

VII ZAKLJUČAK

Pretnje, pritisci i napadi na novinare, i to po pravilu na one koji se bave izveštavanjem o zloupotrebama, korupciji i kriminalu, obeležili su i avgust 2015. godine. Ivana Ninića, istraživačkog novinara, saradnika na pisanju ovogodišnjeg Izveštaja Saveta za borbu protiv korupcije u delu koji se bavi korupcijom u medijima, i bivšeg saradnika portala *Pištaljka*, dva napadača pretukla su metalnim šipkama u Beogradu, u noći između 27. i 28. avgusta. Ninić je u napadu zadobio podliv ispod oka, povredu butne kosti i ramena. Stefan Cvetković, novinar iz Bele Crkve, izložen je pretnjama nakon privođenja četiri osobe u vezi sa zloupotrebama u Fondu za kapitalne investicije Vojvodine, i pitanja, koje je na konferenciji za novinare u Vladi Republike Srbije postavio predsedniku Vlade Aleksandru Vučiću, o istragama u vezi s tim slučajem. Pretnjama ritualnim ubistvom „za primer drugima”, „na sred Terazija”, ponovo je izložen glavni i odgovorni urednik informativnog programa B92 Veran Matić, dok je drugim zaposlenima u istoj medijskoj kući prećeno „batinanjem do smrti”. Predraga Blagojevića, urednika i novinara portala *Južne vesti* iz Niša, po njegovom svedočenju, policajac je priveo, udario dva puta, i naneo mu povrede u predelu glave, zato što je prilikom legitimisanja, umesto lične karte koju nije imao kod sebe, ponudio novinarsku legitimaciju. Unutrašnja kontrola policije tvrdi da na osnovu izjava svedoka nije potvrđeno da je policajac Blagojevića zaista udario, i da stoga nema govora o prekoračenju službenih ovlašćenja. Blagojević je izrazio ozbiljnu sumnju u sadržaj izveštaja o incidentu.

Napadi na novinare koji se bave istraživačkim novinarstvom, a posebno na one koji se bave politički osetljivim temama, ozbiljan su problem koji ima svoje korene u nepovoljnoj atmosferi koja je u društvu stvorena u odnosu na medijske slobode i slobodu izražavanja uopšte. Neposredno pred objavljivanje Izveštaja Saveta za borbu protiv korupcije, na kojem je kao pravni savetnik radio i Ivan Ninić, dnevni list „Informer” vodio je kampanju protiv njega, predstavljajući ga kao „plaćenika Evropske unije”, što je česta etiketa kojom se obeležavaju novinari koji izveštavaju o korupciji. Na konferenciji za medije, održanoj u januaru ove godine, čak je i predsednik Vlade Srbije Aleksandar Vučić optužio novinare Balkanske istraživačke mreže (BIRN), koji se takođe bave istraživačkim novinarstvom, da su „lažovi” koji su „dobili pare od gospodina Devenporta i EU” da bi „pisali protiv Vlade Srbije”, a sve zbog teksta BIRN-a koji se bavio slučajem angažovanja firme, koja nema iskustva u sličnim poslovima, za ispumpavanje vode iz rudarskog kopa Tamnava nakon velikih poplava u 2014. godini. Na nižim nivoima vlasti ovakvih optužbi još je više. Iako neodgovorne i neodmerene izjave ne moraju neposredno biti u vezi sa bilo kojim konkretnim napadom, one jesu u raskoraku sa pozitivnom obavezom koju država ima da stvara povoljno okruženje za razvoj medijskih sloboda. Kombinacija tabloidnih napada i napada koji potiču od državnih funkcionera nije put koji vodi ka stvaranju takvog okruženja. Državni organi, pre svega, moraju da se ograđuju od verbalnih napada i

diskvalifikacija, ne smeju sami da ih vrše, niti da im se na bilo koji način pridružuju, i moraju, na posletku, da odlučno i efikasno reaguju na svaki pojedinačni slučaj pretnje ili fizičkog napada, a odgovorne da izvode pred lice pravde. Jedino tako može se promeniti nepovoljna atmosfera koja je u društvu stvorena u odnosu na medijske slobode i slobodu izražavanja uopšte, i jedino tako, kao društvo, možemo izaći iz začaranog kruga pretnji nasiljem i nasilja.

