zatvara prostor za brojne društveno bitne teme. Situacija je ista i u komercijalnim i u javnim medijima. Naši/e sagovornici/e navode da bi donošenje tri veoma bitna zakona značajno utjecalo na poboljšanje unutar medijske scene. Ti zakoni su:

- zakon o transparentnosti vlasništva u medijima,
- zakon o oglašivačkoj industriji,
- zakon o finansiranju medija.

Kao još jedan problem u zakonskoj regulativi, navodimo i set zakona o Javnom servisu BiH, koji je nefunkcionalan, ostavlja prostora za brojne političke malverzacije, a značajan dio zakonskih odredbi se uopće ne poštuje.

Učesnici/e istraživanja su naveli/e brojne direktne i indirektne političke pritiske na medije – od uvjetovanja finansiranjem medija, do etiketiranja medija kao neprijateljskih i direktnih prijetnji novinarkama i novinarima.

Za većinu vlasnika/ca medija, bili oni komercijalni ili javni, prioritet su dobri odnosi s političkim strukturama, a uzmemo li u obzir da se većina medija finansira uz pomoć oglašivača, koji su često i javne institucije, uočavamo spregu političkih i ekonomskih moćnika. Nezamjeranje ovim strukturama za značajan dio medijskih vlasnika/ca obezbjeđuje profit. Međutim, situacija je skoro identična i kada je riječ o javnim medijima. Politički pritisci na Javni servis BiH, koji se ogledaju u miješanju u uređivačku politiku, postavljanje odanih političkih kadrova u upravne odbore, nepozivanje na neplaćanje RTV preplate, problemi su koji prate Javni servis BiH još od njegove uspostave.

Politički moćnici opstruiraju rad novinara/ki i zabranjujući im da prisustvuju na konferencijama, a jedini razlog za to je neslaganje s uređivačkom politikom tog medija, odnosno ako je taj medij objavio bilo kakvu informaciju o malverzacijama određenog političara/ke ili njegove/njene političke stranke. Također, kao politički pritisak navodi se i preporuka za izbjegavanje medija, koja dolazi od političkih i ekonomskih subjekata a usmjerena je prema svim zainteresiranim za medij koji su oni proglasili nepoželjnim partnerom za saradnju.

Kao politički pritisci prepoznata su i miješanja političkih dužnosnika/ca u izbor gostiju/gošći emisije (ukoliko urednik/ca ili novinar/ka) želi da i oni/e gostuju u emisiji, utjecaj na konačni izgled priloga ili članka, što je preduvjet da bi novinari/ke dobili/e potrebne podatke, kao i utjecaj urednika/ce na novinara/ku da u ime određene političke stranke objavi priču.

Fizičke prijetnje novinarima/kama i članovima njihovih porodica, jer su objavili/e sadržaj koji ne odgovara određenim strukturama moći, učestala su pojava u BiH još od potpisivanja Dejtonskog mirovnog sporazuma. Prijetnje i neadekvatna zaštita novinara/ki definitivno su mnogo utjecali i na iščezavanje istraživačkog novinarstva iz medijskog prostora.

Pored političkih pritisaka na medije i medijske uposlenike/ce, druga vrsta pritisaka, koja također onemogućava profesionalno novinarstvo, dolazi od oglašivačke industrije.

Ključni problem, osim nepostojanja zakona o transparentnosti vlasništva, predstavlja i nepostojanje podataka o načinu finansiranja medija, što ukazuje da, ukoliko ne znamo ko čini vlasničku strukturu medija, ne možemo utvrditi da li i po kojoj liniji postoji utjecaj na uređivačku politiku kroz neko od oglašavanja. U Bosni i Hercegovini je nekoliko načina finansiranja medija i kroz svaki od njih je moguće vršiti ekonomske pritiske na medije. To su: dodjeljivanje sredstava iz javnih fondova i budžeta, RTV taksa za javne emitere, oglašivačka industrija i sredstva iz fondova međunarodnih donatora. Dodjeljivanje sredstava iz budžeta, većina medija naziva kupovinom šutnje, odnosno mediji i novinari/ke koji/e računaju na dodjelu tih sredstava svjesno ulaze u polje i cenzure i autocenzure, ne objavljujući teme koje bi mogle utjecati na nedobivanje ovih sredstava.

Pritisak oglašivačke industrije vidljiv je i kada su u pitanju i komercijalne i javne kompanije. S obzirom da najveći broj medija egzistira zahvaljujući sredstvima od oglašavanja, urednici/e i novinari/ke svjesno pristaju na šutnju i ne obrađuju teme koje se tiču oglašivača, jer će u protivnom biti povučeni oglasi. Posebno treba naglasiti da su neki od najvećih oglašivača javne kompanije u čijim upravama se nalaze ljudi koje su postavile političke partije. Komercijalni ugovori se sklapaju direktno ili indirektno. Direktno s oglašivačima ili putem marketinških agencija, koje također imaju utjecaj na uređivačku politiku, pa mediji odbijaju i da o njihovim aktivnostima izvještavaju, ako je u pitanju nešto negativno u vezi s poslovanjem.

Veoma problematičan aspekt je mjerenje gledanosti televizijskih stanica, i podaci se ne prikupljaju sistematično, a ne postoji niti jedno tijelo koje bi moglo utvrditi relevantnost tih podataka.

Utjecaj oglašivačke industrije nije samo bosanskohercegovački fenomen, ovaj trend prisutan je u cijelom svijetu, ali je u Bosni i Hercegovini znatno izraženije jer je manje tržište.

Problem naplate RTV takse doveo je i javne emitere u izuzetno nepovoljan finansijski položaj, tako da je i u ovim medijima bitan novac od oglašivača.

