

VI PROCES PRIVATIZACIJE

Iako rokovi predviđeni Akcionim planom uz Medijsku strategiju, a koji se tiču pitanja direktno vezanih za proces privatizacije, polako ističu, i dalje nema izveštaja nadležnih o tome da se bilo koja od aktivnosti iz tog plana uopšte izvršava. Podsetimo, planom je bilo predviđeno da se u roku od 10 meseci od usvajanja Strategije preispita, između ostalog, mogućnost izmena Zakona o pravu na besplatne akcije i novčanu naknadu koju građani ostvaruju u postupku privatizacije. Ovo je od izuzetnog značaja, budući da rešava problem javnih medija za koje nema zainteresovanih kupaca u procesu privatizacije. Razlog zbog kojeg takvih investitora nema, ali i dokaz da se na srpskoj medijskoj sceni nijednom pitanju ne može pristupiti izolovano i bez uvida u širu sliku, nudi tekst originalno objavljen na Internet portalu „Južne vesti“, kasnije prenet u dnevnom listu „Danas“, o finansiranju medija u Nišu iz javnih izvora. Po istraživanju ovog portala, gotovo 30 posto ukupnih zbirnih prihoda najvećih medija u Nišu potiče samo iz ugovora zaključenih sa različitim državnim institucijama. Portal prenosi izjavu predsednika Nezavisnog udruženja novinara Srbije (NUNS), Vukašina Obradovića, koji kaže da u uslovima tranzicije i osiromašenog tržišta sa jedne, i prevelikog broja medija, sa druge strane, država, opština ili grad, postaju glavne mecene medija. Zahvaljujući nedovršenoj privatizaciji, lokalni vlastodršci upravljaju javnim medijima, postavljajući na rukovodeća mesta poslušne stranačke kadrove, te tako neposredno kontrolišu njihovu uređivačku politiku. „To im“, kaže Obradović, „nije dovoljno, pa su konfigurisali takav sistem podele para namenjenih informisanju građana, koji ima za cilj da i ono malo preostalih medija na posredan način dovede u zavisniji položaj. Deleći novac poreskih obveznika bez javnog konkursa, jasnih kriterijuma i nezavisnih komisija, nudeći pride i ugovore sa javnim preduzećima, oni jasno stavljaju do znanja da će biti finansirani samo podobni mediji koji imaju 'konstruktivan' pristup prema lokalnoj samoupravi. Vrhunski cinizam u svemu tome je što je vlast svesna da mediji ne mogu bez pomoći lokalne samouprave da opstanu na osiromašenom tržištu i koriste tu situaciju da potpuno neutrališu 'neposlušne' redakcije“, kaže Obradović. Krajnji ishod, po predsedniku NUNS-a, je da u većini gradova u Srbiji opstaju „samo oni mediji koji pristanu da budu oglasne table lokalnih samouprava“. Po istraživanju „Južnih vesti“, model koji se primenjuje u Nišu, podrazumeva zaključivanje ugovora o pojačanom medijskom praćenju. Takav ugovor sa velikim brojem niških medija imaju skoro sva javna preduzeća, ustanove i opštine u gradu. Ugovorom se mediji prećutno obavezuju da o svojim „klijentima“ izveštavaju afirmativno. No i kod finansiranja kroz ugovore o pojačanom medijskom praćenju, lavovski deo novca ponovo odlazi javnoj gradskoj televiziji, i to više od polovine ukupne sume kojoj su „Južne vesti“ uspele da uđu u trag. U svakom slučaju, i ovo istraživanje pokazuje da privatizacija sama po sebi neće potpuno eliminisati uticaje koje vlast vrši na medije, već da je ona samo jedan od procesa koji se mora odvijati istovremeno i koordinirano sa drugim



procesima, odnosno, u ovom slučaju, sa prelaskom na model projektnog finansiranja javnog interesa u medijskoj sferi, na način previđen Medijskom strategijom.