

Kampanja – sueljavanje – financiranje

Blog

Posted by:

Objavljeno: 2007/10/15 10:05:02

Približavanjem izbora interes javnosti za kampanju raste.

Mnogobrojni komentari u novinama, mnoge emisije na radijima i televizijama bave se kampanjom, prognozama, analizama i špekulacijama o količini i izvorima novca koje stranke potrošiti u kampanji.

U zadnjih pak par dana posebna je tema TV sueljavanje koju je otvorio Milanović; bacanjem rukavice Sanaderu.

Najprije o TV sueljavanjima. Jedan od razloga zbog kojih je Klub zastupnika HNS-a a na poticaj i prijedlog HTV-a, Nove TV i RTL-a podnio prijedlog novih pravila praenja izborne kampanje bio je i u tome što stara pravila ne samo da nisu predviđala nego su zabranjivala TV ili radio sueljavanja u elektroničkim medijima s nacionalnom koncesijom (Hrvatski radio, HTV, Nova TV i RTL). Naime, odredbom da ti mediji SVIM sudionicima izbora moraju dati isti tretman, isto vrijeme i isti pristup, sueljavanja su bila gotovo nemoguća jer bi ti mediji u njih trebali zvati 30 do 40 predstavnika svih izbornih listi koliko ih u prosjeku ima na svim parlamentarnim izborima. A priznati ete da sueljavanje 40 nositelja ili kandidata nije moguće izvesti pa taman da trajalo i 6 sati. Ako pak bi organizirali sueljavanje samo 5-6 kandidata s najvećim šansama za pobjedu, mediji bi prekršili Pravila i izložili se opasnosti kazne od milijun kuna.

Izmjenama Pravila koja su izglasana na prijedlog HDZ-a posljednji dan zasjedanja jednom odredbom ta sueljavanja uinjena su mogućom. Doduše, i ta se odredba može isitavati poput žvake i gume pa e biti veoma interesantno vidjeti hoće li se neka televizija odvažiti na sueljavanje samo dio izbornih sudionika i riskirati prigovore ostalih.

Još jedna odredba Pravila bila je predmet sukoba vlast – oporba. U opisu sadržaja i izgleda emisija HTV-a koje traju 50 minuta a u kojima sudjeluju svi sudionici izbora po izbornim jedinicama propisano je kako voditelj MORA voditi emisiju i piše otprilike ovako:

a) uvod i predstavljanje; b) pitanja (svima ista) i c) završno obraanje. O boji odijela, košulja i kravata, izgledu frizure gostiju i voditelja na sreću nema odredbi.

HDZ-u je ono pitanja (svima ista) bilo najbitnije da ostane. Zašto? Pa zato što mene sigurno voditelj ne bi pitao pitanja poput: Tko je maestro? Što radi ministrov voza? Gdje je 6 milijuna dolara iz škvera? Gdje su rauni iz Verone? Tko nema raune za satove?

Mene ne ali bi ta pitanja mogao dobiti Vukelić, Kalmeta, Sanader, Bebić.

No, da kojim slučajem i meni postave ta pitanja na sva bih odgovorio: (Ne) Zna se!

Sada i o novcu za kampanju. Kažu potrošiti e se oko 100 milijuna kuna. Za što? Tko e najviše od toga dobiti?

Prvo država. Na ime PDV-a jer što god stranke plaćaju u kampanji, na svaku se uslugu plaća PDV. Dakle 22 milijuna kuna dobiti e država.

Iza toga su elektronički mediji, radije i televizije. Iz toga novca se financiraju i plaće novinara zar ne?

Slijede tiskare. Naše domaće. Tiskati će na milijune komada letaka i plakata. Tko radi u tim tiskarama? Tko su vlasnici tih tiskara? U kojoj državi te tiskare plaćaju porez? Kome ide zarada u tim tiskarama?

I na kraju novine. U ta dva mjeseca zaraditi će više nego cijelu godinu od svih svojih oglašivaća.

Da, ne smijem zaboraviti ni ovo: dva-tri mjeseca prije izbora svi mediji donose „nove“ cjenike svojih usluga. Za 30-40 posto povećaju cijene. A onda strankama velikodušno daju popuste ili bonuse od 20 posto.

Kampanja je skupa! Troši se previše! Stranke se razbacuju novcem! Vrište i pišu mediji koji najviše od toga i zarade. Pa snizite cijene!