

Kako se stvara slika u medijima – studija slučaja Elektroprivrede Srbije

Momčilo Cebalović

Filozofski fakultet, Univerzitet u Nišu

doi:10.5937/comman10-7702

***Sažetak:** Mediji bitno utiču na kreiranje slike o javnom sektoru u Srbiji, naročito o javnim preduzećima čija je prodaja najavljena od predstavnika vlasti. Zato je urađena kvantitativna i kvalitativna analiza pisanja deset najuticajnijih dnevnih novina (Politika, Blic, Informer, Kurir, Naše novine, Večernje novosti, Dnevnik, Danas, ALO i Pregled) i tri nedeljnika (NIN, Vreme i Novi magazin) u dva perioda – od 28.4. do 15.5.2014. godine i od 1. do 23.6.2014. godine. Cilj istraživanja bio je da se utvrdi da li mediji kreiraju slike o Javnom preduzeću Elektroprivreda Srbije (EPS) koje treba da bude privatizovano, postoje li tendencije u kreiranju tih slika i koji su izvori informacija koje se pružaju javnosti najvidljiviji? Analizom sadržaja tragali smo za odgovorom da li u navedenim medijima ima istraživačkog novinarstva i analitičkih tekstova.*

Analiza je pokazala da mediji snažno utiču na kreiranje slike da je potrebno prodati EPS, da u tome ima tendencije i da mediji više prostora daju zagovornicima ovakve ideje. U istraživanim periodima bilo je 59 objava, od kojih se u 31 (52,5%) zagovarala prodaja, protiv je bilo 15 (25,4%), a neutralnih 13 objava (22,1%). Od ukupno 70 izjava privatizacija se predlagala u 38 izjava (54,3%), 23 (32,8%) su bile protiv, a neutralnih je bilo 9 izjava (12,9%). Istraživanjem je ukazano da mediji površnim izveštavanjem dezinformišu javnost, da koriste poluinformacije, spinuju i da takva pisanja sadrže elemente propagande.

***Ključne reči:** javnost, javni sektor, EPS, privatizacija, mediji, dezinformisanje, spinovanje, propaganda*

1. Uvod

Mediji imaju sve značajniju ulogu u kreiranju slika koju javnost treba da ima o javnom sektoru u Srbiji. Reforme na putu ka Evropskoj uniji podrazumevaju, pored ostalog, i prodaju državnog vlasništva, pre svega u javnim preduzećima. Mediji ne prave razliku između pojmova „javni sektor“ i „javna preduzeća“, pa se često mogu naći tekstovi o privatizaciji javnog sektora. Taj sektor nisu samo državna preduzeća (u vlasništvu Republike, pokrajinske i lokalne samouprave, npr. Elektroprivreda Srbije, Železnice Srbije, Putevi Srbije, Pošta Srbije, Srbijagas, Telekom, lokalna gradska saobraćajna preduzeća, vodovodi, toplane...) koja proizvode, isporučuju i prodaju robu i usluge svima kojima su one potrebne. Pod javnim sektorom se podrazumevaju i briga o socijalnom osiguranju, zdravstvenim uslugama, bezbednosti i drugim sistemima i sektorima koji omogućavaju funkcionisanje jedne države i koji se ne mogu privatizovati.

U javnom sektoru su „direktni i indirektni korisnici budžetskih sredstava, korisnici sredstava organizacija za obavezno socijalno osiguranje i javna preduzeća osnovana od strane Republike Srbije, odnosno lokalne vlasti, pravna lica osnovana od strane tih javnih preduzeća, pravna lica nad kojima Republika Srbija, odnosno lokalna vlast ima direktnu ili indirektnu kontrolu nad više od 50% kapitala ili više od 50% glasova u upravnom odboru, druga pravna lica u kojima javna sredstva čine više od 50% ukupnih prihoda ostvarenih u prethodnoj poslovnoj godini, kao i javne agencije i organizacije na koje se primenjuju propisi o javnim agencijama“ (Zakon o budžetskom sistemu, br. 54/2009, 73/2010, 101/2010, 101/2011, 93/2012, 62/2013, 63/2013 - ispr. i 108/2013).