Mediji koji se finansiraju uz pomoć grantova međunarodnih organizacija ne ovise o oglašivačkoj industriji i dodjeli sredstava iz javnih fondova i budžeta, međutim, prema nalazima istraživanja, donatori su ti koji ili kreiraju ili imaju veliki utjecaj na uređivačku agendu medija kojima daju novac, što također može imati utjecaja na cenzuru i autocenzuru. Sve navedeno nam ukazuje da su politički i ekonomski pritisci često veoma isprepleteni te da čine simbiozu, a i jedna i druga vrsta pritisaka u velikoj mjeri smanjuje prostor za diskusiju o društveno relevantnim temama.

Socioekonomski status novinara/ki je veoma nepovoljan. Naši/e sagovornici/e su ukazali/e da je novinarska profesija veoma degradirana i potcijenjena, na šta ukazuju i dostupni podaci o primanjima medijskih djelatnika/ca. Većina novinara/

ki radi honorarno, bez ugovora ili su prijavljeni na minimalna primanja. Novinari/ke su pravno nezaštićeni, nemaju podršku javnosti, prisiljeni su da rade veliki broj priča svakodnevno, često nemaju vremena da provjeravaju detalje, jer je za većinu komercijalnih medija prioritetan kvantitet, umjesto kvaliteta sadržaja.

To je rezultiralo pojavom bogatih vlasnika/ca medija i siromašnih novinara/ki koji/e djeluju pod velikim ekonomskim i političkim pritiscima, te često podliježu autocenzuri, da ne bi ugrozili/e vlastitu egzistenciju. Značajan dio novinara/ki odlazi/e i u druge sektore ili, kako naglašavaju sagovornici/e, radije odlaze da rade u službama odnosa s javnošću, gdje su primanja također skromna, ali je značajno manji pritisak i opis posla.

Iako dio novinara/ki pristaje na odanost političkim strukturama, radi bolje pozicije i ekonomskih prihoda, većina onih koji/e svom pozivu pristupaju profesionalno nalazi/e se i pod velikim pritiskom uredničkih i vlasničkih struktura, a svaka neposlušnost se sankcioniše.

Neki sagovornici/e navode i da bi problem mogao biti, barem djelomično, riješen uspostavljanjem medijskog sindikata koji bi bio značajan za radno-pravnu zaštitu novinara/ki, međutim i tu ostaje otvoreno pitanje koliko bi jedna takva institucija bila meta političkih pritisaka. Ono što je sada evidentno jeste da novinari/ke trpe brojne uvrede i prijetnje za svoj rad, što dolazi i od javnih dužnosnika/ca, međutim, nijedno od postojećih tijela nema mogućnost ozbiljnije zaštite novinara/ki i sve se svede na osude, otvorena pisma i sl., koja nemaju posebnu težinu.

Novinari/ke su demotivirani, svjesno izbjegavaju ozbiljne istraživačke priče, uvjeti za rad su često veoma nepovoljni, a činjenica i da nemaju uspostavljenu nijednu instituciju koja bi doprinijela poboljšanju njihovog statusa dovodi do svjesnog pristajanja na autocenzuru, čime se zatvara prostor za kvalitetne priče od javnog interesa i značaja.

Javni servis Bosne i Hercegovine je, zapravo, prenesena slika cjelokupnog bosanskohercegovačkog društva. Moglo bi se kazati da su svi problemi koji ograničavaju i onemogućavaju rad novinara/ki komercijalnih medija identični i za novinare/ke javnih emitera. Status i položaj novinara/ki Javnog servisa je izuzetno nepovoljan. Novinari/ke koji/e rade na Federalnoj televiziji i BHRT-u rade na veoma staroj opremi, doprinosi im se uplaćuju neredovno i velika je razlika između novinarskih i uredničkih plata. Kada je u pitanju Radio-televizija Republike Srpske, nekoliko sagovornika/ca je ovaj medij navelo kao primjer medija koji djeluje pod izrazitom političkom kontrolom, što se lako uviđa kroz sadržaj koji objavljuje ova televizijska kuća, odnosno jasan je utjecaj politike SNSD-a i Milorada Dodika.

Set zakona o Javnom servisu BiH je izrazito nefunkcionalan, a pojedini/e poličari/ke iz reda hrvatskog naroda, otvoreno pozivaju hrvatsko stanovništvo iz BiH na neplaćanje RTV pretplate dok se ne uspostavi četvrti emiter na hrvatskom jeziku, što je također primjer političkog pritiska na Javni servis.

Prihodi od RTV takse i marketinga se ne raspoređuju po principu 50% prihoda BHRT-u, a po 25% entitetskim emiterima – FTV-u i RTRS-u.

BHRT se nikada nije uspjela nametnuti kao javni servis svih građanki i građana Bosne i Hercegovine.

Za nezavidnu situaciju u kojoj se našao Javni servis BiH odgovornost snose i politički dužnosnici/e, nefunkcionalni zakoni, postavljanje stranačkih ljudi u upravne odbore i nesposobnost menadžmenta, naveli su sagovornici/e.

Za promjenu trenutačne situacije potrebno je osigurati stabilne izvore finansiranja koji će omogućiti kvalitetan rad javnih servisa, što uključuje sve društvene segmente (informativno-politički, kulturni, dokumentarni, programe za manjinske grupe, dječiji program itd.), ali i osigurati nemiješanje političkih elita u uređivačku politiku javnih servisa BiH.

U ovakvoj konstelaciji odnosa, gdje političke strukture (bez obzira koje su stranke na vlasti) pokušavaju potčiniti javne emitere i utjecati na uredničke odluke, gdje oglašivači imaju značajan dio u samom funkcioniranju, što se odražava i na neobjavlivanje sadržaja koje oni smatraju nepodobnim, teško da se može naći prostora za sve glasove bh. društva. Umjesto podsticanja na javnu debatu i otvaranja i davanja prostora temama od društvenog značaja, javni emiteri su opterećeni brigom za egzistenciju, nepovoljnim uvjetima za rad novinarki i novinara, odlaskom značajnog dijela uposlenika/ca u druge medije, i brojnim drugim problemima koji su direktna posljedica političkih i ekonomskih pritisaka.

