**ULOGA MEDIJA U RAZOTKRIVANJU KORUPCIJE**

Mediji u Hrvatskoj su, uz sve svoje slabosti, u zadnjih četvrt stoljeća razotkrili i objavili brojne korupcijske afere. Ponekad su one izlazile na površinu zato što su ih novinari, u interesu javnosti uspijevali prepoznati, a zatim upornošću iščupati iz mraka, istražiti i donijeti na svjetlo dana.

-Ponekad i ne tako rijetko, informacije o korupciji izbijale su u javnost u trenutku kad ih na svjetlo dana iz nekog razloga odluče plasirati oni imaju saznanja o njima. Ponekad su to činili političko- poslovni lobiji iz sebične računice, u nadi da će na taj način sa scene istisnuti svoje protivnike i raskrčiti prostor za sebe. Ponekad takve informacije dolaze kroz neslužbene kanale od tijela istrage.

Za nas novinare je, naravno, važno odakle inicijalna informacija o korupciji dolazi i kakvi su motivi onoga tko je plasira. Najvažnije je, međutim, takve inicijalne informacije o korupciji podvrgnuti svim raspoloživim novinarskim alatima provjere i utvrditi jesu li točne ili nisu. Naša novinarska logika nalaže da je svako razobličavanje koruptivnih praksi i tendencija u društvu, ma kome kratkoročno donosilo koristi i probitke, dugoročno u interesu javnosti.

Zadaća nam je da kroz izvještavanje i druge novinarske forme, pogotovo kroz istraživačke javnosti pomognemo nadzirati postupke onih koji donose odluke od važnosti za kvalitetu života građana.

**VAŽNOST TISKANIH MEDIJA I POČETAK NJIHOVA URUŠAVANJA**

Dugo su u tome, bez obzira na sve svoje profesionalne slabosti, prednjačili tiskani mediji koji su najtemeljitije, najserioznije razotkrivali koruptivne prakse u politici, gospodarstvu i drugim područjima društva. Tiskani mediji prednjačili su u razotkrivanju klijentelističkih veza između politike, poslovnog svijeta i drugih važnih društvenih aktera. Ostali mediji u pravilu bi ta otkrića dalje pronosili i čini dostupnijim široj javnosti, ponekad i dodatno istraživali. Upravo tiskani mediji su u hrvatskim okolnostima duže razdoblje bili lideri u razotkrivanju koruptivnih praksi i tendencija.

Urušavanjem tiskanih medija, ulogu razotkrivanja korupcije dijelom su preuzeli i internetski mediji, tek manjim dijelom televizija, a najmanje radio. Međutim, iako danas za zemlju od četiri milijuna stanovnika imamo velik broj medija, što lokalnih što nacionalnih, pravo je pitanje u kojoj su mjeri i jesu li u službi javnosti? U kojoj su mjeri i jesu li moćan instrument građana u kontroli vlasti?

**KRONOLOGIJA: DEVEDESETE I RANE 2000-te**

Zvučat će paradoksalno, ali devedesete koje se smatraju „olovnim godinama“ za slobodu govora i novinarstva, „olovnim“ zbog snažnog državnog pritiska na medije, godine su na koje mi novinari, iz današnje perspektive, počinjemo gledati s nekom vrstom nostalgije. Zašto? Tijekom devedesetih su pod snažnom kontrolom vlasti bili javni mediji, koji su javni bili tek po nazivu, a zapravo su u stvarnosti bili državni. Međutim, mediji u privatnom vlasništvu su boreći se za prepoznatljivost i čitanost, uz sve profesionalne slabosti poput senzacionalizma i žutila, u to vrijeme u većoj mjeri služili javnom interesu od takozvanih javnih medija. Privatni mediji su devedesetih, usudila bih se reći, u većoj mjeri služili javnom interesu nego danas. Razotkrivali su pojave koje je vlast nastojala sakriti od javnosti, ponekad na ne baš zavidnoj profesionalnoj razini, ali uporno su u borbi za publiku, čitatelje, razotkrivali i istraživali. Problem je, međutim, što je tijekom devedesetih izostala reakcija onih institucija koje su bile dužne istraživati i procesuirati korupciju, privatizacijski kriminal, ratne zločine.

