

dr Zoran Aracki, docent

Filozofski fakultet, Univerzitet u Nišu, Republika Srbija

mr Milan Petković

Visoka škola za kriminalistiku i bezbednost, Niš, Republika Srbija

Trgovina javnim interesom u medijskoj sferi¹

Apstrakt: Novi medijski zakoni na osnovu kojih predstoji završetak katastrofalno izvedene privatizacije štampanih i elektronskih medija u Srbiji otvorili su novo tranzicijsko poglavlje medija. Transformacija vlasništva, ali i promena ukupnih odnosa u ovoj sferi obavlja se uz izuzetno glasno nastupanje tržišnih fundamentalista, koji imaju prevagu nad svim ostalim ponudjačima medijskih reformi. Tako se posle brojnih poteza i promena u medijskoj sferi stiglo do situacije u kojoj je glavna roba na tržištu – javni interes. Na osnovu brojnih, različito koncipiranih konkursa razna tela širom Srbije odlučuju „u ime naroda“ kakve to informacije i programe treba ponuditi građanima i ko od vlasnika može za to da dobije novac iz državne kase. U ime demokratskih načela otvoren je novi prostor za korupciju, a brojni novinari dovedeni su u situaciju da moraju više nego ikad da brinu za svoj status.

U ovom radu autori analiziraju stanje na medijskoj sceni Srbije, posebno u njenom jugoistočnom delu. Naglašava se da se u završetak privatizacije medija u Srbiji ušlo „široom zatvorenih očiju“, da je konkursnim finansiranjem medija otvoren novi prostor za korupciju, da je došlo do transformacije vlasništva, ali ne i do smanjenja uticaja političara na uređivačku politiku medija.

Ključne reči: *mediji, zakoni, javni interes, konkursno finansiranje, politički uticaji*

¹ Rad je nastao u okviru projekta broj 179074, koji realizuje Centar za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Nišu, a finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

PhD Zoran Aracki, docent

Faculty of Philosophy, University in Niš, Republic of Serbia

MSc Milan Petković

College in Criminology and Security, Niš, Republic of Serbia

Media Sphere Public Interest Trade²

Abstract: New media laws under which pending completion is disastrously derived privatization of the print and electronic media in Serbia have opened a new transition chapter of media. The transformation of ownership, but also the change of total relations in this area is performed with really loud performance of market fundamentalists, who prevail over the other bidders of media reforms. So after numerous activities and changes in media sphere, the situation in which the main product on market is – the public interest itself. Based upon the numerous, differently created call for proposals different authorities along Serbia decide “on the behalf of people” what information and programmes should be offered to the general public and which of the owners may be paid from the state budget in doing so. In the name of democratic principles, new space for corruption is opened, and many journalists are lead to the situation to worry, more than ever about their status.

In this article, the authors analyze the situation on media scene in Serbia, especially in its Southeast part. It is pointed that the conclusion of privatization of media has been entered with “eyes wide shut”, and that by the call to proposals media financing has opened the new area for corruption, that there has been ownership transformation but not the reduction of politicians’ influence on editorial media policy.

Key words: *media, media laws, public interest, competitive financing, political influence*

² The work was created under the project No. 179074, which is implemented by the Center for Sociological Research, Faculty of Philosophy in Niš, funded by the Ministry of Education, Science and Technological Development of Republic of Serbia.

Uvod

Medijska reforma u Srbiji ovih dana privodi se samom kraju. U toku je implementacija seta medijskih zakona koji čine Zakon o javnom informisanju i medijima, Zakon o elektronskim medijima i Zakon o javnim medijskim servisima. Svi ovi zakoni usvojeni su u Skupštini Srbije polovinom prošle godine bez mnogo javne rasprave. Doduše, bio je to finansijski korak u okončanju jednog posla započetog pre više od jedne decenije u okviru koga je bilo doneto više odluka i dokumenata kojima je pokušavano regulisanje odnosa u ovoj sferi, uz istovremeno stvaranje uslova za definitivno povlačenje države iz vlasništva medija, kao i za prestanak budžetskog finansiranja medija, odnosno za preklazak na takozvano projektno (su)finansiranje medija, preko javnih konkursa.

Javnim konkursima trebalo bi da se podstakne proizvodnja sadržaja od takozvanog javnog interesa, ma šta to značilo. Oni koji se zalažu za ovakav način sufinansiranja medija smatraju ih najpoželjnijim modelom finansiranja javnih glasila, jer se njima definišu fer i transparentni uslovi učešća na konkursima, jasno određuje suma novca za koju se može konkurisati, daju rokovi u kojima se projekat mora realizovati, podstiče konkurencija sadržaja, proizvodnja originalnog i šta kvalitetnijeg programa. Rečju, *menja se paradigma budžetskog finansiranja „finansiranje operativnih troškova medija” u „finansiranje medijskog sadržaja”*.³

Uprkos tome što se model projektnog finansiranja teorijski može smatrati daleko poželjnijim u odnosu na subvencije ili ugovore za medijske usluge u praksi je njegovom primenom, posebno u manjim lokalnim sredinama, započela specifična trgovina javnim interesom. U ovom času nema sasvim pouzdanih podataka o tome ko se sve bavi utvrđivanjem javnog interesa, ko su medijski eksperti koji učestvuju u komisijama koje odlučuju o trošenju novca iz budžeta, a još manje ima naznaka o kontroli utroška tako dodeljenih sredstava medijima.