U Srbiji je „u javnom sektoru zaposleno 781.000 ljudi. Na neodređeno vreme je zaposleno 645.000 ljudi, na određeno vreme 73.000, po ugovoru 55.000, a preko zadruga 8.000 ljudi“ (Beta, 2014). U javnim preduzećima u Srbiji, kojih je prema Agenciji za privredne registre čak 510, „na kraju 2013. godine bilo je 98.182 zaposlenih, što je za 1.248 ljudi više nego na kraju 2012. godine“ (Gubitak javnih preduzeća dva puta veći od gubitka cele privrede, 2014). Bez obzira na to što se preduzimaju mere da se ograniči rast broja zaposlenih u javnom sektoru, on se krajem 2013. godine mesečno uvećavao za 1.800 ljudi, „jer je 3.200 ljudi odlazilo, a 5.000 se zapošljavalo, najviše u novembru i decembru“ (Beta, 2014). Tada je doneta zabrana zapošljavanja u javnom sektoru i bez glasnosti Vlade Srbije nije bilo moguće zapošljavanje.

Država Srbija je „osnovala 25 javnih preduzeća, četiri su u statusu akcionarskog društva, a sedam ima status društva sa ograničenom odgovornošću i u njima je zaposleno 93.000 ljudi. Godišnje subvencije za ta preduzeća su 27 milijardi dinara“ (Ministrastvo finansija Republike Srbije, 2013) iz budžeta Republike Srbije. Javna preduzeća, pre svega ona koja je osnovala Republika, bila su i predmet analize Fiskalnog saveta Republike Srbije koji je analizu o poslovanju javnih preduzeća predstavio javnosti 31. 7. 2014. godine. Oni ističu da „državna i javna preduzeća prete da potope javne finansije Srbije. Ukupni negativni efekat na javne finansije raste u prethodnih pet godina i u 2014. dostiže velika 3% BDP-a. U ovaj efekat su uključene subvencije, aktivirane garancije i neplaćeni porezi i doprinosi, što sve opterećuje budžet države. Iznos od 3% BDP-a odgovara vrednosti od oko 115 milijardi dinara (1 mlrd. evra) i to je godišnja cena koju država plaća za neuspešno poslovanje preduzeća u svom vlasništvu. Situacija se u 2014. godini dodatno pogoršava. Sada već postoji ozbiljan rizik da neuspešno poslovanje ubedljivo najvećeg državnog preduzeća, EPS-a, postane fiskalni trošak i veličinom problema potpuno uruši javne finansije Srbije... Bez dovođenja u red državnih i javnih preduzeća nemoguće je uspešno sprovesti fiskalnu konsolidaciju i izbeći krizu javnog duga“ (Fiskalni savet, 2014a).

Kad je reč o Elektroprivredi Srbije (EPS-u), Fiskalni savet navodi osnovne karakteristike u poslovanju – „više od 38.000 zaposlenih, akumulirani gubitak 121 milijarda dinara, tehnološka zastarelost... prosečna starost termoelektrana 30, hidroelektrana 40 godina“ (Fiskalni savet, 2014b) zatim, navodi uzroke problema – „neefikasna–decentralizovana organizacija... nenaplativa potraživanja za prodatu struju, višak zaposlenih i zarade, gubici u distributivnoj mreži najviši u Evropi od 15%“ (Fiskalni savet, 2014b). U nastavku Savet ukazuje na posledice po javne finansije i nudi rešenja navedenih problema: „poslovno i finansijsko prestrukturisanje... smanjenje broja zaposlenih i smanjenje zarada, povećanje cene električne energije za domaćinstva, zaokret u politici naplate potraživanja i uvođenje finansijske discipline“ (Fiskalni savet, 2014b).

Svi mediji su selektivno preneli poruke Fiskalnog saveta, i to samo one koje se odnose na rezultate poslovanja javnih preduzeća. Mediji nisu preneli stavove Saveta o uzrocima takvog katastrofalnog stanja u kompanijama koje su u vlasništvu države i kojima je država upravljala posredstvom kadrova koje je postavljala Vlada Srbije.

Da bi se videlo kakva se medijska slika u Srbiji kreira o javnom sektoru i javnim preduzećima, pre svega EPS-u, najvećoj i najvrednijoj državnoj kompaniji, urađena je kvantitativna i kvalitativna analiza štampanih medija koji su o

potrebi privatizacije javnih preduzeća pisali u aprilu, maju i junu 2014. godine, a obrađeni su i određeni tekstovi koji su krajem oktobra i početkom novembra 2014. godine najavljivali prodaju EPS-a.

