

Сажетак Извештаја о притисцима и контроли медија

Савет за борбу против корупције прикупио је податке на основу којих се може закључити да се над медијима у Србији врши снажан политички притисак и да је над њима успостављена потпуна контрола. Више не постоји медиј из којег грађани могу да добију потпуне и објективне информације, јер под снажним притиском политичких кругова медији прећуткују догађаје, или о њима извештавају селективно и непотпуно.

Како је слобода медија у Србији доведена у питање, а пошто без слободних медија нема ни борбе против корупције, Савет за борбу против корупције је током претходних месеци од 50 великих буџетских корисника у Србији затражио документацију о свим облицима сарадње са медијима, агенцијама за односе са јавношћу, маркетиншким агенцијама, продукцијским кућама и другим медијским субјектима, у периоду од јануара 2008. до јуна 2010. године, како би се утврдили начини на које власт остварује утицај на медије. Анализом су обухваћена сва министарства Владе Србије, поједина републичка јавна предузећа и градска комунална предузећа, јавне агенције и друга државна тела. Савет је, такође, анализирао власничку структуру највећих медија у Србији.

Три основна проблема медија у Србији

Разумевање проблема корупције у јавности, један је од најважнијих задатака у борби против корупције и зато без медија нема ни ефективне борбе против корупције. Корупција у самим медијима онемогућава објективно информисање и јавни надзор над друштвеним делатностима. Када је контрола власти над медијима јача од капацитета медија да контролишу власт, када се интереси скривених власника медија не поклапају са интересима грађана, када се интереси појединаца остварују на штету јавног интереса, које треба да штити држава, онда долази и до релативизације проблема корупције у друштву.

Савет је током анализе обимне документације уочио три главна проблема медија:

- 1. нетранспарентност медијског власништва;**
- 2. економски утицај државних институција на рад медија кроз различите типове буџетских давања;**
- 3. проблем РТС-а који уместо улоге јавног сервиса, има улогу сервиса политичких странака и владајућих елита, што све за последицу има затвореност медија за бројне проблеме са којима је Србија суочена, па и за проблем корупције.**

Нетранспарентност медијског власништва

Иако медијски закони у Србији, али и међународне препоруке и конвенције предвиђају транспарентност у погледу власника јавних гласила и говоре о потреби успостављања плурализма медија и спречавања недозвољене медијске концентрације, грађани немају пуну информацију о власницима медија у Србији. Закон о радиодифузији (члан 41.) каже да на конкурс за добијање дозволе за емитовање програма не може учествовати домаће правно лице у коме су оснивачи страна правна лица регистрована у земљама у којима, према унутрашњим прописима тих земаља, није дозвољено или није могуће утврдити порекло

оснивачког капитала. Упркос таквој законској одредби, у Србији постоји већи број медија, чији власници потичу управо из таквих земаља.

Савет је утврдио да међу 30 најзначајних медија у Србији (12 дневних новина, 7 недељника, 6 ТВ станица и 5 радио станица), за чак 18 медија прави власници нису познати домаћој јавности. Разлог томе је, пре свега, присуство офшор компанија у власничким структурама медија, што све, преваходно, има за циљ да се прави власници сакрију и да се тиме од јавности прикрију и интереси тих медија. Тако ТВ Прва, ТВ Б92, Радио Б92, Радио Индекс и Радио Родстар са националним покривањем, али и писани медији Вечерње новости и Прес, за директне власнике имају предузећа регистрована на Кипру, док ТВ Авала и недељник Стандард имају непознате власнике у Аустрији. Поред тих медија постоји значајна група медија са недовољно транспарентним домаћим капиталом, где иза формалних власника, углавном стоје неки домаћи бизнисмени или политичари (Хепи ТВ, Хепи кидс ТВ, Радио С, Печат и Актер).

Финансијски утицај државних институција на рад медија кроз буџетска давања

Када је финансирање медија у питању, неопходно је знати да власт преко оглашавања, које за приватне емитере и издаваче представља основни извор прихода, утиче на начин извештавања и уредјивачку политику. Наиме, државне институције у Србији издвајају велика буџетска средства на оглашавање, чиме се остварује лична и партијска промоција, која на годишњем нивоу, на узорку од 50 великих буџетских корисника од којих је Савет за борбу против корупције прикупио податке, није мања од 15 милиона евра.

Осим овог износа, медији кроз јавне конкурсе добијају, у зависности од извора, додатних 21 до 25 милиона евра. Ни о томе, међутим, не постоје потпуни подаци, па према Медијској студији Министарства културе, тај износ за 2010. годину износи 25 милиона евра, док поједина документација, такође Министарства културе и Покрајинског секретаријата, показује да је реч о 21,5 милиона евра. У сваком случају, ако се то упореди са укупним тржиштем оглашавања од око 160 милиона евра, долази се до податка да медијима од државних институција долази приближно четвртина њихових прихода.