Izvesno je, međutim, da će tokom ove godine, a ukoliko se zakon strogo bude primenio do kraja ovog meseca, biti okončana privatizacija svih lokalnih medija u kojima je država imala neki od oblika vlasništva. Oslanjajući se na dosadašnju praksu privatizacije ne samo medija već celokupne srpske privrede može se, sa sigurnošću, reći da će zbog takve politike velika grupa novinara, montažera, snimatelja i drugih medijskih radnika ostati bez posla, a sve u ime tvrdnje da je to dobro za „demokratski proces”, za „javnost”, za „transparentnost”... Od tržišta se, u skladu sa sve prisutnom neoliberalnom dogmom, očekuje da medije oslobodi nekada dominantog političkog uticaja vladajućih elita, ali i da stvori uslove u kojima bi novinske i radio-televizijske kuće mogle da ostvaruju funkciju afirmisanja javnog interesa. Pri tom se uglavnom zaboravlja na istinu da je kod privatnih medija profit gotovo isključivi cilj vlasnika, kao i da u nedovoljno razvijenijim demokratijama nema mnogo prostora za ostvarivanje prava onih koji se najdirektnije bave medijskom delatnošću, informisanjem, odnosno pisanjem novinskih članaka ili proizvodnjom programa. Istovremeno, u zemlji u kojoj čak i većina onoga što je posle privatizacije preostalo

3 Više o tome u izveštaju BIRN-a, pod nazivom Konkursno finansiranje medija, iz 2014.g.

od privrede preživljava zahvaljujući intervencionizmu države, nema ni pouzdanih podataka kojima bi se dokazala tvrdnja o održivosti tržišno orijentisanih medija.

Autori, u ovom radu, analiziraju aktuelnu situaciju na medijskoj sceni, uz poseban osvrt na stanje na jugu Srbije. Ujedno, ukazuju na potrebu rastanka sa praksom nekritičkog preuzimanjima recepata tržišnih fundamentalista, različitih inostranih eksperata i na potrebu traganja za autonomnim rešenjima, koja su potrebna kako bi krhki medijski sistem uspeo da preživi udare neoliberalnih dogmi koje su preplavile čitavu Srbiju.

Privatni interesi i javno dobro

Kreatori medijske reforme u Srbiji, kao i mnogi drugi koji su u njoj učestvovali imali su mnogo problema sa definisanjem javnog interesa. To je sasvim razumljivo ako se zna da ne postoji standardni postupak kojim se utvrđuje šta je javni interes. To je uvek stvar rasprave, raznih tumačenja i saglasnosti oko jednog od njih – dakle onog prema kome nešto jeste u javnom interesu. Zapravo, određivanje javnog interesa, moglo bi se definisati kao davanje prednosti jednom, nad drugim interesom, do čega dolazi posle višestrukog odmeravanja posledica koje taj čin može izazvati. Ima naravno i tumačenja prema kojima je sama upotreba termina javni interes pogrešna i da ga je, sasvim moguće, zameniti terminima „nepristrasno postupanje”, „pravično postupanje”, „jednak odnos prema svima” i td.⁴

Brojni su autori, godinama unazad pokušavali definisati javni interes, a nama se čini da je u pravu Das Fridman (Des Freedman) koji tvrdi da su se u medjuvremenu iskristalisala dva mišljenja, od kojih jedno daje prednost „pluralističkoj sklonosti ka društvenom konzensusu i „opštem dobru”, dok se drugo bazira na „medjuigrri privatnih interesa pojedinaca”, što čini samo jezgro liberalizma.⁵

Fridman, pozivajući se na Denisa Mek Kvejla (Denis McQuail) poručuje kako „koncept javnog interesa proizlazi iz rasprava o ekonomskoj regulaciji i odnosi se na ugovorne obaveze prema kojima, za ustupljena prava na trgovanje, proizvođači moraju prihvatiti određene obaveze prema zajednici u celini, kao što su univerzalna usluga, minimalni standardi i pošteno određivanje cena” (McQuail 1992: 21). To se posebno odnosi na bazične industrije i usluge povezane s „opštim dobrom”, iznad onog pojedinačnog – poput javnih komunalija, goriva, struje, vode, kanalizacije i osnovnih telekomunikacija. Zato se ovakav pristup „javnom interesu”, prema Fridmanu, „najčešće vezuje uz regulaciju privatnih ekonomskih aktivnosti kojom javne vlasti štite potrošačka prava”. Iako ovaj pristup nije ni po čemu neprijateljski prema privatnom vlasništvu, upućuje na postojanje određene napetosti između privatnog i javnog interesa, kao i da se od prvog ne može očekivati da će samovoljno poštovati potonji. Intervencije su potrebne kako bi zauzdale neumerenosti ponašanja korporacija te ga usmerile na služenje javnosti i njenim učesnicima. „U pristupu Teorije progresivnog javnog interesa vlada nameće regulaciju kako bi