2. Metodologija

Analiza medija koja treba da pokaže kako i koliko mediji utiču na formiranje slike o EPS-u obuhvata:

- kvantitativnu i kvalitativnu analizu deset najuticajnijih dnevnih novina (*Politika, Blic, Informer, Kurir, Naše novine, Večernje novosti, Dnevnik, Danas, ALO i Pregled*) i tri nedeljnika (*NIN, Vreme i Novi magazin*) u dva perioda – od 28. 4. do 15. 5. 2014. godine (posle ekspozee premijera Aleksandra Vučića u Narodnoj skupštini) i od 1. do 23. 6. 2014. godine (uoči, za vreme i posle posete premijera Vučića Nemačkoj i susreta sa Angelom Merkel, nemačkom kancelarkom i privrednicima iz te zemlje);
- analizu izjava predstavnika Vlade, stručnjaka, profesora, berzanskih brokera, analitičara i sindikalnih lidera u štampanim medijima na temu „privatizacija EPS-a“ u periodu od 28. 4 – 15. 5. i od 1. do 23. 6. 2014. godine;

Novine su izabrane na osnovu tiraža, uticaja na čitalačku publiku i uređivačke politike.

Cilj istraživanja je bio da se utvrdi da li se kreira medijska slika o EPS-u koja će opravdati njegovu privatizaciju, da li postoje tendencije u kreiranju te slike i koji izvori informacija su najvidljiviji. Analiza treba da pokaže da li u medijima ima i istraživačkog novinarstva ili se sve svodi na puklo prenošenje izjava raznih uticajnih izvora informacija bez kritičkog osvrta na iznete stavove.

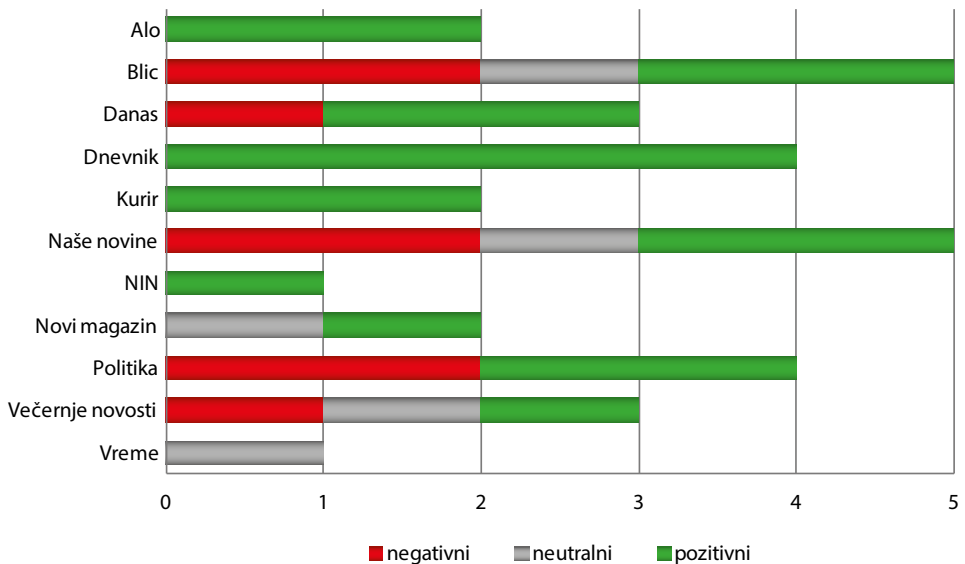
Analiza izjava ljudi treba da pokaže iz kojih uticajnih krugova dolaze koje poruke i koji mediji ustupaju više prostora zagovornicima privatizacije ili onima koji su protiv prodaje EPS-a.

Analiza treba da pokaže da li u obaveštavanju javnosti ima elementa dezinformisanja, propagande, pa i spinovanja.