-U prvim godinama ovog tisućljeća, nakon 2000. popustila je politička stega nad javnim medijima, oni su se liberalizirali,a privatni mediji su uživali razdoblje slobode. To razdoblje, međutim, nije potrajalo dugo.

**SANADEROVA ERA, RAPIDNO SLABLJENJE ULOGE MEDIJA KAO ZAŠTITNIKA JAVNOG INTERESA**

Oko 2005. Politički pritisak nad javnim servisima jača, a u privatnim medijima napreduje proces koji je bio otpočeo još devedesetih –jačaju klijentelističke sprege između medijskih vlasnika, vladajuće politike i velikih ekonomskih igrača na tržištu poput banaka, tele-operatera, velikih kompanija poput Agrokora i drugih.

Financijske potrebe političkih stranaka, žudnja političara za utjecajem, težnja komercijalnih kompanija za profitom dovela je do gomile klijentelističkih odnosa u medijima. Ti klijentelistički odnosi u medijima su se spojili na vrlo destruktivan način, destruktivan na za temeljnu zadaću medija- zaštitu javnog interesa.

Onaj dio medijskog sektora koji je tijekom devedesetih i nekoliko godina iza toga bio financiran inozemnim donacijama i zahvaljujući tome bio privremeno neovisan od utjecaja politike i oglašivača, urušio se. U trenutku kad su bili prepušteni tržišnoj utakmici u kojoj su pravila igre dogovarali veliki, nestali su neki važni kritički mediji poput Feral Tribunea. Niz drugih medija, lokalnih poput zagrebačkog Radija 101 promijenio je vlasnika i pretrpio programsku kastraciju.

Ekonomska kriza koja je uslijedila 2009. dovela je do gašenja niza medija, otpuštanja novinara. Tiskani mediji, koji su bili lideri istraživačkog novinarstva, pretrpjeli su najveći udar. Gospodarska kriza je nerijetko korištena i kao izgovor za urušavanje pojedinih medija, koje je ionako bilo neizbježno zbog gubitka njihove vjreodostojnosti uslijed godinama stvaranih klijentelističkih sprega između medijskih vlasnika, politike i gospodarskih aktera. Kriza, međutim, nije promijenila sporni način funkcioniranja medije već je sprege medijskih vlasnika, politike i oglašivača dodatno učvrstila, a medije i novinarstvo dodatno udaljila od zaštite javnog interesa.

**ZADNJE DESETELJEĆE**

U zadnjih desetak godina svjedočimo procesu slablejnja tiskanih medija, ulogu razotkrivanja koruptivnih praksi u društvu, preuzimaju pojedini internetski portali, ali televizijski mediji.

Međutim, općenito govoreći, u zadnjem desetljeću svjedočimo procesu u kojem postojeći medijski sustavi , novinarstvo kojem je zadaća služiti javnom interesu pretvaraju iz četvrte sile u nešto sasvim drugo. Novinarstvo se u privatnim korporacijama ubrzano transformira u najunosniju sporednu djelatnost reklamne industrije i PR-a. Umjesto novinarstva koje štampa tekstove i donosi priloge koje informiraju, objašnjavaju, propituju, razotkrivaju koruptivne pojave u upravljanju javnim poslovima i poslovnom sektoru, mediji se sve više trude štampati novac kroz raznovrsne oblike prikrivenog oglašavanje i PR-a.

Mogu li takvi mediji služiti javnom interesu, mogu li biti moćna poluga javnosti u suzbijanju i razotkrivanju korupcije u društvu? Ne mogu jer su i sami dio problema korupcije.

U čemu se ogledaju koruptivne prakse u medijima? U prevladavajućim načinima financiranja, u netransparentnom vlasništvu, u činjenici da mediji nisu neovisni o centrima moći već su dio tih centara moći.