4 Više o tome Barry, B. (1967): Justice and the Common Good, u Political Philosophy. Ur. A. Quinton, Oxford: O.U.P.

5 Vidi: Freedman, D. (2008). The Politics of Media Policy, First Edition, Cambridge: Polity

ispravila neefikasne ili nepravedne tržišne prakse...” (Horwitz 1989: 25). Država je ovde koncipirana kao posrednik između moći korporacija i interesa javnosti.

Međutim, kad se radi o medijima, sasvim je izvesno da regulacija javnog interesa pretpostavlja postojanje „opšteg dobra” izvan interesa političkih ili ekonomskih elita. Horvic (Horwitz) smatra da se „određene industrije, i određeni tipovi industrija, istorijski uvek pojavljuju prožeti nečim većim, nečim opštijim od privatnog interesa. To ‚nešto’ je ono što intuitivno razumemo kao javni interes” (Horwitz 1989:11). Mek Kvejl, takodje, tvrdi da se politički instrumenti – poput pravilnika, ograničavanja vlasništva, alokacije frekvencija i podrške medijima – „često opravdaju širim ‚opštim dobrom’, nadilazeći individualne izbore i preferencije, više se referirajući na stručnjake ili na tradiciju negoli na ravnotežu popularnog mišljenja” (McQuail 1992:24). Prema **Croteauu i Hoynesu** (2001: 150), „mediji su fundamentalno isprepleteni s pitanjima opšteg dobra pre negoli samo s privatnim profitom”. Oni iz tog razloga ukazuju na četiri moguća cilja za usmeravanje medijskog sistema u korist javnog interesa: „raznolikost, inovacija, bitnost i nezavisnost”.

Sasvim je očigledno da je ovakvo tumačenje javnog interesa dosta fleksibilno, teško odredivo i različito interpretirano. Zbog toga se, primera radi, u mnogim zemljama, medju kojima i u Srbiji, ali i u Velikoj Britaniji javnim interesom opravdava objavljivanje ili emitovanje lično osetljivih i kontroverznih materijala. Kršenje privatnosti dopušta se u slučajevima kada nove informacije služe navodno „opštem dobru”, kada se njima čine dostupne nove informacije ili ispravljaju lažne tvrdnje. Problem je naravno u tome kada se pokuša interpretacija onoga „što javnost treba da zna”, naročito, ako te interpretacije stižu iz različitih političkih ili ekonomskih centara moći. U tom slučaju one su značajno „obojene” različitim bojama i mogu biti dijametralno suprotne, od toga da je javni interes samo ono što pomaže u prihvatanju zvaničnih ili opozicionih politika, do onoga da je javni interes ono što služi tržištu, koje treba svima da donese dobrobit. Naravno, iza ovakvih tumačenja kriju se najčešće ideološke sklonosti, neoliberalni tržišni fundamentalisti ili skriveni tajkunski interesi.

Fridman tvrdi da „puno snažnija interpretacija - javni interes, kao „javno dobro”, ne sagledava kao pomagalo u tržišnim odnosima, nego kao protivtežu tim interesima, kao magnetno polje, bitno drugačije dinamike od one privatne akumulacije”. Pozivajući se na primere iz Velike Britanije, pa i na BBC on tvrdi da „logičku podlogu za demokratsko građanstvo ne predstavlja koncept javnog interesa, nego javnog servisa”. I upravo je taj koncept duže od 75 godina izuzetno uticajan u britanskom radiodifuznom prostoru, a sve iz razloga da se u ime dobiti ne bi dopustila površnost, konzumerizam, primitivizam. Fridman se poziva i na reči Curranu i Seaton prema kojima je „središnji credo” javnog servisa da: „radiodifuzija mora biti u javnom vlasništvu ili regulisana na način da služi javnom dobru, a ne privatnoj dobiti. Samo na taj način smatramo da se može sprečiti da radiodifuzija ne postane podređena komercijalnim silama koje teže niskom kvalitetu, kulturnoj uniformnosti i desnom političkom spektru”.⁶

⁶ Više o tome u: Curran, J. & Seaton, J (1991): *Power Without Responsibility, The press, broadcasting, and new media in Britain*, Fourth edition published, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, pp. 348.

Konkursi, komisije, (ne)zavisnost...

