

КУЛТУРА ПОЛИСА
УДК 316.77:32
ОНР

МИРКО МИЛЕТИЋ
Филозофски факултет
Нови Сад

ПРИВАТИЗАЦИЈА МАСМЕДИЈА У ЈАВНОМ ВЛАСНИШТВУ

Сажетак: Рад садржи критику законског модела и праксе приватизације масмедија у јавном власништву у Србији. Аутор заснива критику на анализи законских решења, стања у масмедијском комплексу Србије и појединачних примера већ извршене приватизације масмедија. На тим основама предвиђа ток даље приватизације, која би требало да буде завршена до краја 2007. године, указујући на њене могуће главне субјекте. Критичку анализу аутор закључује предлагањем новог модела приватизације, као претпоставке ширења слобода у масовном комуницирању и конституисања независне и аутентичне јавности у Србији.

Кључне речи: масмедији у јавном власништву, приватизација, масмедијски комплекс, слобода у масовном комуницирању, јавност

1. Увод

Сваки политички субјект у савременом друштву, било да је реч о појединцу или групи (политичкој организацији), легитимисе се као демократски најпре односом према медијима масовног комуницирања. Ово због тога што је је савремено друштво нужно масовно и што се јавна сфера у њему, највећим делом, успоставља у масмедијском комплексу, тј. целини свих делујућих медија масовног комуницирања. Другим речима, јавност као 'четврта власт' данас није могућа, осим у спонтаним формама (митинзи,

демонстрације, јавна окупљања, итд.), изван масмедијског комплекса. Овај комплекс, стога, мора да буде пропустан за све мњешке струје које излучује јавност, схваћена као скуп свих грађана са активним односом према одређеним друштвеним питањима преображеним у актуелне друштвене проблеме.

Таква пропусност могућа је, са друге стране, само под неколико услова. Најпре, масмедијски комплекс мора да буде правно уређен у складу са начелима правне државе. Затим, неопходно је да позитивно медијско законодавство својим обимом афирмише идеју о 'минималној држави', кроз процесе дерегулације и саморегулације у масмедијском комплексу, будући да претерана регулација нужно сужава поље слобода, права и одговорности грађана (укључујући и професионалне комуникаторе), који су иманентни масовном комуницирању у демократском друштву. И најзад, у масмедијском комплексу мора да симултано функционишу три модела организовања масмедија (масмедијских предузећа), као незаобилазна претпоставка за поменути пропусност, односно јавно изражавање групних и појединачних ставова/мишљења. Реч је о (1) моделу јавне службе, (2) профитно-комерцијалном и (3) моделу цивилног организовања масмедија. Они су, дабоме, увек артикулација посебних (групних) и појединачних интереса грађана, у чијем се сучељавању, кроз јавну дебату у масмедијском комплексу, може доћи до консезуса о такозваном општем, тј. заједничком интересу.

Овде ће масмедијски комплекс у Србији бити анализиран из угла предстојеће (у време објављивања овог текста можда ће адекватнији израз бити – текуће) приватизације масмедија у јавном власништву, узимајући у обзир претходне напомене као аксиолошке премисе анализе и закључивања.

2. Скица масмедијског комплекса Србије

У дескрипцији масмедијског комплекса у Србији најбоља метафора којом се могу изразити прошла и актуелна збивања – како у нормативној, тако и у фактичкој равни – могла би да буде 'српски медијски Ел Дорадо'. Наиме, од 1990. године, када су ос-

новани први масмедији у приватном власништву, све до данас, нити је постојала усаглашена правна регулатива; нити је било дефинисано поље слобода, права и одговорности грађана у масовном комуницирању; нити је, напослетку, масмедијски комплекс, постојећим моделима организовања, омогућавао конституисање делујуће демократске јавности. Напротив, чак није било периода, ма колико кратких, у којима се она, посматрано на националном плану, истрзала из руку контроле политике и/или капитала и излучивала, користећи Хабермасов речник, колико-толико аутентично, насупрот произведеном, тј. манипулативном јавном мњењу.

Разлог је релативно једноставно скицирати. У условима транзиције, примаран мотив, и данас сукобљених политичких представника две друштвене групације око контроле процеса приватизације друштвене својине (партијско-државне елите и новонасталих интересних група капитала), било је владање целином или деловима масмедијског комплекса, а то се могло постићи само ако су медији масовног комуницирања били организовани у два модела: из угла европских медијских стандарда у одавно (а) архаичном партијско-државном моделу и (б) профитно-комерцијалном моделу, углавном инокосних власника масмедија. Тако је на тлу и у етру Србије 'неконтролисано' изникла права масмедијска прашума, у којој нико није знао, укључујући и надлежне државне органе, или није хтео да изброји колико 'стабала' има. Њихов број се одређивао, онако, од ока, уз стално пребацивање одговорности на претходне владајуће гарнитуре.

