

(Време, 05.03.2009)



Прво је председник Француске Никола Саркози, још с краја пролећа прошле године, констатовао да је криза штампаних медија достигла забрињавајуће размере и да је то штетно за нацију. Председник, за кога се, иначе, у француским новинама углавном сматрало да није благонаклон према штампи, покренуо је иницијативу за подробније испитивање стања у француским писаним медијима и евентуалних мера за њихово оздрављење. У међувремену је избила светска финансијска и економска криза што је стање у медијима додатно погоршало.

Онда је под покровитељством Министарства културе и комуникација, које је надлежно за медије, основана једна ad hoc група, која се заправо састоји од четири тематске радне групе – 1. новинарска професија (будућност, обука, етички кодекс); 2. индустријски процес (штампање, дистрибуција и продаја, оглашавање); 3. штампа и интернет (интернет модели за традиционалне медије, слобода преношења информација, активна публика), 4. штампа и друштво (млади и штампа, поверење у новинаре, развој информативно-политичких писаних медија од општег интереса) – под заједничким називом "Опште стање писаних медија" ("Les Etats generaux de la presse ecrite"). Обратите пажњу на израз "писани", који обухвата и интернет, јер су медији на енглеском језику вести о овоме преносили стриктно употребљавајући термин "штампани" (print) медији – дајући предност, истина преовлађујућој, причи о штампаним медијима. А посебно вам скрећемо пажњу на тзв. групу "медија од политичког и општег значаја" (IPG – "Presse d'interet politique et generale") на које се у ствари све и односи.

Четири радне групе (у чијем раду је учествовало преко 140 представника издавача, новинара, штампара, дистрибутера, као и асоцијација поменутих, затим струковних синдиката, универзитетских професора и медијских стручњака) утврдиле су кроз округле столове и јавну расправу током последња три месеца 2008. црну слику писаних медија у Француској и дали више од 90 предлога мера за превазилажење кризе у тзв.

Зеленој књизи ("Livres vert"), која је обнародована и достављена председнику и Влади у јануару. Већина предлога се односи на штампане медије, скоро искључиво на групу "медија од политичког и општег значаја", а предлози се односе како на потребне Владине мере тако и на саме промене у медијима.

Уочена је сличност са кризном ситуацијом у којој су се нашли писани медији у САД, угроженост штампаних од стране електронских медија као и од стране бесплатних новина, пад тиража, пад прихода од огласа, "старење" публике која чита новине (просек између 50 и 60 година зависно од новина), пад поверења у новинаре, пораст трошкова штампања и дистрибуирања новина, илузија самих издавача да ће повећањем броја наслова повећати и број читалаца и приходе док су углавном повећавали трошкове. Све је јача дисперзија публике – све је више заинтересованих за информације и све је више информација, али је и све више различитих медија. Најтежа је криза у IPG новинама (видети горе) и то пре свега у дневним, а нешто је мања криза у магазинима и то у оним који су специјализовани за одређене области, већа је криза у националним него у регионалним дневним новинама. Посебно болна чињеница за француски понос јесте то што су Французи ниско на листи светских и европских нација које највише читају новине. Еколошка штета од превелике количине непродатих новина постаје неприхватљива...

С друге стране, редовни читаоци новина су и даље најбоље и најсвеобухватније информисани, а општа оцена је да су штампани медији један од најважнијих темеља и тековина француске демократије. Поред тога констатовано је да се интернет није показао као богодани излаз за писане медије (како се раније сматрало) јер безмало 80 одсто од укупног прихода од огласа на интернету прикупљају два највећа светска интернет претраживача док за "традиционалне" информативне медије остају тек мрвице. Ту је и проблем "кључних речи" и њиховог броја понављања у текстовима јер сви интернет претраживачи као резултат упита за кључну реч у вестима на врх листе (а на интернету се само то погледа) избацују оно што Французи зову (интернет) "играчи информацијама" – новонастали информативни сајтови на интернету који се за разлику од традиционалних медија не либе да кључне речи понављају у наслову, наднаслову, поднаслову и више пута у тексту а углавном преносе туђе вести, тј. имају минималне трошкове продукције.

Као илустрацију у Зеленој књизи предложених преко 90 мера за превазилажење кризе у писаним медијима наводимо само најзанимљивије по радним групама.