U delu izveštaja koji se bavi monitoringom implementacije postojećih propisa, na primeru Nacionalne službe za zapošljavanje i dnevnog lista „Informer“, analiziramo postupke javnih nabavki u kojima se mediji javljaju kao ponuđači. Podsećamo, Zakon o javnom informisanju i medijima je, na tragu Medijske strategije, imao intenciju da uspostavi sistem u kom neće biti netransparentnog finansiranja medija, odnosno da, uzimajući u obzir specifičnu ulogu medija, spreči da se o dodeli sredstava odlučuje bez uzimanja u obzir specifičnih kriterijuma za oblast medija. Tako su formulisana pravila o projektnom sufinansiranju koja podrazumevaju obavezu svih organa javne vlasti (državnih, pokrajinskih i lokalnih) da opredeljuju sredstva za javne konkurse kojima će se finansirati javni interes u oblasti javnog informisanja. Međutim, nabavka usluga oglašavanja javnog sektora u medijima ostaje van domašaja Zakona o javnom informisanju i medijima, a pod opštim režimom javnih nabavki. Pitanje je da li su javne nabavke uvek najpogodniji instrument za odabir medija u kojem će se javni sektor oglašavati, i da li je možda i u ovoj sferi trebalo tražiti neka drugačija rešenja. Medijska strategija iz 2011. godine dala je odgovor na ovo pitanje tako što je predvidela da će Republika Srbija i jedinice lokalne samouprave, kao oglašivači, na svim nivoima na *javan i nediskriminatoran način raspodeljivati oglase (javni pozivi, konkursi, oglasi itd.)* u skladu s javnim interesom, a da će oglašavanje države, odnosno njenih organa biti efikasno uređeno pravilima učestvovanja na javnim konkursima, kojima će se sprečiti koncentracija oglasnih budžeta, odnosno njihova monopolizacija od strane pojedinih medija ili agencija. Dakle, Medijska strategija je prepoznala problem i predvidela mehanizme njegovog prevazilaženja (javni konkurs zasnovan na principima transparentnosti, objektivnosti i nediskriminacije). Novo medijsko zakonodavstvo, a po svemu sudeći i novi propisi iz oblasti oglašavanja čije se usvajanje očekuje, odlučili su da ignorišu problem koji je Medijska strategija prepoznala. To svakako nije dobro. Srbiji i danas, kao što je to bilo i 2011. godine, kada je Medijska strategija pisana, nedostaju propisi koji bi ustanovili obavezu objavljivanja podataka o sredstvima koja su raspoloživa za nabavke usluge oglašavanja za svaku kalendarsku godinu, na svim nivoima vlasti, i u svim drugim javnim entitetima. Ti propisi bi trebalo da propišu i učine unapred poznatim pravila za pribavljanje usluga oglašavanja. Srbiji nedostaje sistem u kom će se nabavke usluga oglašavanja zasnivati na stvarnim potrebama oglašivača, i u kom one neće predstavljati prikriveni vid finansiranja „*podobnih medija*“. Na kraju, neophodni su jasni mehanizmi kontrole i telo ili tela koja će tu kontrolu vršiti, snabdevena adekvatnim kontrolnim ovlašćenjima.

Bavimo se i informacijom da je platforma za razmenu instant poruka Vajber izabrala dnevni list „Kurir“ za medij koji će imati javni čet na ovoj platformi, što „Kuriru“ otvara još jedan kanal komunikacije putem kojeg će korisnici pratiti vesti i komentare urednika, novinara i saradnika tog lista. Naš zaključak je da će sažimanja telekomunikacionih, medijskih, i usluga informacionog društva, za posledicu imati to da će novi medjski zakoni vrlo brzo postati stari i prevaziđeni, neadekvatni izazovima konvergencije.

U odnosu na primenu Zakona o elektronskim medijima bavimo se problemom pravnog osnova za umetanje lokalizovanih oglasnih poruka u programe prekograničnih kanala koji se u Srbiji distribuiraju posredstvom mreža za distribuciju medijskih sadržaja, prevashodno kablovskih, ali ne samo njih. Naime, ratifikacijom Evropske konvencije o prekograničnoj televiziji Srbija se obavezala da neće na svojoj teritoriji ograničavati reemitovanje programskih usluga koje su u skladu sa odredbama te konvencije. Zakonom o elektronskim medijima dalje je propisano da medijsku uslugu bez prethodno pribavljenog odobrenja, odnosno dozvole, pružaju, između ostalog, pružaoci medijske usluge čiji se program reemituje na teritoriji Republike Srbije, u skladu sa odredbama Evropske konvencije o prekograničnoj televiziji. Zakonom se dalje utvrđuje da reemitovanje ne postoji ako je izvorni program izmenjen, odnosno ako je prekinut originalni tok signala objavljivanjem audio-vizuelne komercijalne komunikacije ili drugog programskog sadržaja koji nije deo izvornog programa. U praksi, međutim, dešava se da se strani kanali, sa dozvolama izdatim u inostranstvu, u zemljama za koje se ne spori da su potpisnice Evropske konvencije o prekograničnoj televiziji, distribuiraju na srpskim kablovskim mrežama bez pribavljanja dozvole u Srbiji, kao da je reč o reemitovanju, s tom razlikom što izvorni program biva izmenjen, odnosno što se originalni tok signala prekida i u takve sadržaje umeću reklame namenjene publici u Srbiji, koje nisu deo izvornog programa iz inostranstva. Ovakva praksa mogla bi se uskladiti sa zakonom ili emitovanjem prekograničnih kanala u svojoj autentičnoj formi, bez insertovanja lokalnih reklama, ili licenciranjem lokalizovanih kanala kod Regulatornog tela za elektronske medije. Cilj kojem bi kao društvo morali da težimo jeste očuvanje bogate ponude stranih kanala koji su u Srbiji dostupni, ali i omogućavanje domaćim kanalima da budu konkurentni na tržištu oglašavanja. Oni to neće biti sve dok u Srbiji plaćaju naknade koje su skuplje od onih koje konkurentski kanali plaćaju u inostranstvu. Zbog ovoga bi prva mera, u cilju uvođenja reda u kablovsku distribuciju medijskih sadržaja, morala biti pojeftinjenje naknada koje pružaoci medijskih usluga plaćaju u skladu sa zakonom, u meri koja bi dovela do izjednačavanja visine tih naknada u regionu.