Извесно је, међутим, да су и почетком 2007. године, дакле шест ипо година после октобарско-децембарских догађаја ('демократске промене власти', 'револуције', 'пуча'?) на прелазу векова, као и три 'демократски' изабране владе, прилике у масмедијском комплексу Србије (суштински, не и формално) исте као и средином последње деценије ХХ века. Сви масмедији и даље функционишу у два поменутог модела.

Истина, национална радио-телевизија је током 2006. године подељена на две радиодифузне установе – Радио-телевизију Србије и Радио-телевизију Војводине, које су формално трансформисане у јавне сервисе. На примеру РТС-а може се, међутим, доказати да ова медијска кућа то није и суштински постала. На ње-

ном челу, у Управном одбору и лицу генералног директора, налазе се агенти (почетком 2007. године још) актуелне Владе Србије, као и у претходним периодима (1990-2000 и 2000-2003). Да, тачно је да је Савет Републичке агенције за Радиодифузију, после јавног позива за предлагање чланова Управног одбора РТС-а, применио Закон о радиодифузији и, као 'независни регулаторни орган', именован чланове Управног одбора РТС-а. Да, тачно је да је новоформиран Управно одбор расписао конкурс за генералног директора, директоре и главне и одговорне уреднике Радија и Телевизије Београд. Али, где чуда: за председника Управног одбора и генералног директора РТС-а изабрани су исти људи који су три године раније постављени од нове Владе Србије, мимо одредаба и тада важећег Закона о радиодифузији, натегнутим тумачењем да се примењује Закон о јавним предузећима, будући да не постоје услови за примену Закона о радиодифузији (sic!). Ова, више него чудна коинциденција, не говори само о политици Владе Србије у медијском пољу, политичком идентитету поменутих председника Управног одбора (али и доброг броја његових чланова) и генералног директора РТС-а, него и о Савету Републичке радиодифузне агенције као, пре свега политички, независном (!?) регулаторном телу. *By the way*: своју независност Савет РРА истовремено је демонстрирао полицијским поноћним упадом у БК телевизију и насилним гашењем њеног програма, са образложењем да је власник, мимо Закона о радиодифузији и упозорења менаџерском и уредничком тиму, политички инструментализује за афирмисање сопствене странке. Истом Савету, међутим, нису сметале сличне инструментализације дилем Србије. Сликвит је пример тзв. берлусконизације медијског простора у Поморављу, где се под власничком и политичком контролом једне политичке странке (Јединствена Србија) и њеног председника и данас налазе више масмедија (ТВ Палма плус, РТВ Јагодина, недељник „Нови пут” и РТВ Ћуприја).

Поред овако схваћене трансформације националне радио-телевизије у 'медијски јавни сервис грађана Србије' (како се непотребно и претенциозно свакодневно идентификује РТС, јер суштина није у прегломазном називу него о у садржају програма), сви локални, регионални и општински масмедији у јавном власништву, и даље су под чврстом контролом локалних власти,

оличеним у најразличитијим страначким коалицијама. У сталним променама власти у општинама Србије постала је пракса да се функције директора и главних и одговорних уредника деле као страначки плен, тј. потписују коалициони уговори у којима се, најчешће, недељне новине, те радио и телевизијски програми стављају под директну контролу странака са највећим бројем одборника у тек формираним коалицијама у општинским скупштинама.

Трећи слој масмедијског комплекса у Србији представљају штампани и електронски масмедији у приватном власништву, који су од 1990. године ницали као печурке после кише.

Када је о овим другима реч, радију и телевизији, сви они су, од доношења Закона о радиодифузији (2002), били практично – нелегални. Тврдња се односи и на оне који су имали лиценце добијене по Закону о радио телевизији из 1992. године (на конкурсима Владе Србије 1992. и 1994. године), јер их је нови закон практично обезвредио, и посебно на све остале радио-телевизијске програме, чија се 'легалност' заснивала на папирима који свакако нису били права дозвола за емитовање програма: од урађених техничких елбората до различитих потврда добијених од надлежног савезног министарства пре 2000. године. За све ове радио и телевизијске програме заједнички именовани били су високи степен неизвесности до када ће и како функционисати, што је њихове власнике, појединце или интересне групе капитала, у потпуности стављало под политичку контролу, посебно ако су производили амбициознији информативни програм. Разуме се да су радио и телевизијски програми са националним покривањем били под будним оком републичких, а регионални и општински локалних власти. Принцип је, међутим, идентичан: власник или власници пажљиво су пратили шта се дешава у политичком животу Србије, попут еквилибриста на жици кретали се од једне до друге политичке организације (укључујући и чланство у њима), и у складу са својим тренутним политичким уверењима и трајним комерцијалним интересима, ако је то потребно, преко ноћи мењали садржај програма и његове реализаторе.