У групи "новинарска професија": организовање додатне обуке (пре свега) за младе и

новинаре приправнике уз ограничење броја курсева признатих од стране новинарске професије; повећање броја државних стипендија за студирање новинарства; институционализовање сарадње издавача са факултетима журналистике уз израду заједничке платформе за обуку новинара; израда новог етичког кодекса и његово укључивање у колективне уговоре; подстицање уредника да остварују личне контакте са читаоцима...

У групи "индустријски процес": промена социјалног уговора са штампаријама и побољшање обуке радника у штампарском занату; подстицање заједничког штампања регионалне и националне штампе; повећање броја продајних места за новине уз знатно олакшавање процедуре отварања и постављања киоска; дозволити издавачима да у прецизно дефинисаним случајевима могу да продају новине и мимо дистрибутера новина; укинути "Одбор за организацију продаје" ("Commission d'organization de la vente") и формирати нови одбор на националном нивоу; ослобађање од трошкова ПДВ-а на трошкове поштарине за претплату; размотрити односе издавача са националном поштанском компанијом; преусмерити "државне" инвестиције у оглашавање у писаним медијима...

У групи "штампа и интернет": потврдити право да информације политичког и општег карактера остају ван домена ексклузивних комерцијалних права; загарантовати плурализам обавезујући интернет провајдере и интернет претраживаче да не врше дискриминацију извора информација; признати статут интернет издаваштва који би се базирао на производњи и доступности за јавност оригиналног садржаја као и на запошљавању професионалних новинара у интернет издаваштву уз прихватање свих издавачких стандарда од стране ове врсте издавача; промовисати приватно улагање у интернет издаваштво преко пореских олакшица; генерално укидање пореске дискриминације "дигиталног" и "физичког" медијског света; промовисати код интернет издавача обављање задатака у домену јавних услуга...

У најзанимљивијој групи "штампа и друштво": најважнији је сет мера за промовисање читања новина код младих и деце и то преко прилагођавања садржаја, увођења "амбасадора" младих у редакцијама, увођења читања IPG новина или едукативних издања у обавезни школски програм у првим разредима основних школа (бесплатне новине за ову намену би по пола финансирани издавачи и Министарство образовања), ово евентуално проширити и на средње школе, дозволити деци да у школама читају IPG и едукативне новине, омогућити наставницима приправницима три бесплатне тромесечне претплате на дневне новине (трошкове плаћају пола издавачи, пола Влада, 30.000 наставника, тј. око 2,7 милиона евра из Фонда за модернизацију штампе, FDM), омогућити бесплатну претплату на IPG новине по избору сваком осамнаестогодишњаку (750.000 примерака годишње по посебној формули, трошак државе опет око 2,7

милиона евра из буџета FDM-а за омладину), увођење ознаке "потврђена педагошка вредност" за образовне часописе, дозвола новинским компанијама да као спонзори финансирају претплату на IPG и образовне новине код младих од шест до 18 година, још сијасет од државе финансијски помогнутих начина да се промовише читање новина у школском узрасту. Поред тога (истина, не једногласно) предложено је и отварање киосака за продају новина у средњим школама. Други сет мера у овој групи се односи на подизање поверења у медије путем обнављања новинарских пропусница (само онима који прођу курс новинарске етике и законодавства), јавног објављивања (на интернету) основа уређивачке политике (по предлогу то би било обавезно) и структуре власништва, подвлачење разлике између издавача (пословни део) и уредника који праве новине, увођење институције омбудсмана у редакцијама који би заступао интересе публике... Трећи сет у овој групи тиче се развоја, а предлози се крећу углавном у правцу смањивања стопа ПДВ-а за IPG новине и часописе (овај предлог није добио једногласну подршку у оквиру радне групе) као и умањења пореза на добит и пореза на приход од капитала новооснованих медијских компанија.

Изгледа да је овом Зеленом књигом председник Саркози добио много више предлога него што се надао те је, након што их је размотрио већ у фебруару јавно подржао неколико од мноштва предложених мера. *Suma sumarum* штампани медији би могли из буџета Републике добити око 200 милиона евра годишње у наредне три године. Председник је подржао повећање државног оглашавања у писаним медијима и значајну државну помоћ за развој интернет издаваштва кроз олакшице и субвенције као и бесплатну једногодишњу претплату на дневне IPG новине по избору за сваког осамнаестогодишњака. Преузимајући ове предлоге као своје, Саркози је упозорио медије да је овде реч само о привременој помоћи писаним медијима док се не снађу у новонасталој ситуацији, али да ће сами медији морати да пронађу начине за "самоодржив" опстанак на тржишту у будућности.