Uloga međunarodnih donatora u postratnom periodu u Bosni i Hercegovini imala je veliki doprinos u procesima podrške demokratizacije društva, eliminiranja huškačkog i propagandnog govora u medijima, podršku razvoju i funkcioniranju nezavisnih medija i razvoju medijskog tržišta. Zahvaljujući međunarodnoj zajednici i međunarodnim organizacijama, uspostavljena su i regulatorska i samoregulatorska tijela – Regulatorna agencija za komunikacije i Vijeće za štampu.

Sagovornici/e navode da je finansijska podrška međunarodnih organizacija imala ogroman značaj i za razvoj i podršku istraživačkog novinarstva, kao i za razvoj medija u kojima ima prostora i za alternativne i drugačije glasove iz cijelog društva. Ta podrška se ogleda i u uspostavi medija čiji je zadatak bio i da povežu građane/ke iz cijele države, odnosno da se uspostave tzv. zajednički mediji za sve.

Zahvaljujući finansijskoj podršci donatora, u Bosni i Hercegovini i danas egzistiraju mediji koji se bave istraživačkim temama, kao što su Centar za istraživačko novinarstvo i *online* magazin Žurnal. Ova dva medija su pokrenula brojne istraživačke priče te je, upravo, zahvaljujući njima javnost upoznata s raznim političkim malverzacijama, pronevjerama, zloupotrebama službenih položaja i sl.

Međutim, bez obzira na ove slučajeve, međunarodni donatori su nemoćni da popune sve praznine medijskog tržišta. Mediji koji se bave istraživačkim pričama

često nisu prepoznati u javnosti kao korisni i neophodni, a političari/ke ih etiketiraju kao strane plaćenike, izdajničke medije, medije koji rade protiv svog naroda itd. To sve ima velikog utjecaja na stavove publike.

Postojanje ovakvih medija u društvu daje prostora za javne debate, međutim, ovi mediji za većinu nemaju značaj kakav imaju *mainstream* mediji, te nikada nisu među najčitanijim.

Sve navedeno imalo je snažan utjecaj na pad etičkih standarda u medijskim kućama, odnosno od novinara/ki se često traži da izaberu između egzistencije i etike.

Novinari/ke pribjegavaju autocenzuri, ne izvještavaju o temama koje su uredničkom odlukom “zabranjene”, te često cenzuriraju svoje tekstove za koje znaju da bi ih urednici/e svakako cenzurirali. Za većinu vlasnika/ca, novinari/ke su jeftina i zamjenjiva radna snaga, a u takvim okolnostima uvijek stradaju etički standardi i kodeksi.

Imperativ vlasnika/ca većine komercijalnih medija je kvantitet vijesti te novinari/ke često i nesvjesno krše etičke postulate.

Na pad etičkih standarda veliki utjecaj ima i neizricanje sankcija za govor mržnje u javnom prostoru, te se vlasnici/e osjećaju zaštićeno kada objavljuju nepodobne sadržaje.

Razvoj društvenih mreža također je utjecao na zanemarivanje etičkih standarda, odnosno pojava lažnih vijesti koje se uglavnom šire preko društvenih mreža, a većina novinara/ki u nedostatku vremena ili u želji da obezbijedi čitanost ili gledanost uopće ne provjerava podatke.

Sagovornici/e navode da je insistiranje na stabilnom finansiranju medija i izricanje sankcija za kršenje etičkih pravila ključ vraćanja novinarske etike u medije.

Politički i ekonomski pritisci su se direktno reflektirali na odsustvo etičkih standarda u medijima.

Insistiranje na razvoju i izučavanju medijske pismenosti, značajno bi utjecalo na stavove publike koja često i nije svjesna na koje je sve načine izložena manipulacijama.

Značaj medijske pismenosti jeste u osposobljavanju publike i javnosti za kritičko promišljanje medijskih sadržaja i uviđanje načina funkcioniranja medija.

Jedino medijski pismeno društvo može imati značajnu ulogu kao korektiv medijske scene i insistirati na kvalitetnim medijskim informacijama.

Međutim, osim što je medijska pismenost na veoma niskom nivou, ovom pitanju se ne pristupa sistematski, a nema ni konzensusa oko strategije učinkovitog razvoja medijske pismenosti u BiH. Bosanskohercegovačke obrazovne vlasti ne prepoznaju značaj medijske pismenosti za stanovništvo, pa se ova oblast ne izučava ni u srednjoškolskim ni visokoškolskim institucijama.

Za sada su jedino nevladine organizacije i pojedinci/ke pokazali/e interes za ovo pitanje, međutim, to je nedovoljno, jer bi se medijska pismenost trebala razvijati na nivou cijele BiH, a osim neformalnih edukacijskih programa, potrebno je ozbiljno strateško planiranje i koordinacija u koje bi bili uključeni/e i profesori/ce s katedri za medije i komunikologiju, novinari/ke Javnog servisa, eksperti/ce za ovu oblast, i nastavnici/e iz osnovnih i profesori/ce iz srednjih škola.

Insistiranje na uvođenju i razvoju medijske pismenosti imalo bi velikog značaja i za povratak etike u medijske kuće, na čemu bi insistirala medijski opismenjena javnost.

Istraživanje je pokazalo kako su uzroci *shrinking spacea* u Bosni i Hercegovini i medijski i izvanmedijski, odnosno kako dio odgovornosti za utišavanje alternativnih glasova u javnom prostoru leži na medijima i novinarima/kama (koji/e partikularne interese vlasnika/ca stavljaju ispred javnog interesa, pribjegavaju cenzuri i autocenzuri zarad održavanja dobrih odnosa s političkim i ekonomskim elitama, te među kojima tek rijetki imaju senzibilitet za alternativna mišljenja, stavove i gledišta), dok dio te odgovornosti leži i na drugim akterima/kama (regulatorima, donosiocima zakonskih rješenja, te posebno političkim i ekonomskim elitama, koji medije smatraju svojim “alatom” za ostvarivanje interesa, vršeći različite oblike pritiska, kako političkih tako i finansijskih i drugih), no svakako je dio odgovornosti i na javnosti, koja malo ili nimalo podržava rad malobrojnih kvalitetnih medija, koji se ne libe oduprijeti *shrinking space* mehanizmima.