Почетком 2006. године сви они суочили су се са питањем да ли им се труд исплатио, јер Савет РРА виноу се у етар над Србијом са намером да коначно уведе или, можда је боље рећи, заведе

ред у њему. Расписани су и, како тако, окончани конкурси за расподелу фреквенција националног и покрајинског значаја, као и фреквенција за подручје Београда. Тема овог текста је приватизација масмедија у јавном власништву, те се зато нећемо задржавати на више него проблематичним епизодама, како када је у питању додела лиценци за телевизијске програме националног значаја (БК, РТЛ, Кошава, Авала, Фокс), тако и када је реч о лиценцама за радијске програме у Београду (зашто само 14 програма?).

3. Законски галиматијас

О проблему приватизације масмедија у јавном власништву говорило се релативно ретко све до средине 2005. године. Упркос чињеници да су локални масмедији, узимајући у обзир њихове техничке капацитете, кадрове и традицију, били и јесу стожери производње јавног мњења на подручју деловања. Њих, опет само према процени Агенције за приватизацију има око 150, међу којима 120 електронских и 30 новина. Организовани су као јавна (партијско-државни модел) новинска, радијска, радио-телевизијска или информативна (поред радија и телевизије, укључују новине и издаваштво) предузећа. Са посебним случајевима, попут Радио ЈАТ-а (који је био део истоимене националне авио-компаније и, у међувремену, угашен јер није добио дозволу за емитовање на подручју Београда), Трећег канала и Радија 101 (који су функционисали у саставу РТС-а и угашени после његовог 'преображаја' у јавни сервис), или Радио ТАНЈУГ-а (угашен из истих разлога као и Радио ЈАТ), ЈУ-инфа, „Борбе” и Радио Југославије, који су били под ингеренцијом онога што се некада називало 'савезна власт'. Напомена није без значаја, с обзиром на проблеме које је ова организациона шароликост изазивала и изазива у најављеној и законима два пута одлаганој приватизацији.

Дакле, шта кажу закони, како су примењивани и како ће се примењивати у приватизацији масмедија у јавном власништву?

Ово питање се у Закону о приватизацији из 2001. године посебно не третира. То је, уосталом, у сваком смислу била врло бурна година у којој се ушло у приватизацију великих привред-

них система – од цемента, преко САРТИД-а, до дуванске индустрије – чија је продаја стратешким партнерима, у условима испражњеног државног буџета, чини се била један од најважнијих услова опстанка 'прве демократске владе у Србији'. У тренутку његовог доношења и почетне примене нико још није отварао питање приватизације масмедија, јер је у политичком пољу и масмедијском комплексу на дневном реду било преузимање контроле над РТС-ом и приватним масмедијима националног значаја.

Тек доношењем Закона о радиодифузији, средином 2002. године, и Закона о јавном информисању, годину дана касније, утврђени су рокови у којима се масмедији у јавном власништву имају приватизовати, али без улажења у то како ће овај замашан посао бити урађен. Закон о радиодифузији у 96. члану прописао је обавезу да се радио и/или телевизијске станице приватизују у року од четири године од дана његовог ступања на снагу, тј. до 26. јула 2006. године, док је Закон о јавном информисању у 101. члану изреком утврдио да гласила у јавном власништву, на које се не примењују законске одредбе у области радиодифузије, дакле дневне и периодичне новине, престају са радом у року од две године од његовог доношења, а то значи 23. априла 2005. године. Њихова приватизација експлицитно се не спомиње (?!), али би требало да се подразумева, што имплицира класични српски кондиционал: 'може да буде, али не мора да значи'. Поготову ако се има у виду њихов шаролик правни статус. А затим је, под налетом много 'важнијих' проблема, приватизација масмедија у јавном власништву гурнута у страну, све док се неко није сетио да се време за приватизацију толико приближило да, практично, ни једна од ових одредби не може бити испоштована. Уз један изузетак, за који се касније испоставило да је био 'пуцањ у празно'. Министарство културе (које је укидањем некадашњег Министарства за информисање преузело управне надлежности над масмедијским комплексом) донело је, наиме, у августу 2004. године крајње лапидаран (шест чланова) и, практично, непримењив Правилник о начину приватизације радио и/или телевизијских станица локалних и регионалних заједница. У најкраћем, овај подзаконски акт каже да се електронски масмедији имају приватизовати у складу са важећим законима о приватизацији и радиодифузији, јавним тендером или аукцијом, али под условом да су ускла-

дили свој рад и пословање са Законом о радиодифузији. Посебно интересантна у овом правилнику је обавезујућа инструкција да се намена делатности предузећа не може мењати до истека дозволе за емитовање радио и телевизијског програма (sic!). У њему није било ни речи како треба приватизовати новине. Стога је остао само један непримењен акт више у претрпаним државним архивама супротстављених, неконзистентних и заборављених прописа.