3. Rezultati analize medija

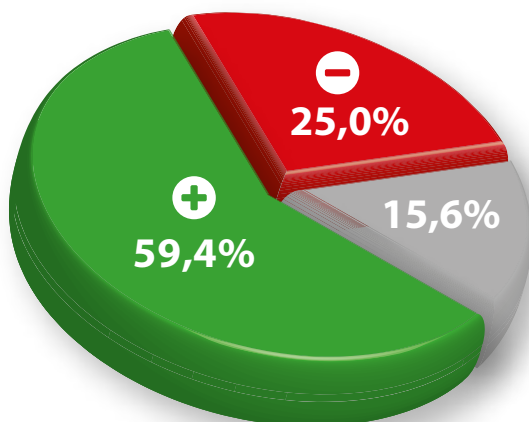
Reforme u javnom sektoru Srbije, kao i privatizacija Telekoma i Elektroprivrede Srbije, najavljene su u ekspozeu premijera Aleksandra Vučića, 27. 4. 2014. u Skupštini Srbije.

U periodu od ekspozeta do 15. maja 2014. godine deset najuticajnijih dnevnih novina i tri nedeljnika koji su predmet analize objavili su ukupno 32 teksta na temu privatizacije EPS-a. Najviše tekstova, po pet, objavile su *Naše novine* i *Blic*, zatim *Politika* i *Dnevnik* (po 4), dok su *Večernje novosti* i *Danas* privatizaciji EPS-a posvetili po tri teksta. U istom periodu o toj temi su u dva navrata pisali *Kurir* i *ALO*, kao i nedeljnik *Novi magazin*. Po jednom su tu temu obradili *Vreme* i *NIN*.



Grafikon 1: Broj i tonalitet priloga o privatizaciji EPS-a (u periodu 28. 4 – 15. 5. 2014. godine)

Od 32 teksta, u 19 (59,4%) se zagovarala prodaja EPS-a, dok je osam (25%) imalo negativan tonalitet prema tim namerama. Kako Slika 1 pokazuje, neutralnih je bilo samo pet (15,6%).



Slika 1: Procentualna zastupljenost tonaliteta priloga o privatizaciji EPS-a (u periodu 28. 4 – 15. 5. 2014. godine)

Analiza stavova u 44 objavljene izjave pokazuje sledeće: za privatizaciju EPS-a – 27 izjava (61,4%), protiv je bilo 13(29,5%) a neutralne četiri (9,1%); od 27 izjava za privatizaciju, 16 se odnosi na premijera Srbije (to je 59,3% od svih izjava sa tim tonalitetom), zatim slede Saša Đogović, saradnik Instituta za tržišna istraživanja (četiri izjave), Dušan Vujović, ministar privrede (2), Milenko Dželetović, SNS (1), Nenad Gujaničić, broker (1), Vladimir Gligorov, profesor Bečkog instituta za ekonomske studije (1) i Aleksandar Vlahović, predsednik Saveza ekonomista Srbije (1).

Neke od izjava koje su za prodaju EPS-a su:

„Najbolja opcija za EPS je ulazak neke od najjačih stranih kompanija kao manjinskog partnera“ (Aleksandar Vučić, *Blic*, 28. 4. 2014).

„Prodaja javnih preduzeća mnogo je bolja nego da mnogo ljudi ostane bez plata i posla, jer će se prodajom obezbediti isplata plata i penzija“ (Aleksandar Vlahović, predsednik Saveza ekonomista Srbije, *Naše novine*, 28. 4. 2014).

„Nema potrebe da država bude vlasnik u preduzećima koja posluju na konkurentnom tržištu. Bolje ih je privatizovati“ (Vladimir Gligorov, Bečki institut za ekonomske studije, *Danas*, 29. 4. 2014).

„Manjinski partner bi birao većinu menadžmenta u EPS-u, povećao efikasnost poslovanja, a samim tim i vrednost kompanije... za slučaj da se odlučimo da ga prodamo na berzi, što bi se moglo desiti 2016. godine“ (Aleksandar Vučić, *Dnevnik*, 29. 4. 2014).

„EPS će ostati dominantno srpski i kada se spominje moguća privatizacija, radi se o jednom značajno manjem i neproduktivnom delu EPS-a“ (Milenko Dželetović, predsednik Ekonomskog saveta SNS, *Pregled*, 30. 4. 2014).

„Ako država nema ni kadrovske, ni sistemske, ni druge pretpostavke da tim vlasništvom efikasno upravlja, onda je uvođenje privatnog sektora bolje rešenje nego monopolsko upravljanje države“ (Dušan Vujović, ministar privrede, *NIN*, 30. 4. 2014).