U najkraćem, dakle, neke od ključnih preporuka naših sagovornika/ca za unapređenje stanja medijske scene u Bosni i Hercegovini, odnosno za krieranje takvog medijskog prostora koji će biti dio rješenja, a ne problema *shrinking spacea* u BiH su:

- Usvajanje zakona o transparentnosti vlasništva,
- Usvajanje zakona o oglašivačkoj industriji,
- Usvajanje zakona o finansiranju medija,
- Precizno definiranje govora mržnje i sistemski pristup u njegovom suzbijanju, ali uz punu zaštitu slobode govora,
- Dovršetak procesa digitalizacije u BiH,
- Suprotstavljanje političkim i ekonomskim pritiscima i, u tom kontekstu, veća solidarnost i bolja organiziranost novinara/ki,
- Uspostavljanje Registra medija sa svim relevantnim pokazateljima vezanim za medije (vlasništvo, impressum itd.),
- Transparentnije i kvalitetnije kontrolirano mjerenje gledanosti medija, kako bi se obezbijedila pouzdanost podataka ove vrste,

- Transparentnije i na fer osnovama dodjeljivanje sredstava iz javnih fondova koje bi bilo garantirano putem zakonske regulative i eventualne uspostave određenog tijela koje bi ga nadgledalo na nivou države,
- Odvajanje informativnih od reklamnih i promotivnih sadržaja i jasno označavanje promotivnih sadržaja u medijima kao ključni preduvjet da građani/ke budu upućeni u to koji su sadržaji sponzorirani, a koji ne,
- Insistiranje na važnosti edukacije i samoedukacije novinara/ki i, u tom kontekstu, osavremenjavanje i podizanje kvaliteta obrazovanja novinara/ki (studija novinarstva),
- Uspostavljanje medijskih sindikata koji će se istinski boriti za pravnu zaštitu novinara/ki,
- Snažna podrška opstanku Javnog RTV sistema, uz smislen strateški pristup njegovoj reformi i osavremenjavanju,
- Insistiranje na vraćanju etičkih standarda i poštovanju novinarske deontologije i, u tom kontekstu, značajnija uloga regulatora, samoregulatora i drugih tijela (novinarskih udruženja i slično),
- Davanje adekvatnog mjesta medijskoj pismenosti u formalnim obrazovnim programima i povećanje obrazovne ponude za sticanje znanja o medijima i neformalnim programima obrazovanja.

Podsticanje šire debate i smislenije povezivanje svih aktera/ki medijske scene (vlasnici/e, urednici/e, novinari/ke) i izvanmedijskih aktera (vladin i nevladin sektor, akademija, civilno društvo itd.) moglo bi podići nivo razumijevanja *shrinking space* fenomena među njima, u pokušaju nalaženja rješenja za njegovo prevazilaženje. Za nadati se da će upravo tome, dijelom, doprinijeti i ova knjiga.

IZVORI/LITERATURA

Izvori/literatura

Knjige i članci:

- Babić D. (2009). *Kroz barikade preko javne televizije*. Puls demokratije, dostupno na: <http://www.pulsdemokratije.ba>
- Babić D. (2013). *Saga o hrvatskom kanalu – nepotreban kamen smutnje*. Dostupno na: <http://www.media.ba/bs/magazin-medijska-politika-regulativa/saga-o-hrvatskom-kanalu-nepotreban-kamen-smutnje>
- Brunwasser, M., Marko, D., Turčilo, L. (2016). *Assesment of the Media Sector in Bosnia-Herzegovina*, Sarajevo: Measure BiH. Dostupno na: <https://dec.usaid.gov/dec/content/Detail.aspx?ctID=ODVhZjk4NWQtM2YyMi00YjRmLTkxNjktZTcxMjM2NDBmY2Uy&rID=Mzc5NDM3>
- Car, V., Turčilo, L., Matović, M. (ur) (2015). *Medijska pismenost – preduvjet za odgovornije medije*. Sarajevo: FPN.
- Dizdar, S., Turčilo, L., Rašidović, E.B., Hajdarpašić, L. (2012). *Informacijska pismenost: smjernice za razvoj mrežnih modula*. Sarajevo: UNSA.
- Dunham, J. (2015). *Freedom of the press 2015*. Washington: Freedom House. Dostupno na: https://freedomhouse.org/sites/default/files/FreedomofthePress_2015_FINAL.pdf
- Hodžić, S. (2014). *Flash Report 5: Bosnia and Herzegovina*. Dostupno na: <http://mediaobservatory.net/radar/flash-report-5-bosnia-and-herzegovina>
- IREX, Media Sustainability Index dostupno na: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2016-full.pdf.pdf>