**MEDIJI SU ŽIVJELI OD TIRAŽE, A DANAS OD OGLASA**

Tijekom devedesetih privatni tiskani mediji pretežno su se financirali od prodaje na kioscima, njihov prihod je prvenstveno ovisio o tiražama. Uređivačke politike vodile su računa o interesu čitatelja. Danas su tiraže višestruko manje, a oglašavanje, marketing i PR postaju temeljni oblik financiranja komercijalnih medija. Sve više maha uzimaju prakse koje su razorne za novinarstvo - različiti oblici prikrivenog oglašavanja i PR-a. Marketinška industrija shvaća da klasični oglas potrošaču više nije uvjerljiv, ali je puno uvjerljiviji ako se pojavi u formi novinskog teksta i ako ga potpisuje novinar. Paralelno s tim procesom, iz medijskoj prostora nestaju teme koje kritički propituju postupke, prakse i odluke političkih i financijskih moćnika i oglašivača.

**HRT I LOKALNI MEDIJI**

Svjedoci smo urušavanju profesionalne razine javnog televizijskog servisa. Izmjena Zakona o HRT-u 2012. u mandatu Vlade Zorana Milanovića kojim je izbor ravnatelja ponovo povjeren parlamentarnoj većini vratile su javni medijski servis pod izravnu kontrolu stranaka na vlasti. Parlamentarna većina je u ljeto prošle godine smijenila NO koji je u godišnjem izvješću upozorio na ozbiljne koruptivne prakse u upravljanju HRT-om.

Poseban je problem financiranje lokalnih medija. Lokalni medije izravno se financiraju iz općinskih gradskih i županijskih proračuna. Kriteriji dodjele javnog novca lokalnim medijima su krajnje nejasni. Oni ovise o odluci lokalne vlasti, neposredno izabranih župana, načelnika i gradonačelnika.

A o kolikom novcu se, kad je posrijedi financiranje lokalnih medija radi, pokazuje istraživanje koje je u suradnji s platformom „Imamo pravo znati“ ustanovljenom 2015. provela kolegica Melisa Skender. U 2016 i 2017. Godini 296 općina, 114 gradova i 17 županija, dakle ukupno 427 jedinica lokalne samouprave iz lokalnih su proračuna medije financirali s ukupno 120 milijuna kuna, što je oko 60 milijuna kuna godišnje. Ako o dodjeli toga novca odlučuju lokalne vlasti, a odlučuju, u kojoj mjeri ti mediji mogu kritički preispitivati postupke tih istih lokalnih vlasti? Ako kritički pišu o njima, izlažu se riziku da im sredstva budu uskraćena. I to se praksi doista i događa.

Odluka o tome koje medije financirati a koje ne, ne bi smjela biti prepuštena lokalnim vlastima. Valjalo bi razmisliti o formiranju nacionalnog fonda za financiranje lokalnih medija iz kojeg bi se novac dodjeljivao po jasnim kriterijima i transparentno. Time bi se smanjila izravna ovisnost lokalnih medija o volji lokalnih vlasti, a osobito o volji neposredno izabranih načelnika, gradonačelnika i župana koji upravljaju lokalnim proračunima.

**NETRANSPARENTNO VLASNIŠTVO, ULOGA UREDNIKA I NOVINARA U KORPORACIJAMA**

Hrvatska i dalje ima problem netransparentnog vlasništva nad privatnim medijima. Vođenje registra medijskih vlasnika i nadzor nad zakonitošću toga registra ne može biti prepušteno Hrvatskoj gospodarskoj komori. U njoj se poslovima vezanim uz registar vlasnika medija, prikupljanjem podataka o promjeni vlasništva nad njima kao i poslovima evidentiranja ostalih podataka o medijima, koliko mi je poznato bavi jedna jedina osoba. Neophodno je ustanoviti nacionalno regulatorno tijelo koje će nadzirati provedbu Zakona o medijima uključujući i zakonske odredbe koje se odnose na vlasništvo nad medijima.