„Telekom i EPS moraju da se privatizuju, jer to više nije pitanje izbora. Srbija je u predstečajnom postupku i nije u mogućnosti da obezbedi rast tih preduzeća“ (Saša Đogović, Institut za istraživanje tržišta, *Dnevnik*, 9. 5. 2014).

Negativne stavove prema privatizaciji Telekoma i EPS-a izneli su profesori univerziteta, ekonomisti, analitičari, konsultanti, energetske stručnjaci, političari i sindikalni rukovodioci. Neke od izjava su:

„Povećati vrednost javnih preduzeća a ne prodavati ih, jer će se jevtino prodati“ (Milan R. Kovačević, *Pregled*, 28. 4. 2014).

„Ključni razlog za privatizaciju Telekoma i EPS-a je ogromna budžetska rupa koja će se krpiti, umesto da se rastom proizvodnje i rigoroznom štednjom smanji budžetski deficit. Nije dobro prodati preduzeća koja su profitabilna ili koja mogu biti profitabilna“ (prof. dr Ljubodrag Savić, Ekonomski fakultet, Beograd, *Blic*, 28. 4. 2014).

„DS se protivi ideji da se rasproda sve što Srbija ima, Telekom i EPS“ (Dragan Đilas, tada predsednik DS, *Blic*, 28. 4. 2014).

„Kao kruna svega sledi ‘rasprodaja porodičnog srebra’, tj. preostalih državnih resursa, ne bi li se tako obezbedio novac za opstanak vlasti i ispunila data obećanja... to su manje-više stari zahtevi MMF-a i Svetske banke“ (Đorđe Vukadinović, politički analitičar, *Politika*, 29. 4. 2014).

„MMF traži privatizaciju EPS-a i Vlada to radi po diktatu“ (Branko Pavlović, konsultant, *Naše novine*, 29. 4. 2014).

„EPS je poslednja odbrana Srbije i njegovom prodajom država bi ugrozila svoju ekonomsku nezavisnost. To je motorna snaga srpske privrede... EPS vredi mnogo više i ne treba ga na brzinu dati za male pare kojima bi se zakrpile rupe u državnoj kasi... EPS treba izvući iz ralja politike“ (prof. dr Branko Kovačević, ETF, Beograd, *Naše novine*, 29. 4. 2014).

„Privatizacija EPS-a bi omogućila kratkoročnu finansijsku korist za budžet, ali bi istovremeno donela velike rizike. Tu je opasnost od postepenog prelaska EPS-a u većinsko vlasništvo stranog partnera i mogućnost znatnog povećanja cena struje... sada je potcenjena vrednost EPS-a... postaćemo tržište za prodaju tuđe električne energije“ (prof. dr Nikola Rajaković, ETF, Beograd, *Naše novine* i *Politika*, 29. 4. 2014).

„U EPS treba da se dovedu moćni igrači, ali ne kroz prodaju postojećih kapaciteta, već kroz izgradnju novih“ (Mirko Cvetković, ekonomista, *Naše novine*, 5. 5. 2014).

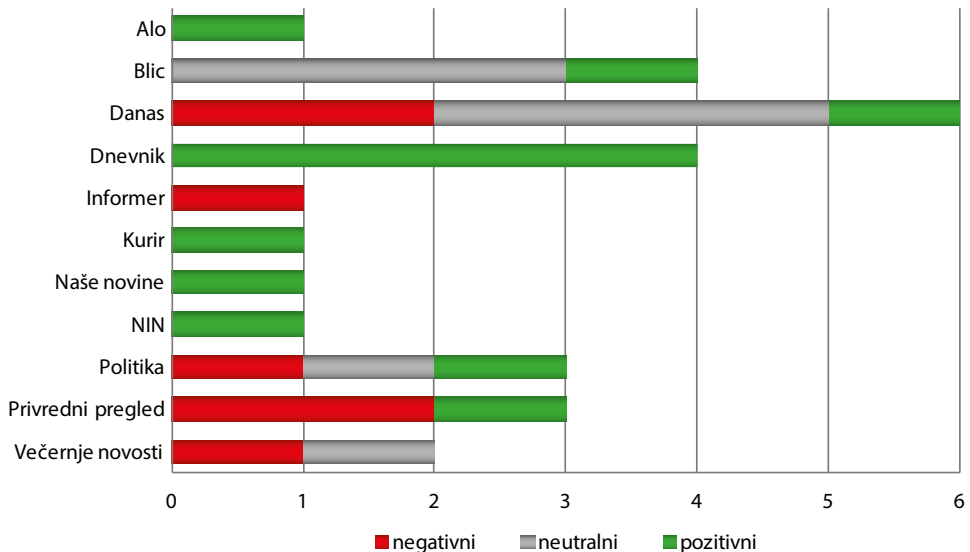
Analiza pokazuje da se stavovi koji podržavaju prodaju EPS-a objavljuju od 28.4. do 15.5.2014. godine a izjave protiv prodaje samo u prvih dva-tri dana po ekspoziciji premijera (sem izjave Mirka Cvetkovića 5. 5. 2014). Neutralne izjave (4) imali su Dimitrije Boarov (novinar nedeljnika *Vreme*), prof. dr Ljubodrag Savić (Ekonomski fakultet Beograd), Radmilo Marković (Dokumentacioni centar nedeljnika *Vreme*) i prof. dr Nikola Rajaković (ETF, Beograd). U dve ankete (*Vječernje novosti* i *Naše novine*) zabeleženi su jedan stav koji podržava i jedan koji se protivi privatizaciji EPS-a.