- Jusić, T., Ahmetašević, N. (2013). *International Media Assistance in Bosnia and Herzegovina: Lessons Learned*. Policy Brief No. 10. Sarajevo: Analitika - Center for Social Research.
- Kužel, R. et al. (2014). *Assesment of Political Diversity in Media Reporting on General Elections 2014 in B&H*. Sarajevo: Media Plan Institut. Dostupno na: <http://www.mediaplan.ba/docs/FinalReportEN.pdf>
- McOnline redakcija (2016). *Institucije u BiH finansiraju medije sa desetinama miliona maraka godišnje* (2016). Dostupno na: <http://media.ba/bs/magazin-teme-i-resursi/institucije-u-bih-finansiraju-medije-sa-desetinama-miliona-maraka-godisnje>
- Nuhanović, A. (2005). *Demokratija, mediji, javnost*. Sarajevo: Promocult.
- Rhodes, A. (2007). *Ten Years of the Media Support to the Balkans, An Assesment*. Amsterdam: MTFSPSEE
- Rusch, L. (2017). *Media Freedom in Bosnia and Herzegovina*. Dostupno na: <http://www.kas.de/wf/en/71.13562/>
- Schultz, J. (1998). *Reviving the Fourth Estate: Democracy, Accountability and the Media*. London: Cambridge University Press.
- Sokol, A., Hodžić, S. (2017). *Obrasci finansiranja medija iz javnih budžeta, političkih pritisci i finansijska nestabilnost*. Sarajevo: Mediacentar. Dostupno na: http://www.media.ba/sites/default/files/mc_obrasci_finansiranja_medija_-_final_0.pdf
- Soules, M., (2001). *Jürgen Habermas and the Public Sphere*. Dostupno na: <http://www.mala.bc.ca/~soules/media301/habermas.htm>
- Skoko, B. et al. (2016). *Medijske slobode u BiH 2016. Usporedni izvještaj 2009.–2016*. Sarajevo: BH Novinari i FES. Dostupno na: http://bhnovinari.ba/wp-content/uploads/2016/05/fes_medijske_slobode_2016.pdf
- Šiber, I. (2003). *Politički marketing*. Zagreb: Ljevak.
- Tajić, L. (2013). *Medijska pismenost u BiH*. Sarajevo: Internews. Dostupno na: http://www.internews.ba/sites/default/files/resursi/Medijska%20pismenost%20u%20BiH_0.pdf
- Tajić, L., Turčilo, L. (2014). *Media and Information Literacy Policies in B&H*. Pariz: Universite Sorbonne Nouvelle. Dostupno na: http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque140528/rapports/BOSNIA-HERZEGOVINA_2014.pdf
- Tešanović, N. (ur.) (2014). *Balkanski medijski barometar 2014*. Sarajevo: FES.
- Turčilo, L. (2011). *Zaradi pa vladaj: politika-mediji-biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Vlastita naklada.

- Turčilo, L., Buljubašić, B. (2016). *Nevidljiva Evropa: medijska slika evropskih integracija u BiH*. Sarajevo: Fondacija Heinrich Böll Stiftung u BiH. Dostupno na: https://ba.boell.org/sites/default/files/mediji_i_evropska_unija.pdf
- Turčilo, L. (2015). *Medijsko vlasništvo i političkih klijentelizam u Bosni i Hercegovini* Sarajevo: FES. Dostupno na: http://www.fes.ba/files/fes/img/Bilder_Aktivitaeten/Analiza_Lejla_Turcilo.pdf
- Vukobrat, J. (ur.) (2016). *Shrinking Spaces in the Western Balkans*. Sarajevo: Fondacija Heinrich Böll Stiftung u BiH. Dostupno na: <https://www.boell.de/sites/default/files/shrinking-spaces-in-the-western-balkans.pdf>

Pravni dokumenti

BiH:

- “Izborni zakon BiH”, *Službeni glasnik Bosne i Hercegovine*, 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16
- “Krivični zakon BiH”, *Službeni glasnik Bosne i Hercegovine*, 3/03, 32/03, 37/03, 54/04, 32/07, 61/04, 30/05, 53/06, 55/06, 8/10, 47/14, 22/15, 40/15
- “Ustav Bosne i Hercegovine”, Član II (“Ljudska prava i osnovne slobode”), dostupno na: http://www.ccbh.ba/public/down/USTAV_BOSNE_I_HERCEGOVINE_bos.pdf
- “Zakon o javnom radiotelevizijskom sistemu BiH”, *Službeni glasnik BiH* 255/05, dostupno na: <http://www.bhrt.ba/wp-content/uploads/2014/01/Zakon-o-Javnom-RTV-servisu-BiH.pdf>
- “Zakon o komunikacijama”, *Službeni glasnik Bosne i Hercegovine*, 31/03, 75/06, 32/10)
- “Zakon o zabrani diskriminacije u BiH”, *Službeni glasnik Bosne i Hercegovine*, 59/09, 66/16

Brčko distrikt BiH:

- “Zakon o radu Brčko distrikta”, *Službeni glasnik Brčko distrikta*, 19/06, 19/07, 25/08 i 20/13
- “Zakon o zaštiti od klevete Brčko distrikta BiH”, *Službeni glasnik Brčko distrikta*, 1/00
- “Krivični zakon Brčko distrikta BiH”, *Službeni glasnik Brčko distrikta*, 6/05, 21/10, 9/13
- “Izborni zakon Brčko distrikta BiH”, *Službeni glasnik Brčko distrikta BiH*, 17/08, 43/08

Federacija BiH:

- “Krivični zakon FBiH”, *Službene novine FBiH*, 36/03, 37/03, 21/04, 69/04, 18/05, 42/10, 42/11, 59/14, 76/14
- “Zakon o radu FBiH”, *Službene novine Federacije BiH*, 26/16
- “Zakon o slobodi pristupa informacijama u FBiH”, *Službene novine FBiH*, 32/01, 48/11
- “Zakon o zaštiti od klevete FBiH”, *Službene novine FBiH*, 19/03, 73/05

Republika Srpska:

- “Krivični zakon Republike Srpske”, *Službeni glasnik Republike Srpske*, 64/17
- “Zakon o radu RS”, *Službeni glasnik Republike Srpske*, 1/16
- “Zakon o slobodi pristupa informacijama RS”, *Službeni glasnik Republike Srpske*, 20/01
- “Zakon o zaštiti od klevete RS”, *Službeni glasnik Republike Srpske*, 37/01

Internet izvori:

- <http://www.bhnovinari.ba>
- <http://www.parlament.ba>
- http://www.encyclopedia.com/topic/Public_interest.aspx
- <https://index.rsf.org/#!/index-details/BIH>
- World Press Freedom Index, dostupno na: <https://rsf.org/en/ranking>