Te rasprave o značenju i definisanju javnog interesa u medijskoj sferi Srbije okončane su usvajanjem Zakona o javnom informisanju i medijima. U članu 15 tog zakona navedeno je da javni interes u sferi informisanja predstavlja „istinito, nepristrasno, pravovremeno i potpuno informisanje svih građana Republike Srbije”, „pripadnika nacionalnih manjina na njihovim jezicima”, „informisanje na srpskom jeziku pripadnika srpskog naroda koji žive van teritorije Srbije”, „očuvanje kulturnog identiteta srpskog naroda i nacionanih manjina koji žive na teritoriji Republike Srbije”, „informisanje inostrane javnosti na stranim jezicima onda kada je to u interesu Republike Srbije”, „podrška proizvodnji medijskih sadržaja u cilju zaštite i razvoja ljudskih prava i demokratije, unapređenja pravne i socijalne države slobodnog razvoja ličnosti i zaštite dece i mladih, razvoja kulturnog i umetničkog stvaralaštva, razvoja obrazovanja uključujući i medijsku pismenost kao deo obrazovnog sistema, razvoja nauke, sporta i fizičke kulture i zaštite životne sredine i zdravlja ljudi”, „informisanje osoba sa invaliditetom i drugih manjinskih grupa”, „unapređenje medijskog i novinarskog profesionalizma”. Za ostvarivanje javnog interesa, prema ovom zakonu, zadužene su Republika Srbija, autonomna pokrajina, odnosno jedinica lokalne samouprave.

Istim Zakonom predviđeno je učestvovanje društvene zajednice u sufinansiranju takvih programa. Republika, pokrajina i lokalne samouprave obevezane su (član 17) da iz budžeta obezbeđuju deo sredstava za ostvarivanje javnog interesa u ovoj oblasti i da ga raspoređuju na osnovu sprovedenih javnih konkursa, kao i pojedinačnih davanja na osnovu principa o dodeli državne pomoći i zaštite konkurencije bez diskriminacije. Za pojedinačna davanja može se izdvojiti najviše 5 odsto sredstava od ukupno opredeljenih sredstava za ostvarivanje javnog interesa putem javnih nabavki.

Zanimljivo je, međutim, da je Ministarstvo kulture i informisanja posebnim Pravilnikom o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja javnim interesom, pored proizvodnje medijskih sadržaja, proglasilo i „organizovanje i učešće na stručnim, naučnim i prigodnim skupovima, kao i unapređivanja profesionalnih i etičkih standarda u oblasti javnog informisanja”.⁷ Preciznijeg objašnjenja o tome koji su to prigodni skupovi nigde nema, pa se slobodno može zaključiti da je to jedan od kanala preko koga će oticati novac iz državne kase tamo gde ne bi smeo da ode.

Inače, konkursno finansiranje medija primenjivalo se u manjem obimu i pre donošenja novog Zakona o javnom informisanju. Istraživanje koje je tokom 2013. i 2014. godine sproveo BIRN Srbija (Balkan Investigative Reporting Network) pokazalo je da je samo manji deo budžetskog novca (do 10% ukupne sume opredeljene za javno informisanje) koji su republički, pokrajinski i lokalni državni organi potrošili za finansiranje medija i javnog informisanja trošen uz pomoć javnih konkursa. Istraživanje je pokazalo da je projektno finansiranje medija tamo gde se primenjivalo suštinski predstavljalo vrstu državne pomoći, koja olakšava opstanak medija na nerazvijenom i siromašnom medijskom tržištu, a ne sredstvo boljeg in-

⁷ Vidi Član 6 gore pomenutog Pravilnika.

formisanja građana ili podsticaj proizvodnji kvalitetnijeg medijskog sadržaja. Na lokalnom nivou, javni konkursi se mahom nisu sprovodili. Subvencije javnim preduzećima za informisanje i direktno ugovaranje su predstavljali dva glavna modela potrošnje budžetskog novca namenjenog javnom informisanju.⁸

O izboru projekata, u skladu sa novim Zakonom o javnom informisanju i medijima, trebalo bi da odlučuje "nezavisna komisija", sastavljena od kompetentnih predstavnika javnosti, profesionalnih udruženja i sektora koji se ne finansiraju iz budžeta. I upravo kad se radi o „nezavisnim komisijama” stiže se do jedne od ključnih dilema – ko su to medijski eksperti kojima se može poveriti rad u komisijama koje raspodeljuju novac namenjen projektima. Ako se oslonimo na dosadašnju praksu formiranja ovih tela malo je verovatno da se može govoriti o njihovoj nezavisnosti. Prošlogodišnje iskustvo iz Čačka najbolji je dokaz kako se jedna dobra ideja može pretvoriti u suprotnost. Naime, u komisiji u ovom gradu našli su se: dva pomoćnika gradonačelnika, načelnica gradske uprave i dva stranačka portparola.⁹ Njihovu podršku, sasvim razumljivo, dobili su mediji koji su najavili da će se baviti izveštavanjem o radu gradskih organa, javnih preduzeća, lokalnih manifestacija. Projekti vezani za istraživanje korupcije, nepotizam i slično ostali su bez para iz gradskog budžeta.

