



TRIBINA U NIŠU „MEDIJSKA STRATEGIJA – ŠTA DALJE?”

U organizaciji ANEMa, 25. novembra 2011, u Medija centru u Nišu, održana je tribina medijske koalicije pod nazivom „Medijska strategija – šta dalje?“, na kojoj su govorili predstavnici 5 medijskih i novinarskih udruženja kako bi upoznali javnosti na jugu Srbije sa stavovima ovih udruženja o usvojenoj Medijskoj strategiji i njenim rešenjima, kao i daljim koracima ovih asocijacija u vezi sa implementacijom Strategije. Na tribini su govorili: *Saša Mirković* (predsednik ANEM-a), *Vukašin Obradović* (predsednik NUNSa), *Petar Jeremić*, (predsednik Izvršnog odbora UNS-a), *Žužana Serenčeš* (član UO NDNV-a) i *Dejan Miladinović* (predsednik UO Lokal presa). Tribini je prisustvovao veliki broj učesnika, pre svega novinara (Tanjug, Beta, FoNet, Blic, RTV Kruševac, Radio Beograd, RTV Pink, niške radio i TV stanice – RTV 5, NTV, TV Belle Amie, City Radio Niš), kao i predstavnici novinarskih i medijskih udruženja i nevladinog sektora.

Prisutnima se prvo obratio **Sasa Mirković** koji je rekao da Medijska strategija nije idealan dokument, ali da je dokument za koji su se udruženja izborila i koji, zahvaljujući toj borbi, ipak sadrži neke bitne postulate značajne za medijski sektor. On je istakao da je, prema mišljenju udruženja, formiranje regionalnih javnih servisa najspornija stvar u Strategiji. Rekao je da je inicijalna ideja bila da regionalni javni servisi budu formirani u Beogradu, Nišu, Novom Pazaru, Kragujevcu, Zaječaru i Užicu, bez Vojvodine; imena gradova su u poslednjem trenutku izbrisana iz Strategije. Takođe je rekao da postoje opravdana očekivanja da će najavljivana vojvođanska medijska strategija predvideti još neke regionalne javne servise (Pančevo i Subotica), a da postoje i nezvanične informacije da su se pojavili novi politički zahtevi da se predlože još dva grada kao središte institucija javnog servisa (Jagodina i Vranje). Mirković kaže da postojanje tako velikog broja javnih servisa dovodi u pitanje način njihovog finansiranja, pogotovo imajući u vidu trenutni nivo naplate pretplate. Kao dodatni problem, on navodi kriterijum izbora ko će vršiti funkciju javnih servisa, ali i pitanje ugrožavanja medijskog tržišta od strane ovih servisa s obzirom na mogućnost da emituju reklame. Na kraju, on je rekao da će medijska koalicija insistirati na doslednoj primeni akcionog plana Strategije, bez čega je ovaj dokument samo mrtvo slovo na papiru.

Vukašin Obradović je rekao da bi Medijska strategija, ako bude dosledno sprovedena, konačno mogla da otkloni veliki uticaj države i državnih organa na medije. On je podsetio da je medijska koalicija u toku celog procesa insistirala na sledećem: povlačenje države iz medija, transparentnost vlasništva u medijima, zabranjena koncentracija, zabrana finansiranja medija iz budžeta, a umesto dosadašnjeg načina finansiranja – uvođenje projektnog finansiranja. On je pomenuo da izveštaj Saveta za borbu protiv korupcije ilustruje zašto je Medijska strategija bila neophodna Srbiji, a ovaj Izveštaj je, između ostalog, ukazao na to da dve trećine novca u medijskom sektoru kontroliše država. On je istakao da se medijska koalicija zalaže za to država mora da se stara o javnom interesu na drugačiji način, kroz projektno finansiranje i kroz potpuno transparentan proces. Na kraju, rekao je da će vrednost Strategije zavisiti od uspešnosti donošenja novih zakona i promene starih, a da postoji mogućnost da će ovaj reformski

proces biti doveden u pitanje ukoliko Srbija ne dobije kandidaturu za članstvo u EU 9. decembra 2011.