Највише средстава медијима је пласирано кроз различите врсте кампања, које најчешће немају хуманитарни карактер, како то предвиђа Закон о оглашавању, већ карактер промоције рада министарстава. Највећа финансијска средства за медије издвајали су Телеком Србије, Министарство животне средине и просторног планирања, Агенција за приватизацију, Министарство економије и регионалног развоја, Министарство здравља и Министарство пољопривреде, шумарства и водопривреде, па је зато готово немогуће пронаћи аналитички текст, односно истраживачки приступ новинара када извештавају о раду ових, али и других државних институција.

Утицаји агенција за односе са медијима и приватних продукција

Посебну улогу у финансирању медија и њиховом држању у економској зависности и неизвесности, имају агенције за односе са јавношћу, маркетиншке и продукцијске агенције, које су углавном у власништву страначких активиста, или са њима повезаних особа. Те агенције, између осталог, већ годинама контролишу тржиште реклама. Оне откупљују од медија рекламни простор, који потом продају клијентима, односно појединачним купцима по далеко вишим ценама. Агенције до ових послова долазе тако што медији због неповољне финансијске ситуације пристају да под условима авансног плаћања продају рекламни простор по ценама нижим од тржишних. Међутим, према информацијама до којих је Савет дошао истражујући овај феномен, често се дешава да агенције медијима уплате само део уговореног износа авансно, а да плаћање преосталог дела користе за притисак на медије, односно да престају са плаћањем уколико медиј почне да се бави неком темом која није у интересу странке којој власник агенције припада, или није у његовом личном интересу.

Значајно место на тржишту реклама имају агенције које су у власништву високих функционера Демократске странке (ДС) и блиских сарадника Председника Републике Бориса Тадића. Савет је у Извештају, између осталог, анализирао утицај који на медије имају агенције Мекен Ериксон групе, које су у власништву Срђана Шапера, и агенције Мултиком и Дирецт медиа, у којима удео у власништву има Драган Ђилас, градоначелник Београда и заменик председника Демократске странке. Те агенције имају посебно место на тржишту реклама, јер поред откупљивања рекламног простора од медија, послују и са већим бројем државних институција, односно буџетских корисника.

Улога јавног сервиса и РРА

Посебан утицај власт остварује преко РТС-а који, уместо да буде јавни сервис грађана и даље представља сервис за политичке структуре, али и продукција које су блиско везане за врхове владајућих странака и чланове Управног одбора РТС-а. Преко РТС-а се не остварује општи интерес, јер овај медиј као носилац јавног радиодифузног сервиса, не извршава обавезе и крши Закон о радиодифузији. Поједини чланови Управног одбора РТС-а, који одлучују о раду, именовану директора тог медија и контролишу финансијско полсовање, врло често се појављују као аутори појединих емисија, па се ту може крити један од разлога зашто редовно пружају подршку Александру Тијанићу, генералном директору РТС-а. Тако је др Предраг Ј. Марковић, члан Управног одбора РТС-а и функционер Демократске странке (ДС), био аутор више квизова за које је, поред високе новчане накнаде, као члан Управног одбора РТС-а, примао и високе хонораре посредством фирме “Филм и тон”, која је у власништву његовог оца. Душан Стокановић, члан Управног одбора РТС-а, предводио је продукцију која је припремала емисије „Верски календар“ и „Верски мозаик“, а за које РТС, посредством Бачке епархије, исплаћује значајне хонораре.

Највише проблема смо имали када смо радили део Извештаја о РТС-у, јер је руководство РТС-а месецима одбијало да достави документацију, коју је Савет за борбу против корупције тражио на основу Закона о доступности информацијама од јавног значаја. Ни

до данас Савет није добио сву тражену документацију, иако је решењем повереника РТС-у наложено и плаћање новчане казне због непоштовања закона.

Савет је анализирао и рад Републичке радиодифузне агенције (РРА), за коју се, због низа спорних одлука, може констатовати да се на њу врши веома велики притисак и да је радила под сталним утицајем политичких партија.

Због свега наведеног, медији у Србији су изгубили своју примарну и значајну улогу у информисању грађана о стварима важним за њихов живот, као и улогу коју медији имају у подизању свести о неком проблему. Медије данас њихови власници и политичари користе искључиво као средство за креирање јавног мњења ради остваривања што повољнијег рејтинга и изборног резултата политичких партија, али и личног богаћења појединаца. Зато у већини медија нема критичког приступа према раду државних органа, па је постало немогуће да се у медијима објаве истраживачки новинарски текстови и прилози, осим у ретким случајевима када то одговара неком делу страначке или пословне елите.

Извештај о притисцима и контроли медија са препорукама за превазилажење описаног стања, Савет је доставио 29. августа 2011. Влади Србије, новинарским удружењима, као и другим домаћим и међународним институцијама које се баве овим питањем, како би се заједничким деловањем пробила медијска блокада и у јавности отворила расправа о овом кључном проблему у Србији.