Ono što je novo i na šta su računali kreatori ovakvih medijskih zakona kakve danas imamo jeste sastav konkursnih komisija kakav u članu 24 predviđa Zakon o javnom informisanju i medijima. Prema tim odredbama komisija ima tri do 5 članova i to iz reda nezavisnih stručnjaka za medije i medijskih radnika koji nisu u sukobu interesa i ne obavljaju javnu funkciju. Većina članova komisije imenuje se na predlog novinarskih i medijskih udruženja ukoliko takav predlog postoji i ukoliko predložena lica ispunjavaju zakonom predviđene uslove. Medjutim, pitanje na koje nema odgovora glasi ko su nezavisni medijski stručnjaci u malim i nerazvijenim sredinama kakve su Gadžin Han, Trgovište, Bela Palanka i slične. Kada su u pitanju „nezavisni” stručnjaci za medije ništa nije bliže definisano. Koji nivo i vrstu obrazovanja oni treba da steknu da bi bili nezavisni? Ko će im davati sertifikat da su nezavisni? Koje obrazovne i stručne uslove moraju da poseduju? Koliko će koštati rad nezavisnih stručnjaka i stručnih komisija? Da li jedan nezavisni stručnjak može da bude član jedne ili 5 stručnih komisija? Koliko će biti stručnih Komisija? Da li će se formirati na svim nivoima vlasti? Da li imamo dovoljno nezavisnih stručnjaka? Da li će u Komisijama biti novinari ili stručnjaci drugih profila? Koje su sankcije za njihov nesavestan, nezavisan rad? Kome treba uputiti žalbu na rad Komisije? Kako tražiti izuzeće člana Komisije za koga neko od učesnika konkursa smatra da je pristrasan? Što je manje mesto, ovo će omogućavati veću korupciju.

Ministarstvo kulture i informisanja se svojim Pravilnikom o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja postaralo za još jednu diskriminaciju. Naime, pravo predlaganja medijskih stručnjaka povereno je novinarskim i medijskim udruženjima koja su registrovana najmanje tri

8 Više o tome u izveštaju BIRN-a, pod nazivom Konkursno finansiranje medija, iz 2014.g.

9 Kojanović, S. (2014). Konkursno finansiranje na lokalnu: teme i dileme, časopis Link, god. XIII, br. 109, Novi Sad

godine pre konkursa.¹⁰ To je, praktično, iz borbe za mesto u telu koje odlučuje o raspodeli novca eliminisalo najveći broj predstavnika zaposlenih novinara u javnim lokalnim medijima, koji su tek pre godinu ili dve zbog pretnje prodajom njihovih firmi počeli da pristupaju različitim novoformiranim medijskim udruženjima.

Kritičari ovakvih rešenja smatraju da se novim konkursnim sufinansiranjem medija samo dodatno otvara prostor za korupciju, dok se političarima željnim uticaja na uređivanje medija taj put olakšava, jer sada sve mogu da, lakše nego ikad, rešavaju u kontaktu sa vlasnicima medija. I dalje će postojati, a po mnogima čak i rasti uticaji različitih ekonomski moćnih pojedinaca, lobističkih grupa i političkih snaga, što je potpuno razumljivo ako se ima u vidu mogući konačni rezultat borbe za ostvarivanje javnog interesa u srpskim medijima, a on za jedne predstavlja borbu za opstanak, a za druge šansu za povećanje profita i eliminisanje konkurencije. U tom konkursnom nadmetanju neko će dobiti novac, a neko ne i od toga se ne može pobeći. A da se ne radi o malim parama vidljivo je iz nedavno objavljenog podatka na sajtu Udruženja novinara Srbije. Reč je o ukupno 2,46 milijardi dinara ili oko 20,5 miliona evra. U tu sumu nisu uračunata izdvajanja iz budžeta za javne servise RTS i RTV, Tanjug, Medjunarodni Radio Srbija, Filmske novosti, JP Panorama i JP TV Most iz Zvečana.¹¹

Regioni bez javnih servisa

Zanimljivo je, međutim, da je Vlada Srbije još 2011. godine usvojila je Medijsku strategiju¹² koja važi do 2016. godine, ali da prilikom donošenja najnovijeg seta medijskih zakona njene odredbe nisu poštovane. Vlada je strategijom predvidela izlazak države iz medija, ali je radi ostvarivanja javnog interesa predvidela formiranje javnih servisa na nacionalnom, pokrajinskom i regionalnom nivou. Proces donošenja medijskih zakona pokazao je da su različite interesne grupe iz zemlje ali i inostranstva u većoj ili manjoj meri uticale na izgled medijskih zakona i izostanak jedne od ključnih odredbi Medijske strategije – one o formiranju regionalnih javnih servisa. Taj pritisak je bio toliko snažan, da pored važeće Strategije, nije ispoštovana ni preporuka Rec (2007)2 Komiteta ministara Saveta Evrope zemljama članicama u kojoj se takodje govori o mogućem postojanju regionalnih javnih servisa.