Petar Jeremić je rekao da je Strategija i doneta jer je bila potrebna vlasti kao jedan od uslova za kandidaturu. Takođe, napomenuo je da će sprovođenje Strategije zavisi i od buduće vlasti. Rekao je da će medijska koalicija insistirati na poštovanju rokova predviđenih Akcionim planom, kao i na tome da od 01.01.2012. prestane državna pomoć određenim medijima, što je i jedan od uslova koji je Srbija prihvatila potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju. On se takođe osvrnuo na probleme u postojećem načinu finansiranja medija, kao i na potrebu da se ubuduće ne finansira preduzeće, nego javni interes, i to kroz transparentne procedure nezavisne od političkog uticaja.

Dejan Miladinović govorio je o potrebi da se pomogne lokalnim medijima i pomenuo dosadašnje napore asocijacija da nadležni iznađu rešenja da se obezbedi projektno finansiranje medijskih sadržaja iz lokalnih budžeta. On je rekao da bi primena Medijske strategije trebalo da osigura ovakav način finansiranja. Kada je reč o štampanim medijima, on ističe da Strategija predviđa poreske olakšice i oslobađanje od carine za materijal koji se koristi u štampi, što može smanjiti troškove štampanih medija.

Žužana Serenčeš je rekla da danas ne postoji razrađeno sistemsko rešenje koje će obezbediti sigurnu budućnost informisanja na manjinskim jezicima, a da u Strategiji nema naznaka mehanizama koji bi takvu budućnost obezbedili. Ona je kao problem istakla to što je Strategijom ostavljeno neograničeno pravo manjinskih nacionalnih saveta da budu osnivači medija, a zakon o nacionalnim savetima je predvideo široke nadležnosti manjinskih nacionalnih saveta u odnosu na ove medije u kojima biraju upravnu i nadzornu strukturu, pri čemu Zakon ne definiše koje su obaveze nacionalnog saveta u pogledu informisanja. Ona je istakla da je veliki problem kako će biti obezbeđena uređivačka nezavisnost ovakvih medija. Takođe, rekla je da je propuštena prilika da se Strategijom ograniči širina ili broj medija u kojima bi nacionalni saveti imali osnivačko pravo, a da se Akcionim planom predvide izmene i dopune aktuelnog zakona o nacionalnim savetima kojima bi bila garantovana potpuna uređivačka nezavisnost ovih medija.

Nakon izlaganja panelista, otvorena je živa diskusija o ovoj temi, tokom koje su prisutni iznosili svoja viđenja i stavove o usvojenoj Medijskoj strategiji, kao i o problemima sa kojima se suočavaju mediji na lokalnom nivou. Predstavnici medija koji su i dalje u državnom vlasništvu, tj. neprivatizovanih medija čiji su osnivači lokalne samouprave, su govorili o razlozima neprihvatanja privatizacije kao rešenja za lokalne emitere, naglašavajući da su privatni mediji pod većim pritiscima i uticajima političara i lokalnih moćnika. Sa druge strane, predstavnici privatnih medija su izrazili sumnju u to da će usvojena Medijska strategija doprineti njihovom boljem položaju i uspostavljanju jednakih uslova na medijskom tržištu, posebno kada se pogleda rešenje Strategije koje predviđa osnivanje regionalnih javnih servisa. Na kraju tribine, predstavnici medijske koalicije ponovili su prisutnima da je veoma važno to što su se medijska udruženja, i pored svojih međusobnih razlika, udružila na izradi ovako važnog dokumenta, jer, da to nije bio slučaj, pitanje je kakva bi rešenja u takvoj strategiji bila ponuđena. Oni su naglasili da će pratiti implementaciju Medijske strategije i njenih rešenja i da će insistirati na doslednom sprovođenju Akcionog plana Strategije.