U drugom periodu (1–23. jun 2014) EPS je bio jedna od najvažnijih tema u medijima. Aleksandar Obradović, v.d. direktora EPS-a, u intervjuu listu *Blic* (7. 6. 2014) najavljuje organizacione promene i centralizaciju unutar kompanije. U *Kuriru* (7. 6. 2014) pojavljuje se prvi u nizu tekstova koji najavljuju da „Nemački RVE kupuje EPS?!“ (tačan naziv firme je RWE, ali novinar to ne zna). Zatim o prodaji EPS-a nemačkim partnerima pišu i ostali mediji (*Dnev-*

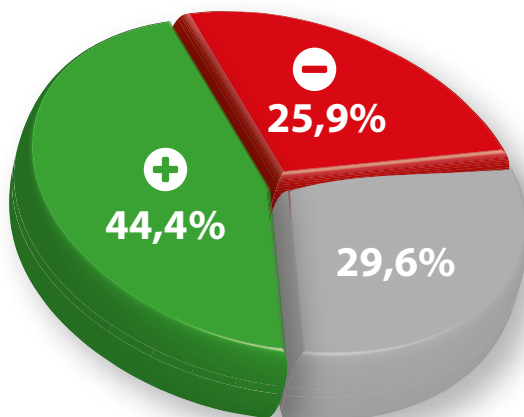
nik, 9. 6; Danas, 11. 6; Informer, 12. 6; NIN, 12. 6; Pregled, 12. 6; Politika, 12. 6; ALO, 13. 6; Dnevnik, 13. 6; Pregled, 13. 6). Sve objave su uoči posete premijera Srbije Nemačkoj i za vreme njegove posete Berlinu. Odmah po povratku, premijer je objasnio da „nije bilo razgovora o učešću nemačkih preduzeća u eventualnoj privatizaciji EPS-a, Telekomu i Dunav osiguranja“ (Dnevnik, 16. 6. 2014).

U Beograd dolazi i Sergej Lavrov, šef diplomatije Rusije, pa Blic (izdavač Ringier Axel Springer) uoči njegove posete na naslovnoj strani objavljuje tekst pod naslovom „Rusi traže EPS preko veze“ (17. 6. 2014). Zatim Danas (18. 6) najavljuje da je ruski RAO postao konkurent nemačkom RWE-u za kupovinu EPS-a. Ministar energetike Aleksandar Antić demantuje da je Lavrov tražio EPS (Danas, 18. 6) što istog dana Večernjim novostima potvrđuje „dobro obavešteni izvor“. Eventualnu kupovinu EPS-a od strane Rusa u Blicu (21. 6) komentariše i Majkl Kirbi, ambasador SAD u Srbiji koji smatra da „Srbiji nije u interesu da Rusi kupe EPS“.

U ovom periodu (1–23. jun) bilo je 27 objava o privatizaciji EPS-a – pozitivan tonalitet prema prodaji imalo je 12 objava (44,4%), negativan 7 (25,9%) a neutralan stav je dominirao u 8 tekstova (29,6%).