Za ostvarenje javnog interesa u svim regionima Srbije Medijskom strategijom predviđeno je formiranje regionalnih javnih servisa. Na taj način bi građani Srbi-

10 Vidi Član 21 Pravilnika.

11 Ministarstvo kulture i informisanja kroz četiri konkursa izdvaja ukupno 164 miliona dinara za medijske projekte, a pokrajina Vojvodina izdvaja 441 milion dinara za šest konkursa. U taj iznos uračunato je i 72 miliona dinara finansijske podrške pokrajine RT Vojvodine. Lokalne samouprave izdvajaju ukupno 1.85 milijardi dinara za sufinansiranje medija, i to za projektno sufinansiranje 931 miliona dinara i za subvencionisanje javnih informativnih preduzeća, koja treba da budu privatizovana do polovine ove godine, 923 miliona dinara. U proseku, gradovi i opštine izdvajaju 1.1 odsto budžeta za lokalne i regionalne medije.

12 Na osnovu člana 45. stav 1. Zakona o Vladi („Službeni glasnik RS”, br. 55/05, 71/05-ispavka, 101/07, 65/08 i 16/11), Vlada Srbije donela je Strategiju razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine.

je južno od Beograda, bili ravnopravni u oblasti informisanja sa žiteljima glavnog grada i Vojvodine. Međutim, prema važećim zakonskim odredbama javni servisi će postojati na republičkom i pokrajinskom nivou, ali ne i na regionalnom, što je u suprotnosti sa važećom Medijskom strategijom.

Setom medijskih zakona opštinama i gradovima, Gradu Beogradu, jedinicama lokalne samouprave, ukinuto je pravo, odnosno zabranjeno im je da osnivaju ustanove koje će biti izdavači medija, čime su potpuno neosnovano i protivustavno građani koji žive u regionima centralne ili južne Srbije dovedeni u neravnopravan položaj u odnosu na građane koji žive u Vojvodini ili na Kosovu i Metohiji. Zakonskim odredbama oduzeto im je pravo da budu informisani o svim pitanjima, pa i onima koja su samo od interesa za lokalnu zajednicu, grad i opštinu u kojoj žive i imaju svoje specifične interese. Odredbe Zakona o glavnom gradu i odredbe Zakona o javnim ustanovama koje su ukinute Zakonom o javnom informisanju i medijima, kao i odredbe ovog Zakona kojima je uskraćeno pravo Opštinama da budu osnivači medija, u direktnoj su suprotnosti ne samo sa članom 50. Ustava Republike Srbije kojim je predviđeno da svako može biti osnivač medija, već su u suprotnosti i sa:

- a) odredbama Ustava iz čl. 97. gde je predviđeno da Republika Srbija obezbeđuje, sistem u oblastima, javnog informisanja i sistem javnih službi,
- b) odredbama Ustava iz člana 189., kojim je predviđeno da grad ima nadležnosti opštine i druge nadležnosti poverene zakonom.
- c) odredbama Ustava iz člana 190. stav 3. kojim je predviđeno da se Opština stara o ostvarivanju, zaštiti i unapređenju ljudskih i manjinskih prava, kao i o javnom informisanju u opštini.

Upravo zbog toga Sindikat novinara Srbije (SINOS) i Profesionalno udruženje novinara Srbije (PROUNS) septembra 2014. godine pokrenuli su inicijativu za utvrđivanje ustavnosti medijskih zakona Srbije. Međutim, uprkos hitnosti Ustavni sud se ne izjašwava o ovoj inicijativi tako da se zakonske odredbe sprovode i veoma brzo mogu dovesti do drastičnih posledica, pre svega do gašenja lokalnih medija što se može očekivati posle njihovog prelaska iz državnih u privatne ruke. Na tu mogućnost upozorio je i predsednik Skupštine Vojvodine i lider Saveza vojvođanskih Mađara Ištvan Pastor koji se protivi najavljenoj obaveznoj privatizaciji lokalnih medijskih servisa u Srbiji. On smatra da je neistina da je privatizacija lokalnih medija praksa Evropske unije, navodeći primer Mađarske, gde su, prema njegovim rečima, lokalne samouprave osnivači više od 300 lokalnih medija. «Mora se obezbediti ostanak i opstanak lokalnih javnih elektronskih medija i ne sme se ići u privatizaciju tih lokalnih javnih elektronskih medija, jer je praksa pokazala da nakon privatizacije ni jedan od njih nije uspeo da živi duže od šest meseci», poručio je Pastor.¹³

Posebno je zanimljivo da Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije zakonom i podzakonskim aktima nije obezbedilo garancije da će srpski narod imati lokalno informisanje na svom jeziku u sredinama u kojima je manjinski narod. Najbolji primer ozbiljne pretnje da će se to realno dogoditi čuo se na skupu pod

13 http://www.rtv.rs/sr_ci/vojvodina/protiv-privatizacije-lokalnih-medija_435522.html

