



Izveštaj sa ANEMovog okruglog stola: Izazovi izrade Strategije razvoja medijskog sektora

Okrugli sto, pod nazivom „Izazovi izrade Strategije razvoja medijskog sektora“, održan je u beogradskom Medija centru, 28.10.2009. godine, u organizaciji ANEMa, a uz podršku USAIDa i IREXa. Zalažući se za reforme medijskog sektora i poboljšanje položaja medija, a posebno emitera, ANEM odavno traži donošenje medijske strategije, koja treba da bude celovit odgovor na sva bitna medijska pitanja. Najavljena izrada strategije medijskog razvoja od strane Ministarstva kulture nije ni započeta. Smatrajući da je donošenje ovog dokumenta izuzetno važno za dalji napredak celog sektora i da se ne sme dozvoliti njegovo dalje odlaganje, ANEM je organizovao ovaj skup sa željom da usmeri pažnju vlasti i medijske javnosti na ovo pitanje i da doprinese njegovom što bržem i što kvalitetnijem formulisanju.

Skupu su prisustvovali brojni predstavnici relevantnih ministarstava, regulatornih tela, nevladinog sektora, medijskih udruženja, medijski eksperti, predstavnici međunarodnih organizacija i donatorske zajednice.

U otvorenoj i konstruktivnoj debati, učestvovali su gotovo svi prisutni, izlažući svoje stavove o tome da li je i zašto potrebna strategija, koji su preduslovi za njenu izradu, kakva treba da bude i koji su sve izazovi koje treba pravilno rešiti da bi ovaj dokument bio donet.

Izlaganja učesnika:

Saša Mirković, predsednik ANEMa (medijska strategija je neophodna za prevazilaženje postojećih problema, ali i za dalji razvoj sektora; radna grupa za izradu medijske strategije još nije oformljena, a Vlada se još nije izjasnila o zahtevu medijskih i novinarskih udruženja da ona imenuje članove radne grupe i da bude nosilac celog posla; realna je mogućnost da i ovo bude jedan od uzaludnih poslova, imajući u vidu da je pre dva dana Parlament odbio da ispoštuje volju medijskih i novinarskih udruženja i izabere jednog od dva kandidata koje su predložili za člana Saveta RRA; Vlada mora biti garant ozbiljnosti celog zadatka, kao i kasnijeg sprovođenja donete strategije; prethodno vlast i medijski sektor zajednički moraju definisati principe rešavanja problema i pravac razvoja sektora, vrednosti koje se žele zaštititi)

Nataša Vučković-Lesendrić, pomoćnica Ministra kulture zadužena za medije (strategija je nedostajući dokument, koji je trebalo da prethodi svim zakonima; nepostojanje ovog dokumenta je uzrok kolizionih normi nemedijskih sa medijskim zakonima, što je zaustavilo i privatizaciju medija; radna grupa za izradu medijske strategije će biti oformljena kada predstavnici Univerziteta dostave imena dva profesora sa FPNa, a Vlada će biti zvanični predlagač strategije; ovaj dokument treba da predstavlja osnovu za donošenje i redefinisavanje svih zakona koji se na bilo koji način odnose na medije; brze promene, nove platforme, novi mediji, zahtevaju da ovaj dokument bude usaglašen sa evropskim i svetskim dešavanjima; za to će poslužiti UNESCOv dokument „Indikatori razvoja javnih glasila“, a prevodi se još jedan dokument Evropske komisije; dosadašnja iskustva u oblasti privatizacije nameću potrebu razmatranja novih rešenja – npr. community media (mediji lokalnih zajednica); obiman i zahtevan posao izrade strategije zahteva vreme, pa nije realan prvobitno planiran rok – mart 2010; definisanje javnog interesa je potrebno, jer ga svako tumači na svoj način; i u medijskoj sferi tržište definiše stvari, jer su mediji privredni subjekti koji rade na ostvarenju dobiti, što važi i za lokalne medije)

Irini Reljin, pomoćnica ministarke za telekomunikacije i informaciono društvo (predstavila je strategiju prelaska sa analognog na digitalno emitovanje, objašnjavanjem tehničke strane ovog procesa; lanac učesnika u digitalnoj radiodifuziji: provajderi sadržaja (emiteri; vlasnici sadržaja), usluge multiplexa (omogućava da se više programa, sadržaja, emituje na jednom kanalu), usluge prenosa, usluge emitovanja i krajnji korisnik (građani); izabrani standardi: MPEG4 sa 3 mb protoka za video kompresiju, DVB-T2 standard za digitalno emitovanje televizijskog