Valja upozoriti da se drastično promijenila uloga urednika u komercijalnim medijima. Oni sve više postaju produžena ruka vlasnika, lojalni su isključivo njemu, a ne profesionalnim pravilima. Da bi udovoljili vlasniku i njegovoj želji za profitom, ili što je kod nas aktualnije, želji za povratom dugova iz predstečajnih nagodbi, urednici su pod svakodnevnim pritiskom uprava medijskih kuća da krše profesionalna pravila u korist oglašavanja i PR-a. Urednici imaju višestruko veće plaće od novinara. Selekcija unutar medijskih redakcija je takva da se urednici ne regrutiraju iz reda najboljih novinara, već iz redova najlojalnijih korporaciji, iz redova onih koji su spremni spremni okrenuti leđa profesionalnim pravilima i bespogovorno udovoljavati zahtjevima medijskog vlasnika.

Kako u tome prolaze profesionalno načelo javnog interesa koje bi trebalo biti temeljno načelo novinarske profesije? Loše. Novinari koji pristaju na korporativna takva pravila igre dobivaju prostor na udarnim stanicama i udarnim minutama, bolje su plaćeni, putuju najčešće na trošak oglašivača.

Novinari koji u komercijalnim medijskim korporacijama žele sačuvati profesionalni integritet bivaju marginalizirani i istisnuti. Ekonomska kriza bila je izgovor da se redakcije riješe većine istraživačkih novinara. U Zadnjih 10 godina kompanija u kojoj radim, EPH, danas Hanza medija, riješila se niza novinara koji su dobitnici godišnjih nagrada Hrvatskog novinarskog društva za najbolje novinarske radove: Hrvoje Appelt, Nataša Škaričić, Sandra Bolanča, ili dobitnik europske novinarske nagrade, Boris Dežulović samo su neki od njih. Interni mehanizmi discipliniranja novinara u javnim medijskim servisima, a pogotovo u komercijalnim, nemilosrdni su.

**ULOGA DRŽAVE**

Kakva je u svemu tome uloga države?

Kad je posrijedi medijska industrija u interesu demokracije je da se što prije oslobodimo dva mita: prvi je da novinari u sadašnjim okolnostima imaju slobodu djelovati u javnom interesu, a drugi je da su medij neovisni o vlasničkim interesima i novcu oglašivača.

Netko je rekao da je briga komercijalnih medija za javni interes slična brizi farmaceutske industrije za zdravlje ljudi. Interes i medijske industrije i farmaceutske industrije je da uvećaju profit.

U okolnostima u kojima su medijski vlasnici u ortačkim odnosima s političkim i gospodarskim elitama, kad su novinari pod pritiskom da zbog financijskog probitka medijskog vlasnika krše profesionalna načela, medijska samoregulacija nije dovoljna.

Država se, napokon, mora aktivno uključiti u zaštitu javnog interesa, mora prestati pasivno promatrati kao se već 14 godina selektivno krše one odredbe Zakona o medijima koje štite profesionalna načela novinarstva i zaštitu integriteta novinara u medijskim kućama.

Medijski vlasnici u opće-informativnim tiskanim medijima od 1.srpnja 2013. uživaju poreznu povlasticu- najnižu stopu PDV, ako imaju redakcijske statute koji propisuju na koji način se uredništva i novinari mogu zaštiti od pritisaka vlasnika. Međutim,državu ni najmanje ne zanima poštuju li medijske kuće medijske statute koje su usvojile. Nema nacionalnog regulatornog tijela kojem redakcijska vijeća mogu obratiti kad uredništva po nalogu vlasnika grubo krše Statute i profesionalna novinarska načela.

Slobodno novinarstvo je javno dobro, ono ne može biti samo problem novinara i njihovih cehovskih udruga. Slobodno profesionalno i etično novinarstvo ne može biti prepušteno ćudima tržišta i logici profita. Ne može biti prepušteno ćudima trenutne vladajuće većine. Krajnje je vrijeme da novinarstvo bude shvaćeno i zaštićeno kao javno dobro i da neovisno regulatorno tijelo počne nadzirati provedbu zakonskih odredbi koje reguliraju zaštitu javnog interesa.

Slavica Lukić, potpredsjednica Hrvatskog novinarskog društva