PRILOZI

LISTA PITANJA ZA INTERVJU

ZAKONSKA REGULATIVA MEDIJA

1. Kako ocjenjujete kvalitet postojećih zakona u BiH?
2. Kako ocjenjujete primjenu postojećih zakona u BiH?
3. Koji su, po Vašem mišljenju, ključni zakoni koji nedostaju kad je riječ o regulaciji medija u BiH?
4. Koji su, po Vašem mišljenju, ključni zakoni koje bi trebalo mijenjati kad je riječ o regulaciji medija u BiH?
5. Da li je zakonska regulativa razvijana prema potrebama medijske scene u BiH ili je kreirana prema zahtjevima i uz intervenciju međunarodne zajednice i preuzimana iz drugih zemalja?
6. Koliko postojeća zakonska regulativa promovira i štiti slobodu medija i novinara, a koliko je ograničava?
7. Da li postojeća zakonska regulativa daje prostora za alternativne glasove i manjinska gledišta u medijima?
8. Kako ocjenjujete rad regulatora medija? Jesu li oni nezavisni i promoviraju li slobodu medija i profesionalne standarde novinarstva?
9. Kako komentarišete primjenu ZOSPI-ja u BiH?
10. Koliko se zakonska regulativa zloupotrebljava kao mehanizam pritiska na novinare/ke (npr. Zakon o zaštiti od klevete)?

POLITIČKI PRITISCI NA MEDIJE I NOVINARE/KE

1. Koji su direktni, a koji indirektni politički pritisci na medije u BiH?
2. Možete li navesti neke primjere konkretnih političkih pritisaka na Vaš ili neki drugi medij u BiH u posljednjih deset godina?
3. Možete li komentirati (ne)funkcioniranje Javnog servisa i da li je, po Vašem mišljenju, ono rezultat političke agende i političkih pritisaka?
4. Da li je u BiH prisutnija cenzura ili autocenzura i po čemu je Vi konkretno prepoznajete?
5. Da li se i kako etnonacionalna podijeljenost društva i javnosti reflektira u medijskoj sferi?
6. Koliko veza politike i medijskih vlasnika ima utjecaja na uređivačku politiku i slobodu rada u redakcijama?
7. Kako biste komentirali odnos političara/ki u vlasti i političkih struktura prema i s medijima (pogotovo javnim servisom) i promjenu uređivačkih politika ovisno o rezultatima izbora?
8. Postoje li neki specifični oblici političkih pritisaka o kojima javnost manje diskutira?
9. Da li i na koji način politika utječe na cenzuru i autocenzuru?

EKONOMSKI PRITISCI I INDUSTRIJA OGLAŠAVANJA

1. Koliko je, po Vašem mišljenju, transparentna oglašivačka industrija i marketinško tržište u BiH?
2. Koliko javne kompanije imaju udjela u oglašavanju?
3. Možete li komentirati istraživanja gledanosti i tiraža medija? Reflektiraju li oni stvarno stanje?
4. Koliko i na koji način marketinške agencije uvjetuju rad medija i kreiraju agendu?
5. Da li i na koji način oglašivačka industrija utječe na cenzuru i autocenzuru?
6. Kako biste komentarisali vezu politika-oglašivači-vlasnici medija u BiH?
7. Da li veličina marketinškog tržišta odgovara broju medija, odnosno da li mediji funkcioniraju prema logici tržišta ili ih se vještački održava na životu drugim sredstvima?
8. Postoji li interes oglašivača za alternativne ili istraživačke medije?

SOCIOEKONOMSKI POLOŽAJ I SOLIDARNOST NOVINARA/KI

1. Kako biste ocijenili socioekonomski položaj novinara/ki u BiH?
2. Jesu li novinari/ke u medijima u BiH radno-pravno zaštićeni (ugovori, visina plaća, uplate doprinosa i osiguranja itd.)?
3. Možemo li reći da u BiH danas imamo bogate vlasnike/ce i urednike/ce medija i siromašne novinare/ke i ako da, koji su uzroci tome?
4. Da li, po Vašem mišljenju i/ili iskustvu, bliskost novinara/ki s uredničkim i vlasničkim strukturama osigurava bolju poziciju u mediju, neovisno o profesionalnim kompetencijama?
5. Da li postoji veza između socioekonomskog statusa novinara/ki i autocenzure?
6. Kako komentirate razjedinjenost novinara/ki (u smislu različitih udruženja, sindikalnog organiziranja, etničke i entitetske podijeljenosti itd.)?
7. Postoji li novinarska solidarnost (u dijeljenju informacija, solidarnosti s ugroženim kolegama/icama, medijima koji se gase itd.)?
8. Da li se udruženja za zaštitu novinara mogu smatrati legitimnim predstavnicima i borcima za prava novinara/ki u ovom kontekstu?

JAVNI SERVIS U BIH

1. Kakvo je Vaše viđenje sistema javnog emitiranja u BiH? Da li je postojeći sistem održiv?
2. Kako vidite Javni servis u kojem Vi radite? Je li on servis građana/ki i na koji način?
3. Koji su, po Vama, uzroci neprovođenja Zakona koji je na snazi (uspostava Korporacije)?
4. Kako Javni servis u kojem Vi radite odgovara na potrebe građana/ki, ne samo u informativnom smislu nego i u smislu drugih funkcija Javnog servisa?
5. Kako Vaš Javni servis odgovara na izazove digitalizacije?
6. Kako, općenito, komentirate, neprovođenje procesa digitalizacije u BiH i šta to znači za javne servise?
7. Da li su tri javna emitera u BiH danas konkurentni ili komplementarni?
8. Da li se, po Vašem mišljenju, svi javni servisi gledaju na cijelom prostoru BiH ili su njihovi gledatelji/ce podijeljeni/e prema etničkim i teritorijalnim linijama?
9. Kako komentirate neplaćanje RTV takse od dijela građana/ki?
10. Koja zakonska rješenja u budućnosti, po Vašem mišljenju, trebaju biti zagarovana?
11. Kakav Javni servis treba građanima/kama BiH?