signala i DAB+ standard za digitalno emitovanje audio signala; provajderi sadržaja treba da investiraju u kodere, a građani u set-top boxove za pretvaranje analognog u digitalni signal; država će uložiti u razvoj mreže, a nosilac tog dela posla je novoformirano JP „Emisiona tehnika i veze“; izabrani tehnički standardi omogućavaju visok nivo kvaliteta slike i zvuka, sa najmanje ulaganja; nedostatak slobodnog frekvencijskog spektra i mnogo dozvola za tv emitovanje (zvaničan broj tv stanica je 133, a očekuje se da će ih biti oko 250) su glavni problem kod nas; poseban problem je i piratsko emitovanje, što bi bilo dobro rešiti ovom strategijom; datum prelaska je 4. april 2012. godine; prvo se radi digitalizacija TV, a onda i radija do 2015; digitalna dividenda od slobodnog spektra će biti moguća posle 2012 i tada i detaljnije regulisana, a ona pripada građanima; nove dozvole će važiti samo do 03.04.2012.)

Slobodan Kremenjak, ANEMov advokat (postoji više pitanja – da li nam strategija uopšte treba, da li treba da sinhronizujemo svoj pravni okvir sa evropskim standardima ili da pustimo da to ide svojim tokom, da li je iskrena iskazana spremnost države da podrži ova pitanja i koji su naši kapaciteti za definisanje strategije; strategija jeste potrebna, makar i zakasnela; treba iskoristiti deklarativnu spremnost države da bi se postigle neke suštinske promene; osnovna pitanja kojim bi ova strategija trebala da se bavi - kako kreirati jedno poželjno medijsko okruženje, na koji način stimulisati društveno poželjne sadržaje, i kako kroz mehanizme naknade stimulisati dobijanje upravo ovakvih sadržaja i u elektronskoj sferi i u sferi štampe; UNESCOv dokument treba iskoristiti kao osnov za formulisanje paketa mera koji će uticati na popravljavanje ocena po pojedinačnim indikatorima; medijska scena ne može da se posmatra samo kao tržište, jer mediji utiču na javno mnjenje; postoji niz medija kojima nije prvenstveni cilj da ostvaruju dobit, već da utiču na javno mnjenje sa aspekta pozicije svojih osnivača)

Dragan Janjić, predstavnik NUNSa (strategija neće sama po sebi radikalno promeniti situaciju; osnovno polazište je poštovanje zakona koji su već doneti, što sada nije slučaj; prvo treba definisati status i ulogu države u oblasti medija; uloga države treba da bude pružanje podrške javnom interesu i programima od javnog interesa, a ne da bude vlasnik medija; važan deo strategije treba da budu i pisani mediji, da se obezbedi njihov opstanak, kao deo javnog interesa; mnogo veća pažnja treba da se posveti samoregulaciji)

Zoran Mihajlović predsednik APRESa (strategija o razvoju radiodifuzije, u kojoj je bio član radne grupe, doneta je na brzinu, što sada ne sme da se ponovi; veliki problem u društvu je neprimenjivanje zakona; kaos u radiodifuziji se stvara i raspisivanjem novih dodatnih konkursa RRA - očigledno nekome nije u interesu da u medijima bude sređeno stanje; veliki problem su nelegalni emiteri, ne postoji volja države da se reši to pitanje; u izradi ove strategije, prvo država treba da odredi državni interes, a onda treba da definišemo javni interes, samo je pitanje ko je taj ko određuje javni interes)

Dragana Solomon, šefica Odeljenja za medije Misije OEBSa u Srbiji (strategija treba da se bavi pitanjem nadležnosti – ko je nadležan za pisanje, donošenje i sprovođenje novih zakona; ta strategija mora biti usvojena od strane svih činilaca u ovoj zemlji da bi se sprovodila; svi zakoni treba da budu u skladu sa tom strategijom - i novi i stari koji se redefinišu; strategija mora biti brzo doneta, a onda u javnoj raspravi i konačno uobličena; u definisanju medijske strategije se mora voditi računa i o nacionalnim manjinama, da li njihov interes može da se ostvari kroz nacionalne savete kojim dominiraju političke partije)

Vladan Filipčev, predsednik UO Lokal presa (lokalni mediji, u većini pisani mediji, ne predstavljaju nikakav biznis, jer su ograničeni tiražom; oni treba da budu platforma na kojoj građani treba da ostvare pravo na informisanje u lokalnoj sredini; izlazak lokalnih medija na tržište iluzoran i poguban; država bi morala da im pomogne u razvoju i u podizanju kapaciteta regulisanjem kanala direktne podrške iz državnih izvora, kao neprofitnim lokalnim glasilima)