Неразумљиво занемаривање питања приватизације новина у јавном власништву (које, видеће се касније у овом тексту, може за неке од њих представљати огроман проблем) карактерише и нови Правилник са истим насловом, које је Министарство културе обзанило 14. јуна 2005. Његов 'квалитет' у односу на претходни је изостављање споменуте инструкције у вези са поседовањем дозволе за емитовање програма, утолико што се обавеза о континуитету производње и емитовања радио и/или телевизијског програма реалативизује и „не односи на радио односно телевизијске станице које на јавном конкурс за издавање дозвола за емитовање програма буду одбијене”. Реч је, поново, о истом кондиционалу, који проистиче из тадашњег потпуног нормативног и фактичког хаоса у масмедијском комплексу. Јер, конкурс за фреквенције тек је требало да буде расписан, а прогнозирање када би се то могло десити, из угла дотадашње праксе, било је крајње незахвално. Као ни када ће и како почети, а посебно – када ће се окончати, приватизација масмедија у јавном власништву, за коју су рокови поново, сва је прилика, недовољно продужени. Изменом Закона о јавном информисању за новине – до 23. априла 2006. године, а изменом Закона о радиодифузији за електронске медије – до 31. децембра 2007. године.

Уз све што је речено, потпуно је, у нормативном 'рвању' са предстојећом приватизацијом, занемарен практични аспект могућности настајања масмедија у цивилном моделу организовања, пројектован, иначе, у 95. члану Закона о радиодифузији. Отворено је, наиме, питање зашто се сви масмедији у јавном власништву морају приватизовати. Мноштво њих, основаних ради страначке пропаганде у општинским оквирима током последњих десет година, могли би и те како да постану цивилни сервис грађана, са различитим карактером програма: културним, хуманитарним, еколошким..., у циљу, како и овај члан Закона предвиђа, задово-

љавања специфичних интереса појединих друштвених група и организација грађана. Оснивачи радио и телевизијских станица, према истом члану Закона, могу бити непрофитне организације цивилног друштва (невладине организације и удружења грађана), па нема сметњи размишљању да се Црвеном крсту или каквом културно-уметничком друштву у срединама већ засићеним приватним масмедијима, под овим чланом предвиђеним условима не уступи, рецимо, општинска радио-станица, само једна међу три или пет приватних, које се морају надметати на конкурс за одређену фреквенцију. Цивилни модел организовања медија може да представља и добро решење за штампане и електронске медије у јавном власништву на језицима националних мањина, уз њихову позитивну дискриминацију од стране државе, јер мало је вероватно да њихова приватизација подразумева опстанак у медијском пољу, имајући у виду релативно мале етничке скупине (Словаци, Русини, Румуни, Бугари, Роми...) због којих су оснивани, не само у последњих петнаестак година, него и раније. Такви масмедији не би могли у тржишној утакмици, после приватизације, да обезбеде материјална средства за опстанак, због релативно малог броја потенцијалних реципијената, тј. скученог тржишта. Ово су, међутим, само потанкости које илуструју досадашњу (реч је изабрана пажљиво) незаинтересованост јавне власти за суштинско успостављање аутентичне јавности кроз високу пропусност масмедијског комплекса, која је немогућа без постојања масмедија и у трећем сектору.

Можда би ово, као и многа друга питања, заинтриговало надлежне да у Србији није укинут регистар масмедија, односно, како је раније називан, јавних гласила. Оправдање се тражи у ставу ОЕБС-а, али је сасвим извесно да су у овом случају били 'помешани лончићи'. Постојање, данас електронске, базе података у надлежном министарству о броју и врсти масмедија, типу власништва, изворима и структури прихода, одговорних уредника, броју запослених, техничким капацитетима, лиценцама... није атак на слободу и права грађана у масовном комуницирању и могући механизам контроле масмедија. Ти механизми увек се успостављају изван сређене базе података, посебно у правно несређеном масмедијском комплексу.

4. Проблеми и модел приватизације

То је разлог што су у Агенцији за приватизацију, којој је, практично, препуштен 'врућ кромпир' приватизације масмедија у јавном власништву, у почетку само претпостављали колико их у Србији има и покушавали да, преко својих регионалних канцеларија, дођу до тачног податка. (Од 145 контактираних општина одговорило је мање од половине.) Међутим, ни то, као ни чињеница да је у Агенцији доскора на овим пословима радио само један човек, нису биле највеће препреке у вези са приватизацијом масмедија.

Два проблема посебно су се издвојила ребуским карактером.

Први је садржан у питању: како приватизовати новине у јавном власништву које нису правни субјект, већ се објављују у оквиру предузећа које у свом саставу има радио и/или телевизијски програм, а нека и издавачку делатност? Рокови за приватизацију су асинхрони, а није могуће приватизовати само део јединственог предузећа. У преписци Министарства културе и Министарства привреде (28. август 2005.) прво је поручило другом: „Министарство културе сматра, полазећи од законских прописа, да ове медијске куће ... морају извршити одређене статусне промене и разграничити капитал штампаних и електронских медија пре отпочињања процеса приватизације, како би у тај процес штампани односно електронски медији могли ући самостално". Другим речима, од једног правног субјекта треба добити два. Баш колико је и недоумица у везу са тим. Најпре, да ли ће од субјекта А дељењем настати субјекти Б и В? Или ће се из субјекта А издвајати субјекат Б? А можда треба угасити субјекат А и основати субјекте Б и В? А затим, требало је да то учине оснивачи у најкраћем могућем року (месец-два), тј. општине. Исте оне које нису желеле да одговоре на допис Агенције за приватизацију? Исте оне у којима се потписују споразуми о страначким поделама менаџерских и уредничких места у оваквим медијски хибридниим предузећима? Исте оне које запослене у њима, буџетским средствима, држе у потпуној политичкој покорности, уз сталне претње да од идуће године, баш због очекиване приватизације, за њих неће издвојити

ни динар...? Дабоме, нити у једном оваквој (бројем и врстом масмедија) хибридној медијској кући статусне промене нису извршене.