ULOGA MEĐUNARODNIH DONATORA

1. Kako biste ocijenili ulogu donatora u razvoju medijske scene u BiH?
2. Koji su, po Vašem mišljenju, ključni doprinosi donatora razvoju medija u BiH?
3. Koji su, po Vašem mišljenju, nedostaci međunarodne intervencije u medijsku sferu u BiH?
4. Da li su, po Vašem mišljenju, donatorska sredstva dodjeljivana i korištena na adekvatan način?
5. Da li primjećujete razlike u pristupu kod različitih donatora?
6. Koliko su donatorska sredstva, po Vašem mišljenju, doista podržavala neovisno i profesionalno novinarstvo?
7. Šta su, po Vašem mišljenju, lekcije koje smo naučili iz međunarodne intervencije u medije u BiH?
8. Da li i na koji način donatorska sredstva utječu na agendu medija?
9. Da li su, po Vašem mišljenju, alternativni/manjinski mediji rezultat međunarodne intervencije u medijima i da li je to doprinijelo da se u javnom prostoru čuju alternativni glasovi?

ETIČKI STANDARDI U NOVINARSTVU

1. Kako ocjenjujete odnos vlasnika/ca prema kvalitetnom novinarstvu i novinarima/kama – da li vlasnike/ce zanima etika u novinarstvu ili je jedini cilj profit?
2. Na koji način je, po Vašem mišljenju, moguće vratiti etičke standarde u novinarsku profesiju?
3. Kakvi su etički standardi samih novinara/ki kao njihov unutrašnji kod?
4. Postoje li pritisci izvanmedijskih aktera na novinare/ke uslijed kojih se etika stavlja u drugi plan?
5. Da li su u medijima prisutne autocenzura i cenzura?

MEDIJSKA PISMENOST

1. Kako, općenito, ocjenjujete nivo medijske pismenosti publike u BiH?
2. Da li bh. obrazovne vlasti, ali i javnost, imaju svijest o važnosti medijske pismenosti?
3. Da li ste upoznati s nekim inicijativama, projektima, programima razvoja medijske pismenosti u BiH, koje biste mogli navesti kao pozitivan primjer?
4. Ko, po Vašem mišljenju, više radi na razvoju medijske pismenosti u BiH danas: vladin sektor, nevladin sektor, međunarodne organizacije, pojedinci/ke?

5. Koliko je medijska pismenost uopće važna za medijsku scenu u BiH i kako bi je, po Vašem mišljenju, trebalo razvijati?
6. Treba li medijska pismenost biti dio formalnih obrazovnih programa ili se može podučavati u neformalnom sistemu obrazovanja?

KODNI LIST INTERVJUA

ZAKONSKA REGULATIVA MEDIJA	
Ključne teze intervjua	Preporuke
POLITIČKI PRITISCI NA MEDIJE I NOVINARE/KE	
Ključne teze intervjua	Preporuke
EKONOMSKI PRITISCI I INDUSTRIJA OGLAŠAVANJA	
Ključne teze intervjua	Preporuke
SOCIOEKONOMSKI POLOŽAJ I SOLIDARNOST NOVINARA/KI	
Ključne teze intervjua	Preporuke

JAVNI SERVIS U BIH

Ključne teze intervjua

Preporuke

ULOGA MEĐUNARODNIH DONATORA

Ključne teze intervjua

Preporuke

ETIČKI STANDARDI U NOVINARSTVU

Ključne teze intervjua

Preporuke

MEDIJSKA PISMENOST

Ključne teze intervjua

Preporuke

IZVODI IZ RECENZIJ

Doc. dr. Jelena Kleut

Odsek za medijske studije

Filozofski fakultet

Univerzitet u Novom Sadu

...Posebnu vrednost studiji daju preporuke kojima autorke izlaze iz akademskih okvira u polje primenjenih medijskih politika. Svaka od osam celina sadrži i detaljan popis stvari koje bi trebalo uraditi da bi se stanje u oblasti poboljšalo, a u zaključnom delu navode se najvažniji koraci. Očito je da instant rešenja nisu moguća, da je potrebno kratkoročno i dugoročno angažovanju u svim oblastima. Jasno je, takođe, da zakoni rađeni po evropskim modelima daju dobru osnovu, ali i da oni moraju biti prilagođeni lokalnim prilikama a potom i sprovedeni – što se u Bosni i Hercegovini, ali i drugim zemaljama koje pretenduju na članstvo u EU, ispostavlja kao najveći problem.

Šta treba da se desi da bi se navedene preporuke sprovele u delo? Ovo je pitanje nad kojim čitalac ostaje zamišljen, tim pre ako dolazi iz komšiluka gde se, takođe, smanjuju medijske slobode i na koji bi skoro svaka preporuka mogla da se primeni. Usvajanje nedostajućeg zakonodavstva, posebno kada se radi o transparentnosti medijskog vlasništva, strateški rad na jačanju javnih RTV servisa, osnaživanje medijskih regulatornih i samoregulatornih tela, medijsko opismenjavanje, kao neke od preporuka, zahtevaju da se menjaju stavovi i način rada svih aktera medijskog sistema. Međutim, promene u medijskom pejzažu ne dešavaju se, i neće se desiti u vakumu, one zavise od globalne i lokalne političke i ekonomske klime. Dalje siromašenje ili ekonomska konsolidacija, smanjenje socijalnih nejednakosti ili njihovo produbljivanje, evropske integracije ili dezintegracije, pojeftinjenje novinarskog rada ili njegovo “dobijanje na ceni” (u ekonomskom, ali i političkom smislu) – svi ovi elementi uticaće na sprovodivost datih preporuka a, u krajnosti, i

na dalje širenje ili suzbijanje prikrivenih moći i moćnika, i sužavanje ili širenje već skućenog prostora za otvorenu debatu.