Zoran Papić, izvršni direktor Asocijacije medija (izazovi izrade strategije - prvi izazov: neophodno da Vlada kaže da joj treba takva strategija i da odredi državne interese, šta želi od te strategije; drugi - utvrditi imena članova radne grupe za izradu strategije; treći- da se ta radna grupa, konstituisana i ozvaničena, sastane i uradi najteži deo posla - usaglašavanje stavova o tome šta podrazumevaju pod strategijom; nakon toga, koristiti UNESCOve i sve druge relevantne dokumente; strategija potrebna radi stvaranja i definisanja okvira permanentnog razvoja

medijskog pluralizma u ovoj zemlji; članovi radne grupe, uz pomoć stručne javnosti treba da definišu postojeću situaciju, potrebe, ciljeve, onda da utvrde kojim alatima, zakonima, usmerenjima, javnim dogovorima treba doći do toga, a na kraju treba utvrditi parametre za merenje postignutog na bazi strategije)

Rade Veljanovski, profesor Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu (Vlada ima ideju da radi na strategiji, što je dobro, ali postoje i signali šta može biti njen pristup strategiji-sporne izmene zakona u ovoj godini; potrebno je prethodno znati stav države, da bi strategija bila sprovodiva; strategija ne predstavlja pojedinačan spisak želja; mora u velikoj meri da se uporedi i usaglasi sa UNESCOvim i drugim dokumentima; da bi postojala uspešnost celog procesa, država treba da stoji iza te strategije; treba raditi na dva koloseka - rešavanje postojećih problema i digitalizacija)

Suzana Jovanić, Fond za otvoreno društvo (potrebna je javna rasprava i toku izrade i nakon završetka nacрта, dok ne budu zadovoljni svi akteri; u čitav proces treba uključiti i civilni sektor; strategija treba da vodi računa o interesima publike; treba koristiti metod istraživanja, analize koje radi RRA i druge relevantne institucije, o sadržajima programa, potrebama i željama publike, utvrditi javni interes; strategija treba da važi za ovo društvo u svakom trenutku, a ne samo u toku postojeće Vlade)

Jovanka Matić, istraživač u Institutu za društvene nauke (strategija je veoma potrebna i dobro je da se u ovom trenutku počne na njoj raditi; pruža šansu da se reafirmišu osnovne vrednosti i principi u razvoju medijskog sektora - pluralizam medija, princip raznovrsnosti, kako programske, tako i ciljnih grupa, naročito dece i omladine koje su u medijima trenutno najzanemarljivije grupe; važno je da se rade istraživanja, a rezultati promovišu u javnosti; javni servis treba staviti pod lupu javnosti, da li pruža ono što treba; preispitati mogućnost stvaranja lokalnih i regionalnih javnih servisa, kao i vlasništvo novinara u medijima, kao model koji nismo do kraja isprobali)

Snježana Milivojević, profesorka Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu (strategija je potrebna; postoje nerešena pitanja koja treba regulisati, ali strategija treba da bude i vizija; mnogo toga smo propustili, a digitalizacija unosi revoluciju, što naše društvo jako teško prati; digitalizacija i promene koja ona nosi, moraju biti jasne i medijima i građanima; ideja strategije je da mi utičemo na proces u kome smo, a ne da nas on zapljusne, zatekne i parališe; naše društvo treba da nađe svoj odgovor za promene u medijskoj sferi; strategiju ne treba brkati sa UNESCOvim dokumentom, niti ona treba iz njega da proizide)

Nenad Janković, zamenik izvršnog direktora RRA (RRA je obavezan po zakonu da raspiše konkurs za dozvole emiterima, čim ima slobodnih frekvencija; u radnoj grupi za izradu medijske strategije treba da budu predstavnici RRA, jer poseduju iskustvo u sprovođenju Zakona o radiodifuziji; RRA kontroliše sadržaje emitovanih programa emitera i to će biti vidljivo u godišnjem izveštaju)

Nataša Govedarica, predstavnik NVO Građanske inicijative (trebalo je prvo da bude urađena strategija, pa tek onda zakoni; pitanje je da li je strategija za razvoj medija uopšte potrebna u zemlji u kojoj ni zakon ne obavezuje ljude da ga poštuju; bitno je da bude obavezujuća)

Debata je pokazala da svi učesnici ovog skupa smatraju da je strategija neophodna za dalji razvoj medijskog sektora. Činjenica da nije doneta na vreme, nameće obavezu da se njom predvide mehanizmi za rešavanje postojećih problema. Istovremeno, ona mora da bude i vizija razvoja medijskog sektora, kao odgovor na brze promene u medijskoj sferi. Medijska i novinarska udruženja su prepoznala strategiju kao zajedničku potrebu i cilj i spremna su da učestvuju u njenoj izradi, ali zahtevaju da Vlada preuzme obavezu i odgovornost da bude nosilac i garant celog posla. Da bi se pristupilo izradi strategije, obavezan preduslov je postizanje dogovora vlasti i medijskog sektora o principima i vrednostima koje ovom strategijom treba zaštititi i promovisati, čime će se olakšati njena dalja razrada i obezbediti njeno sprovođenje, ocena je svih predstavnika medijskog sektora.