Но, таквих случајева је релативно мало, мада се тиме не умањује компликованост проблема. Зато је други проблем, посебно у погледу законитости приватизације електронских масмедија и правне сигурности њихових евентуалних купаца, све до краја 2006. године био много већи и сводио се на старо питање да ли је старије кокошка или јаје. Односно: да ли приватизовати електронске масмедије пре окончаног конкурса за расподелу регионалних и општинских фреквенција (Републичка радиодифузна агенција расписала га је тек крајем 2006. године) и тако продавати предузећа, која, по актуелном Закону о радиодифузији, сва до једног на регионалном (изузимајући Београд где је конкурс окончан) и општинском нивоу, нелегално емитују радио и/или телевизијски програм или чекати да се конкурс окончају и пробије рок постављен за њихову приватизацију? Узимајући у обзир тајминг конкурса за локалне и регионалне фреквенције, утврђен Законом о радиодифузији, сада је очигледно да ће редослед бити: додела лиценци, па приватизација. Међутим, чак и ако се занемаре вазда могуће турбуленције на политичкој сцени Србије после избора почетком 2007. године, овде је главни проблем време. Како је, у претходном контексту, могуће испоштовати законске рокове, ако се зна да је за посао око приватизације било ког другог предузећа потребно око 12 месеци и у условима у којима није присутан нити један од већ описаних проблема у масмедијском комплексу Србије? У сваком случају, шта год да је урађено и шта год да се уради, Закон о јавном информисању већ је прекршен, а сва је прилика да ће се то десити и са Законом о радиодифузији, уколико, наравно, поново, по ко зна који пут, не буде промењен од нове скупштинске већине.

У свему, једино не постоји дилема око модела приватизације (овде ће, нешто ниже, бити отворена), јер се он мора уклопити у одредбе важећег Закона о приватизацији. То, практично, значи да ће највећи број, можда и сви, масмедији у јавном власништву бити приватизовани аукцијом. Тридесет одсто акција припашће запосленима и бившим радницима у њима, по критеријуму година радног стажа. У случају јавног тендера (познаваоци прилика про-

цењују да тако могу бити приватизована већ поменута 'савезна гласила'), број акција који ће припасти радницима биће сведен на 15 одсто.

Али, ако не постоји дилема око модела приватизације, поново је отворен проблем да ли масмедији у јавном власништву баш морају бити приватизовани. Учињено је то у 60. члану тек донетог Устава Србије. Поједини стручњаци тврде да се оваквом одредбом поново даје право држави, на свим нивоима њеног организовања, да покреће новине, радио и телевизијске програме као оснивач, па зашто би онда приватизовала постојеће. Тим пре што је уставна норма старија од законске, тј. закони, у овом случају, о јавном информисању и радиодифузији морају да буду усклађени (дакле, поново мењани) са Уставом.

Личи на нови зачарани круг, који је већ изазвао реаговања и расправе у стручним круговима. Овде ће, за сада, нова недоумица бити занемарена зарад анализе могуће праксе у предстојећој/текућој приватизацији масмедија у јавном власништву.

5. Наде и очекивања

Речи садржане у претходном међунаслову односе се, прва, на запослене у масмедијима у јавном власништву, а друга, на стручњаке који имају искуство у приватизацији не само масмедијских предузећа.

Хипотетички, прву групу могућих субјеката приватизације масмедија у јавном власништву могу представљати запослени у њима, ако формирају конзорцијуме и имају довољно пара.

Полазећи од података Агенције за приватизацију о броју мамседија у јавном власништву, могуће је извести процену о броју запослених у њима. Ако се конструише апроксимација на бази приближног броја од 150 масмедијских предузећа и просечно 50 запослених у њима, логична је претпоставка да овај део масмедијског комплекса запошљава најмање 7,5 хиљада радника. Цифра довољно илустративна за његову величину (и значај), с обзиром да је приближно иста броју запошљавао РТС пре првог таласа отпуштања радника из националне радио-телевизије. Али, у ма како