<http://www.blic.rs/Vesti/Politika/265676/Pastor-Manjine-su-protiv-privatizacije-svih-medija>

nazivom „Primena novih medijskih zakona u praksi” koji je održan u Bujanovcu, početkom marta 2015. godine. Radio televizija Bujanovac trenutno ima redakcije na 3 jezika, na srpskom, albanskom i romskom jeziku. Slična situacija je i u opštinama Preševo i Medveđa, u kojima građane informišu javna preduzeća RTV Preševo i Radio Medveđa. Predsednici opština Bujanovac i Preševo otvoreno su rekli da su analizom medijskih zakona došli do zaključka da nema nikakve garancije za opstanak redakcija na srpskom i romskom jeziku. Predsednik Albanskog nacionalnog saveta saopštio je da će informisanje na albanskom jeziku biti sačuvano, a da se Srbi sami pobrinu za svoje lokalne medije. Zakon o javnom informisanju i medijima je u članu 16. omogućio budžetsko finansiranje medija čiji su osnivači saveti nacionalnih manjina, ali takvog saveta nema kada je u pitanju srpski narod.¹⁴ Došlo se u paradoksalnu situaciju, da su Srbi na jugu svoje zemlje diskriminirani od svoje države. Albanci će iskoristiti mogućnost koju im zakon pruža i formirati regionalnu televiziju čiji će osnivač biti Savet albanske nacionalne manjine, koja će emitovati program na albanskom jeziku.¹⁵ Ona će biti finansirana budžetskim sredstvima preko Saveta albanske nacionalne manjine, dok to pravo Srbima u Bujanovcu, Preševu i Medveđi, ali i svim ostalim lokalnim sredinama nije omogućeno.

Nažalost, nije jug Srbije jedini prostor gde je potencijalno moguća situacija da srpski narod ostane bez lokalnih elektronskih medija na svom jeziku. Takva situacija moguća je i u mnogim drugim pograničnim opštinama, poput Bosilegrada i Dimitrograda. Savet bugarske nacionalne manjine ima pravo da formira svoj medij koji će se finansirati iz budžeta, ali nema nikakve garancije za lokalno informisanje na srpskom jeziku. Slična je situacija i u pograničnim opštinama prema Mađarskoj. U mnogim opštinama u Srbiji pre i posle osnivanja javnih preduzeća u oblasti informisanja nikada nisu postojale radio i televizijske stanice. U njima, sa devastiranom ekonomijom, medijsko tržište jednostavno ne postoji. Kako recimo može tržište da funkcioniše bilo koji medij u Beloj Palanci, ako mali oglas koji se vrti tokom čitavog dana košta 50 dinara ili manje od pola evra.¹⁶ I pri tom, i sa takvom cenom, nema ko i šta da reklamira. O kakvom tržištu i samoodrživosti medija tu može da se govori. Onaj ko u takvim sredinama propagira i zahteva povlačenje države iz medija treba otvoreno da kaže, to je zalaganje za ukidanje prenošenja lokalnih informacija građanima.

Zaključna razmatranja

Definisanje javnog interesa izuzetno je složen posao i sasvim su moguća različita tumačenja, jer do sada nije usvojen jedinstven postupak u kome bi se precizno moglo odrediti kako se on utvrđuje. Dilema je posebno izoštrana u situaciji kad vladajuću ideologiju u društvu predstavlja neoliberalizam koji prednost daje

14 <http://www.kultura.gov.rs/docs/dokumenti/propisi-iz-oblasti-medija/zakon-o-javnom-informisanju-i-medijima.pdf>

15 <http://www.nuns.rs/info/news/23483/albanci-na-jugu-formiraju-svoju-rtv.html> http://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2015&mm=03&dd=17&nav_category=12&nav_id=969758

16 <http://www.mc.rs/tv-reklama-za-50-dinara.6.html?eventId=66572>

tržištu i onome što ono donosi. Jer, u takvoj situaciji u pravu su oni koji javnim interesom smatraju medjuigru privatnih interesa pojedinaca, u kojoj trijumfuje – profit. Međutim, po drugom gledanju, koje je više okrenuto pluralističkom pogledu na društveni konsenzus, javnim interesom se može smatrati ono što predstavlja „opšte dobro”, što je u interesu većine, što je pravično, nepristrasno... Kad su u pitanju mediji, slobodni smo da tvrdimo da je ovakvo razmišljanje sasvim prihvatljivo.

Međutim, neoliberalna dogma koja je zacarila Srbijom, a u okviru koje se sprovođe i medijske reforme i koja naglašava tržišnost, kao i smanjenje uticaja države na rad medija, potisnula je gotovo u drugi plan definiciju javnog interesa kao opšteg dobra, koja se uglavnom realizovala uz pomoć nacionalnog i niza lokalnih javnih servisa, odnosno lokalnih javnih medijskih preduzeća. Takodje u ime javnog interesa i u ime demokratizacije odnosa u medijskoj sferi koncept raznolikosti javnosti ruši se i pretvara u isključivu javnost kojom dominira komercijalni interes kao jedini ispravni. Medijske korporacije postaju najvažniji činioci tako modelirane javnosti. Otuda javni interes počinje da se meri istraživanjima javnog mnjenja, rejtingima emisija, pričama da to „narod želi” i da su mu emisije poput „Velikog brata”, „Farme”, „Parova” i slične preko potrebne.