U istom delu izveštaja analiziramo i saopštenje Adria Media Grupe koja je, u kontekstu najave da će svoje poslovanje proširiti i na televiziju, obavestila javnost da je okončala pregovore o preuzimanju kablovskog kanala Moja TV. U izveštaju se analiziraju propisi koji se odnose na

unakrsnu medijsku koncentraciju, a koji bi, povodom navedenog preuzimanja, najverovatnije po prvi put mogli biti primenjeni u Srbiji.

U izveštaju se bavimo i novim pravilnicima i uputstvom Regulatornog tela za elektronske medije koji su stupili na snagu u avgustu, od kojih je svakako najznačajniji Pravilnik o audio-vizuelnim komercijalnim komunikacijama, kao i reakcijom Poverenika za informacije od javnog značaja i zaštitu podataka o ličnosti povodom prakse da se novim zakonskim rešenjima iz različitih oblasti snižava nivo zaštite prava na pristup informacijama od javnog značaja ispod nivoa predviđenog samim Zakonom o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja. Poverenik je, naime, ukazao da su se u poslednje vreme čak četiri nacrti različitih zakona bavila slobodnim pristupom informacijama od javnog značaja, i to tako da je ovo pravo znatno suženo u određenim oblastima. Po njegovim rečima, najkontroverzniji slučaj postoji u Nacrtu zakona o stranim ulaganjima.

U odnosu na proces digitalizacije ukazujemo da je Upravni odbor RATEL-a krajem avgusta usvojio Odluku o pokretanju postupka javnog nadmetanja za izdavanje pojedinačnih dozvola za korišćenje radio-frekvencija u radio-frekvencijskom opsegu koji je oslobođen prelaskom na digitalno emitovanje. Tri dozvole izdaju se za takozvanu digitalnu dividendu po početnoj ceni od 30 miliona evra za svaku dozvolu pojedinačno. Drugim rečima, država će od prodaje digitalne dividende, ako javno nadmetanje bude uspešno, prihodovati najmanje 90 miliona evra, što samo po sebi nameće pitanje zašto se deo sredstava dobijenih na taj način ne bi, kroz finansiranje medijskih projekata, vratio medijima.

Poseban deo izveštaja bavi se i procesom privatizacije, a u kontekstu određenih kontroverzi u vezi sa aktuelnim postupcima, analiziramo i zakonske mehanizme kojima država može da se suprotstavi „sumnjivim privatizacijama”. Ovi mehanizmi, iako u medijskom zakonodavstvu ne postoje, postoje u propisima o privatizaciji, kao i u propisima o sprečavanju pranja novca i finansiranja terorizma. U periodu na koji se ovaj izveštaj odnosi, međutim, nije bilo informacija o tome da su Agencija za privatizaciju ili Uprava za sprečavanje pranja novca uočile bilo kakve nepravilnosti koje bi predstavljale smetnju tome da neko od lica koja učestvuju u aktuelnim privatizacijama bude kupac medija.

Zaključak koji se iz ovog izveštaja sam nameće jeste to da se u nepovoljnoj atmosferi koja je u društvu stvorena za ostvarivanje medijskih sloboda i slobode izražavanja uopšte, koja se ogleda u beskrajnom nizu napada na novinare koji se bave istraživačkim novinarstvom i politički osetljivim temama, paralelno sa naplatom „digitalne dividende” i okončanjem procesa privatizacije, polako suočavamo sa potrebom redefinisivanja ciljeva daljih reformi medijskog

sektora u Srbiji. U tom smislu, razvoj tehnologije, ali i neka pitanja koja su još u vreme usvajanja Medijske strategije bila prepoznata kao značajna za reformu, a koja je set medijskih zakona, usvojen prošle godine, propustio da reši (na primer - ustanovljavanje mehanizma koji bi obezbedio da se nabavke usluga oglašavanja, u situacijama kada se država pojavljuje kao oglašivač, ne pretvore u prikriveni vid finansiranja „podobnih medija“), samo su neka od pitanja koja traže nove reformske inicijative i adekvatna rešenja. Da li će takvih inicijativa i biti, ostaje da se vidi.