Grafikon 2: Broj i tonalitet priloga o privatizaciji EPS-a (u periodu 1-23. 6. 2014. godine)



Slika 2: Procentualna zastupljenost tonaliteta priloga o privatizaciji EPS-a (u periodu 1-23. 6. 2014. godine)

U ovom periodu ukupno je zabeleženo 26 izjava, od kojih je u 11 izjava (42,3%) podržana privatizacija EPS-a, 10 je bilo protiv (38,5%), dok je pet izjava bilo neutralno (19,2%).

Sagovornici novinara bili su: Aleksandar Vučić, premijer Srbije, Dušan Vujović, ministar privrede, Aleksandar Antić, ministar energetike, Majkl Kirbi, ambasador SAD u Srbiji, Milenko Dželetović, predsednik Ekonomskog saveta SNS, profesori ekonomije, ekonomski analitičari, brokeri i predstavnici sindikata.

Privatizacija EPS-a podržana je u 11 izjava. Dušan Vujović, ministar privrede imao je četiri izjave, dok su po jednom objavljene izjave premijera Aleksandra Vučića, ministra energetike Aleksandra Antića, Aleksandra Obradovića, v.d. direktora EPS-a, Milenka Dželetovića, SNS, Milovana Božilovića, bivšeg ambasadora Srbije u Nemačkoj, Nenada Gujaničića, brokera i jednog neimenovanog sagovornika *Kurira*. Od svih izjava koje su za prodaju EPS-a, gotovo 50 odsto (6) su dali predstavnici Vlade. Neke od tih izjava su:

„To nije pitanje za menadžment. Premijer Vučić je u svom ekspezeu rekao da će EPS dobiti manjinskog strateškog partnera... Smatram da treba po-

štovati naloge i signale premijera. Saglasan sam sa predlogom i ciljevima Vlade“ (Aleksandar Obradović, v.d. direktora EPS-a, *Blic*, 7. 6. 2014).

„Partnerstvo sa RWE bi nam obezbedilo nove tehnologije i čitav set stvari koje su nam potrebne da bismo mogli da kažemo da imamo jedan siguran energetska sistem“ (Aleksandar Antić, ministar rudarstva i energetike, *Kurir*, 8. 6. 2014).

„Privatizacija EPS-a od strane RWE promenila bi nemački pogled na Srbiju. Srbija bi vezivanjem za takvu kompaniju avanzovala u red nemačkih prioriteta“ (Milovan Božilović, bivši ambasador Srbije u Nemačkoj, *NIN*, 12. 6. 2014).

„Moguće su investicije i u EPS, dakle ne privatizacija, već investicije kako bi struja postala izvozni proizvod“ (Dušan Vujović, ministar privrede, *Prehled*, 13. 6. 2014).

„Opređenje Vlade je delimična privatizacija EPS-a, odnosno njegovih profitabilnih delova“ (Milenko Dželetović, predsednik Ekonomskog saveta SNS, *Dnevnik*, 23. 6. 2014).

Protiv prodaje EPS-a bilo je 10 izjava. Najviše puta je citiran prof. dr Mijo Arsić, Ekonomski fakultet, Beograd (4 puta), dok su po jednom citirani prof. dr Ljubodrag Savić, Ekonomski fakultet, Beograd, Đorđe Vukadinović, politički analitičar, Slobodan Ružić, energetska ekspert, Mahmut Bušatlija, ekonomski analitičar, Miladin Kovačević, ekonomista i Milan Đorđević, predsednik Sindikata radnika EPS-a. List *Danas* je imao redakcijski tekst protiv prodaje EPS-a. Neke od tih izjava su:

„...pokušaj skretanja pažnje sa afere ministra policije i kvazipatriotsko medijsko bildovanje pred odlazak na raport u Berlin, po novu porciju zahteva i pred očekivani dogovor o prodaji Telekoma i delova EPS-a Nemcima“ (Đorđe Vukadinović, politički analitičar, *Politika*, 10. 6. 2014).

„Razmišljanja o eventualnoj prodaji se javljaju samo zato što je ekonomska situacija u državi teška i što treba popunjavati rupe koje postoje u budžetu... U slučaju privatizacije cena struje bi mogla da postane spekulativna...

Prodaja EPS-a nije dobro rešenje...“ (Slobodan Ružić, energetski ekspert, Energy saving group, *Danas*, 11. 6. 2014).