To što u takvim okolnostima stotine medijskih radnika ostaje bez posla, što državne monopole u sferi medija zamenjuju privatni, tajkunizovani, monopoli nikoga posebno ne pogadja. Nova koncepcija javnog interesa, sa gotovo isključivim naglaskom na ekonomskim vrednostima ostavlja i velike delove zemlje i gradjane bez informacija bitnih za njihov svakodnevni život. Zbog toga, najavljeno gašenje lokalnih javnih servisa i njihovo pretvaranje u privatne štampane ili elektronske medije predstavlja ozbiljnu pretnju upravo javnom interesu, ali i demokratskom očekivanju o jednakosti gradjana koji na tim prostorima žive.

Pokušaji da se putem konkursnog sufinansiranja projekata kojima bi navodno trebalo zaštititi ostvarivanje javnog interesa u Srbiji otvorili su samo novu stranicu neslavne knjige o medijima na ovom području. Država, po diktatu zapadne neoliberalne ideologije izlazi iz vlasništva medija, oni se prepuštaju tržištu, a o javnom interesu, ma kako on bio definisan, trebalo bi da brinu različite komisije koje se formiraju u lokalnim samoupravama. I to samo do tačke dok se ne raspodeli novac za sufinansiranje medijskih projekata iz budžeta. Ono što svakako nedostaje, jeste potreba da se do kraja prati evaluacija projekata, odnosno regularnost trošenja javnog novca koji se bude dodeljivao za medijske projekte, a toga nema ni u Zakonu o javnom informisanju, ni u Pravilniku o sufinansiranju koji je donelo Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije. Oslanjajući se na dosadašnju praksu trošenja državnih para slobodno možemo reći da je na ovaj način otvoren dodatni prostor za neprofesionalizam, za uticaje tajkuna, za korupciju...

Zahvaljujući primeni novog Zakona o javnom informisanju i medijima srpski narod koji živi u sredinama gde većinu čine nacionalne manjine ostaće bez sopstvenih lokalnih medija koji se finansiraju iz opštinskih bužeta, dok će to pravo zadržati mediji na jezicima nacionalnih manjina. Biće to svojevrsni primer diskriminacije većinskog naroda u sopstvenoj državi.

Zbog svega toga smatramo da je Srbiji potreban sasvim nov model utvrđivanja javnog interesa na lokalnom nivou. U njegovoj izradi moraju učestvovati glavni akteri medija – novinari, kao i medijska udruženja, ali i građani, bilo da su okupljeni u organizacijama civilnog društva, lokalnim samoupravama ili biznis udruženjima. Rečju, svi koji participiraju u utvrđivanju i realizaciji javnog interesa. Oni koji dobijaju sredstva iz sve tanjih budžeta opština, gradova i republike trebalo bi da budu obavezani da redovno podnose izveštaj javnosti o svom finansijskom stanju, o svim svojim donatorima i naravno, postignutim učincima na koje su se obavezalo. Na taj način stvoriće se uslovi za poštnu borbu za ostvarivanje javnog interesa. U okviru ovog modela potrebno je izgraditi novu medijsku strategiju, koja bi se za razliku od trenutno važeće – poštovala.

Literatura

- Barry, B. (1967). *Justice and the Common Good*, u Political Philosophy. Ur. A. Quinton, Oxford: O.U.P.
- Croteau, D & Hoynes, W. (2001). *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*, Journalism/Communications Series, SAGE Publications.
- Curran, J. & Seaton, J (1991): *Power Without Responsibility, The press, broadcasting, and new media in Britain*, Fourth edition published, Routledge, London and New York: Taylor & Francis Group.
- Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*, First Edition, Cambridge: Polity
- Horowitz, R. (1989). *The Irony of Regulatory Reform: The Deregulation of American Telecommunications*. Oxford: Oxford University Press.
- Kojanović, S. (2014). *Konkursno finansiranje na lokalnu: teme i dileme*, časopis Link, god. XIII, br. 109, Novi Sad: Media Art Content d.o.o.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. London: Sage

Internet i drugi izvori:

- http://www.rtv.rs/sr_ci/vojvodina/protiv-privatizacije-lokalnih-medija_435522.html
- <http://www.blic.rs/Vesti/Politika/265676/Pastor-Manjine-su-protiv-privatizacije-svih-medija>
- <http://www.kultura.gov.rs/docs/dokumenti/propisi-iz-oblasti-medija/zakon-o-javnom-informisanju-i-medijima.pdf>
- <http://www.nuns.rs/info/news/23483/albanci-na-jugu-formiraju-svoju-rtv.html>
- http://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2015&mm=03&dd=17&nav_category=12&nav_id=969758
- <http://www.mc.rs/tv-reklama-za-50-dinara.6.html?eventId=66572>
- Zakon o javnom informisanju i medijima, „Službeni glasnik RS”, broj 83/14.
- Izveštaj BIRN-a: Konkursno finansiranje medija, iz 2014.g.
- Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja, Službeni glasnik Republike Srbije, Beograd, 13. novembar 2014.