тешком материјалном положају била огромна већина запослених у РТС-у (са просечном зарадом од 250 евра), професионални комуникатори и остали запослени у осталим масмедијским кућама у јавном власништву налазе се у драстично горем. Не само по већ поменутој примораности да буду политички пропагандисти локалних страначких коалиција на власти (после 'преображаја у јавни сервис', на нешто замагљенији начин, у истој позицији су и запослени у РТС-у), него првенствено по мизерним и нередовним зарадама, сталним унутрашњим политичко-професионалним превирањима, страху од сутрашњице... Тај страх се испољава на много начина: од наде да ће приватизација решити све њихове пробелеме, до појединачне 'приватизације' супстанцијалних делова ових предузећа – техничких капацитета, програма и страница у новинама – индивидуалним присвајањем уређаја, делова дискотека и видеотека, комерцијалним аранжманим о садржају текстова и реклама, итд. Ретки су, стога, запослени који размишљају о формирању конзорцијума за куповину сопствених предузећа, што је једно од очекивања стручњака који ће се субјекти појавити у улози купаца и будућих власника. Разлог је већ објашњен: велики број запослених у њима припада, безмало, пауперизованим слојевима српског друштва. Они једва обезбеђују елементарне материјалне услове за свакодневну егзистенцију, да би билу у стању за издвајање барем хиљаду евра (полази се од изнете претпоставке о просечном броју запослених) и формирали конзорцијум који ће се појавити на аукцији. Чак и у случају предузећа које у свом саставу има само периодичне новине то је права мала утопија.

Примери „Сремских новина”, „Суботичких новина” и нишких „Народних новина” (јединог дневника у унутрашњости Србије), које су приватизоване јер су објављивале у оквиру нехибридних новинских предузећа за сада потврђују претпоставку да ће главни играчи бити људи којима новинарство није занимање, него у медијском пољу виде могућности за остваривање различитих интереса, а већ имају пуне џепове.

„Сремске новине” купио је конзорцијум локалних богатуна, врло хетерогеног социјалног састава (бизнисмени, земљопоседници, политичари, адвокати, бивши новинари...), али са заједничким имениоцем да су могли, сваки појединачно, издвојити по

десет-петнаест хиљада евра за куповину сремског недељника. Почетна цена овог недељника, који је покривао подручје пет-шест општина у Срему, износила је пет хиљада, а продат је за сто хиљада евра. У данашњој Србији највећи број људи, укључујући и запослене у масмедијима у јавном власништву, о тој своти размишља, првенствено, као о начину да преживи наредну деценију. У теоријском смислу (Радојковић и Стојковић, 2004) реч је о класичној интересној групи капитала, а такве ће се, највероватније, појављивати као купци ових предузећа у апсолутно највећем броју случајева. Нарочито када се буду продавали електронски масмедији са вишедеценијском традицијом и великим зонама покривања (слушаности и гледаности).

Приватизоване „Сремске новине” још су и добро прошле, независно од социјалног профила нових власника, јер су опстале, а запослени у њима наставили да раде, без већих потреса. Сасвим другу судбину доживеле „Суботичке новине”, које је купио трочлани конзорцијум за 800.000 евра, тј. платио 67 пута скупље од почетне цене. Нимало случајно, када се зна да су да је највреднији део купљеног предузећа зграда у центру Суботице. Скоро сви чланови редакције, наслућујући шта ће се десити, напустили су нове власнике и, уз помоћ новосадског „Дневника”, формирале нови недељник – „Суботичке”. Старе „Суботичке новине” почетком 2007. године су пред гашењем (у редакцији су само четири новинара, без главног уредника који је поднео оставку), али је то мала брига нових власника који су добили оно што су желели.

Нишке „Народне новине” постале су акционарско друштво у коме контролни пакет акција има брат власника нишке РТВ „Белама”. Нови већински власник свим запосленим обећао је социјалну сигурност и модернизацију новина, али је у овом случају могуће уочити како се стварају услови за заобилажење одредби Закона о радиодифузији који се односе на недозвољену медијску концентрацију.

Велике домицилне корпорације, већ приватизована предузећа у другом (индустрија) и трећем (услуге) сектору привреде, представљају трећу вероватну групу субјеката који се могу појавити као купци масмедија у јавном власништву. Претпоставља се

да уз, примарни, комерцијални интерес – особито када се подручје продаје производа и услуга поклапа са зонама читаности, слушаности и гледаности – могу да постоје и други мотиви: од утицања на локалну јавност, до предупредивања синдикалних потреса у њима. Тим пре што су у време социјалистичког самоуправљања приходи ових, тада великих привредних система у друштвеном власништву, били основица за покретање, а затим и финансирање локалних новина, радијских и телевизијских програма.