Dr. sc. Igor Vobič

Odjel za komunikologiju

Fakultet za društvene nauke

Univerzitet u Ljubljani

Knjiga Lejle Turčilo i Belme Buljubašić s Univerziteta u Sarajevu razmatra ključna pitanja medijske sfere u Bosni i Hercegovini u pet poglavlja: (1) metodološko-konceptualni okvir koji navodi osnovni cilj, hipoteze i metode istraživanja; (2) kontekstualizaciju i diskusiju prethodnih istraživanja o fenomenu *shrinking space* u BiH; (3) opis medijske scene u Bosni i Hercegovini; (4) ključne nalaze studije u vezi s osam problematičnih oblasti (zakonodavstvo vezano za medije, politički pritisci na medije i novinare, ekonomski pritisci na medije i novinare, socioekonomski status novinara, javni servis, uloga međunarodnih donatora i razvoj medija, etički standardi novinarstva i medijska pismenost javnosti); (5) zaključna razmatranja i preporuke. Pored toga, knjiga daje spisak literature i izvora, te priloge (vodič za intervju i kodni list), kao i biografije autorica...

...Knjiga Lejle Turčilo i Belma Buljubašić pruža značajan ekspertski uvid u problematiku medijske sfere i novinarstva u poslijeratnoj Bosni i Hercegovini. Objašnjavajući političke i ekonomske pritiske, otkrivajući nesigurne uvjete rada novinara i teškoće s kojima se suočavaju kada pokušavaju da se pridržavaju profesionalnih standarda, kao i razmatrajući krizu javnog servisa, autorice pokazuju kako je prostor za javnu raspravu ne samo sužen u Bosni i Hercegovini, nego i isključujući prema određenim pojedincima i grupama. Knjiga se može čitati kao upozorenje da bez suštinske društvene promjene, ne samo u Bosni i Hercegovini, mediji će i dalje ostati tek sredstvo za reprodukciju nepravednih društvenih odnosa i predstavljanje svijeta u skladu s interesima moćnika – bez obzira na emancipatorske potencijale novih tehnologija.

BIOGRAFIJE AUTORICA

Dr. sci. Lejla Turčilo

Dr. sci. Lejla Turčilo vanredna je profesorica na Odsjeku žurnalistike/komunikologije na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, gdje predaje predmete: Opća komunikologija, Teorija medija, Mediji i politika, Online i digitalna komunikacija i TV novinarstvo. Diplomirala je, magistrirala i doktorirala na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu (s temom doktorske disertacije *Vlasništvo nad medijima kao oblik političke moći: refleksije globalnih korporativnih medija na BiH*).

Objavila je tri autorske knjige (*(P)Ogledi o medijima i društvu: članci, eseji, istraživanja* (2017), *Zaradi pa vladaj: politika-mediji-biznis u globalnom društvu i u BiH* (2011) i *Online komunikacija i offline politika u BiH* (2006)), jednu koautorsku knjigu (*Informacijska pismenost-smjernice za razvoj mrežnih modula* sa S. Dizdar, B.E. Rašidović i L. Hajdarpašić (2012)), četiri istraživačke publikacije (*Nevidljiva Evropa: medijska slika EU integracija u BiH* sa B. Buljubašić (2016), *Studija o mladima u BiH* sa J. Žiga, N. Džananović Mirašćija, D. Kapidžić, S. Bašić, A. Osmić, J. Brkić Šmigoc, *Izbori 2010: kako su mediji pratili izbornu kampanju* sa R. Udovičićem i D. Markom (2010) i *Manjinske skupine i mediji u Bosni i Hercegovini* sa J. Vočkić Avdagić, A. Nuhanovićem i V. Repovac (2010)), te bila urednica tri Zbornika radova (s naučne konferencije *Mediji i javni interes* (2016), sa naučnog skupa *Medijska pismenost, preduvjet za odgovorne medije* (2014) i sa naučne konferencije *Vjerodostojnost medija: izazovi globalizacije i specifičnosti regiona* (2012)). Autorica je izvještaja o stanju medijske pismenosti u BiH u 2014. u okviru projekta *Mapiranje medijske pismenosti u Evropi* Univerziteta Sorbonne, Francuska. Objavila je više od trideset naučnih i stručnih radova u Bosni i Hercegovini, Srbiji, Hrvatskoj, Crnoj Gori, Francuskoj, Belgiji, Njemačkoj, SAD i Kolumbiji. Učestvovala je na više naučnih i stručnih konferencija, simpozija i kongresa u BiH i inostranstvu.

Dr. sci. Belma Buljubašić

Dr. sci. Belma Buljubašić rođena je 1983. godine u Sarajevu. Na Fakultetu političkih nauka Sarajevo (Odsjek komunikologija/žurnalistika) diplomirala je 2005. godine, magistrirala 2010., a doktorirala 2015. godine na temu *Instrumentalizacija masovnih medija u funkciji nacionalističke destrukcije bosanskohercegovačke komunikacijske zajednice*.

Radi kao docentica na Fakultetu političkih nauka na Odsjeku za komunikologiju/žurnalistiku i predaje predmete: Osnovi propagande, Retorika i kultura govora, Marketing mass medija i Radio novinarstvo i Novinarska publicistika. Angažovana je kao predavačica na Akademiji likovnih umjetnosti Univerziteta u Sarajevu.

Objavila je više naučnih, stručnih radova i prikaza u bosanskohercegovačkim časopisima i časopisima u regiji. Učestvovala je na više seminara, konferencija i naučnih programa u Bosni i Hercegovini, zemljama regiona (Srbija, Hrvatska, Kosovo, Crna Gora) i inostranstvu (Njemačka, Danska, Belgija, Latvija, Švicarska, Albanija). Učestvovala je u realizaciji nekoliko naučno-istraživačkih projekata u BiH i inostranstvu (Regional Research Promotion Programme, projektima Fondacije Mirovna akademija i Fonda Otvoreno društvo, Albanskog medijskog instituta). Kourednica je zbornika *Vjerodostojnost medija: izazovi globalizacije i specifičnosti regiona* (2012) i koautorica istraživačko-analitičke studije *Nevidljiva Evropa: Medijska slika evropskih intergracija u Bosni i Hercegovini* (2016).

Članica je redakcije Sarajevskog žurnala za društvena pitanja (Sarajevo Social Science Review) koji izdaje Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