На крају, сасвим је вероватно да ће се у приватизацију масмедија у јавном власништву умешати и страни капитал, понајпре поједине компаније које неколико година показују снажан интерес да загосподаре великим деловима масмедијских комплекса у Југозападној Европи. После 'крупних залагаја' националног значаја, пред њима су и утицајна регионална и гласила у урбаним центрима. Не мали број познавалаца прилика сматра да тиражни и угледни недељници са полувековном и дужом традицијом (читај: стеченим навикама читалаца на домицилним подручјима), од „Зрењанина” и „Панчевца” – до пожаревачке „Речи народа”, крушевачке „Победе” или пиротске „Слободе”... – могу бити интересантна (јефтина и профитабилна инвестиција) за, рецимо, најагилнијег медијског играча на Балкану, немачки ВАЦ, али и друге иностране компаније. Неке рачунице показују да би са рационалном организацијом редакција (не више предузећа, него организационих јединица, на пример, већ купљене „Политике”), ове новине, као подлистци дневних новина републичког и покрајинског значаја, уз минимално повећање трошкове (плате запослених), њима значајно увећале тираж и привукле оглашиваче са домицилних подручја. Уосталом, после описане приватизације „Суботичких новина”, новосадски „Дневник”, под контролом ВАЦ-а, помогао је покретање новог недељника – „Суботичких”, са прилично очигледном мотивацијом да се уђе на богати север Србије и привуку многобројни оглашивачи са тог подручја.

Према томе, једна од основних хипотеза у овом тексту садржана је у предвиђању да ће само у спорадичним случајевима запослени у масмедијима у јавном власништву бити њихови купци и будући власници. Посебно када је реч о двадесетак предузећа која у свом саставу имају новине, један или два радијска програма, телевизијски програм и издавачку делатност, јер сва је

прилика да ће се, због пробијања рока из Закона о јавном информисању и цајтнота у који се улази применом Закона о радиодифузији, она прећутно продавати у пакету, мимо већ споменутих одредаба закона о јавном информисању и закона о радиодифузији. Мада би, из угла ширења поља слободе у масовном комуницирању, требало да буде обрнуто, тј. да се масмедији у јавном власништву у Србији препуштају у власништво првенствено професионалним комуникаторима у њима.

Зашто?

6. Уместо закључка: једна закаснела алтернатива

Масмедијски комплекси, као друштвени подсистем, не може се поистовећивати са другим друштвеним подсистемима. Има много разлога, али један је посебно значајан. Његово функционисање тиче се, директно или индиректно, свих грађана и, више или мање, утиче на функционисање осталих друштвених подсистема. Постојање власнички разуђеног и моделима организовања пропусног масмедијског комплекса услов је, како је речено на почетку, конституисања демократске и делујуће јавности, као 'четврте власти' у савременом, масовном друштву, и са друге стране, ширења поља слобода и права грађана (укључујући и професионалне комуникаторе, као 'опуномоћенике' такве јавности) у масовном комуницирању.

То је разлог да се приватизацији масмедија у јавном власништву не прилази на исти начин као класичним привредним, производним и услужним предузећима. Оправдано је, стога, поставити питање (које је, сасвим сигурно закаснело у практичном, али не и у принципијелном теоријском смислу): да ли је општи модел приватизације требало примењивати и на масмедије у јавном власништву? Петнаестогодишње искуство бујања приватних, посебице електронским масмедија у Србији, показује да се међу њиховим власницима могу наћи људи различитих професија (од каменорезаца до фотографа, од естрадних звезда до лидера политичких странака), али врло ретко професионални комуникатори, подразумевајући под том синтагмом широку палету занимања у

новинама, радио и телевизијским станицама (Милетић, 2001). Могуће исходиште процеса приватизације масмедија у јавном власништву могло би, у првом налету, значити велики и шаролики број новопечених власника дневних и периодичних новина, радио и телевизијских програма; али, у другом таласу, кроз већ у историји и савремености виђене процесе концентрације и централизације капитала, уз заобилажење антимонополских прописа, сужавање власништва над масмедијским комплексом у Србији на неколико центара економске (и политичке) моћи. Они би тада били произвођачи јавног мњења, фингирајућу улогу опуномоћеника најшире јавности у Србији. Наравно, овакав *déjà vu* потцртава чињеницу да политика и капитал, себи иментном интересном логиком, нису заинтересовани за профилисање демократског масмедијског комплекса.

То би могли да буду професионални комуникатори, у првом реду – новинари. Зато што је друштвени смисао ове професије утемељен у постојању независне и демократске јавности, чији су они, треба поновити, опуномоћеници. Они то не би могли бити уколико би интересе професије, сопственом вољом, подређивали неким другим интересима. И прошлост и садашњост показују, наравно, да то врло често чине, али разлози не извиру у професионалном, већ у политичком и економском пољу. Најједноставније: мало је професионалних комуникатора (у сваком случају јесу мањина) који сопственом вољом, без спољних отворених и скривених притисака и изнудица, изневеравају професионалне стандарде. У природи је, усталом сваког човека, као *homo faber*-а, па и оних који делају у масмедијима, жеља да се стваралачки потврђује.

Отуд би алтернатива очекивином моделу приватизације, која можда и сличи малој утопији, могла да буде ваучерски модел приватизације масмедија у јавном власништву. Запослени, као и сви који су цео или део радног века провели у њима, требало би да са појаве (по критеријумима година стажа, сложености и одговорности послова, различитим врстама мерљивих индивидуалних доприноса угледу и развоју куће, итд.) као мноштво власника, чији би први интерес био да чувајући супстанцу сопственог предузећа, обезбеђују своју и егзистенцију породица, али и шире поље слободе у масовном комуницирању. Разуђеност власништва,

одговорност за сопствену судбину и професионална заинтересованост за успех 'свог' предузећа, на начелима објективног и (у сваком смислу) избалансираног информисања и медијске продукције уопште, могла би да представља најбољу брану злоупотреби масмедија, кроз сваковрсне манипулацијаме грађанима, у савременим друштвима само потенцијалним субјектима независне јавности.

У формалном смислу, реализовање оваквог модела приватизације било би релативно лако и ефикасно. Потребно је да Скупштина донесе посебан закон, тзв. *lex specialis*, који би се односио на приватизацију масмедија у јавном власништву.

Противаргумент, да су ваучерске приватизације баш доприниле концентрацији и централизацији капитала, продајом акција и елиминацијом малих акционара, овде можда не би имао тежину коју му придају његови јапијевски промотери. Јер, можда би већина професионалних комуникатора у Србији заиста, поред егзистенцијалног, имала и интерес да унутар масмедијског комплекса створи јавну сферу, која би одолевала и опасностима политике и опасностима новца (Радојковић, Милетић, 2006). Све дотле и један и други став су обичне хипотезе. Најзад, ма колико била сиромшна, држава у Србији се неће много овајдити од продаје ових масмедија. Много, у смислу суштинског доприноса тих пара решавању проблема редифинисања привредног и политичког система. Али, јавна власт која разуме идеју 'минималне државе' и улогу јавности као 'четврте власти' свакако би била на добити прихватањем овог модела приватизације (и истинским организовањем националне радио-телевизије као јавне службе), тако што би грађанима показала спремност да се од масмедија „удаљи за дужину руку”, како би рекао Лоример (1998), и тиме потврди своју, још недоказано намеру, да јој је суштински циљ демократизација друштва и сврставање Србије у ред динамичних европских земаља.

Са друге стране, ваучерски модел приватизације чак и ако не би ишао овако пројектованим смером, завршио би продајом акција онима који имају пара, па овај 'експеримент', и када не би успео, не би никоме нанео велику штету. Највећа би, свакако, била лишавање илузија многих посленика јавне речи (укључујући и

аутора овог текста) да је данас у Србији могуће конституисање демократског масмедиајског комплекса и, унутар њега, колико-толико независне јавности.

Али, како рече Хабермас, када пресуше оазе надања и сна, шире се пустиње безнађа и страха.

Литература:

- Лоример, Р. (1998): *Масовне комуникације*, Клио, Београд.
 Милетић, М. (2001): *Масмедиа у вртлогу промена*, Заједница РТВ станица Србије, Београд.
 Милетић, М. (2004): *Србија без „четврте власти“*, Култура полиса, бр. 1, Удружење за политичке науке и „Стилос“, Нови Сад.
 Радојковић, М. и Милетић, М. (2006): *Комуницирање, медија и друштво* (друго издање), „Стилос“, Нови Сад.
 Радојковић, М. и Стојковић, Б. (2004): *Информационо-комуникациони системи*, Клио, Београд.
 Хабермас, Ј. (1969): *Јавно мњење*, Култура, Београд.

- Устав Републике Србије*, Сл. Гласник РС, 2006, Београд.
Закон о приватизацији, Сл. Гласник РС, 2001, Београд.
Закон о радиодифузији, Сл. Гласник РС, 2002, Београд.
Закон о изменама и допунама Закона о радиодифузији, Сл. Гласник РС, 2005, Београд.
Закон о јавном информисању, Сл. Гласник РС, 2003, Београд.
Закон о изменама и допунама Закона о јавном информисању, Сл. Гласник РС, 2005, Београд.
Закон о телекомуникацијама, Сл. Гласник РС, 2003, Београд.
Правилник о начину приватизације радио и/или телевизијских станица локалних и регионалних заједница, Сл. Гласник РС, 2004, Београд.
Правилник о начину приватизације радио, односно телевизијских станица локалних и регионалних заједница, Сл. Гласник РС, 2005, Београд.
Информација о приватизацији медија у приватном власништву, Агенција за приватизацију медија у државном власништву, септембар 2005, Београд.
Водич за приватизацију медија у Србији, IREX, јул 2005, Београд.

MAKING PRIVATE OF MASS MEDIA IN PUBLIC PROPERTY

Summary: This work contains the critique of legal model and practice making private of mass media in public property in Serbia. The author bases a critique on analyze of legal solutions, situation in mass media complex in Serbia and a few examples already made private of mass media. He anticipates the flow of making private in the near future, which should be finished to the end of 2007, and he points to the main subjects of making private, too. The author concludes his critical analyze suggesting the new model of making private like condition to spreading of freedom in mass communication and establishing an independent and authentic public in Serbia.

Key words: mass media in public property, making private, mass media complex, freedom in mass communication, public.