„Prodaja EPS-a treba da sačeka reorganizaciju jer onda možemo dobiti povoljniju cenu... za EPS možemo dobiti milijarde evra. Međutim, sve zavisi od toga šta bismo prodavali, koje elektrane i koliko njih“ (Milan R. Kovačević, konsultant, *Informer*, 12. 6. 2014).

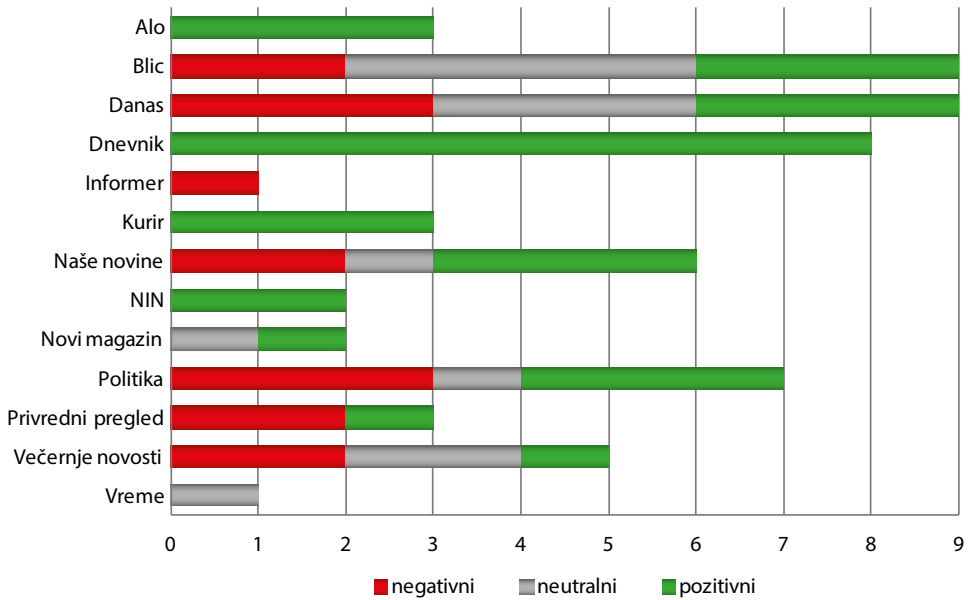
„Ako Nemci hoće da ulože u proizvodnju struje u Srbiji, neka naprave elektranu koju EPS u ovom trenutku ne može sam da napravi... vrednost EPS-a će rasti, za razliku od Telekom... država treba da traži manjinskog partnera, ali ne bilo kakvog... dobro bi bilo da to bude EBRD da dovede u red EPS, da dovedu profesionalni menadžment i smanje broj zaposlenih“ (prof. dr Miloško Arsić, Ekonomski fakultet, Beograd, *Pregled i Politika*, 12. 6. 2014. i *Vječernje novosti*, 17. 6. 2014).

Neutralnih izjava bilo je pet. Izdvaja se izjava Majkla Kirbija, ambasadora SAD u Srbiji:

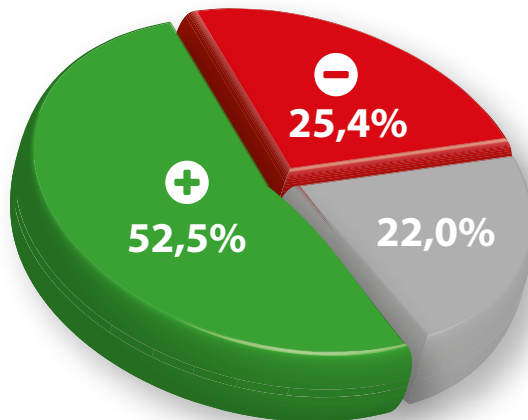
„Na Srbiji je da odluči da li je u njenom interesu da u celom energetskom sektoru bude uključena samo jedan zemlja. Rekao bih da to verovatno nije u njenom interesu, ali Srbija sama mora da donese odluku“ (*Blic i Politika*, 21. 6. 2014).

Ako se posmatraju oba perioda koja su predmet analize (28. 4 – 15. 5. 2014. i 1–23. 6. 2014) podaci su sledeći:

- o privatizaciji EPS-a bilo je 59 objava – u 10 dnevnih listova bila su 54 teksta a u nedeljnicima pet;
- najviše objava je bilo u *Blicu* (9 – 16,7%), *Danasu* (9 – 16,7%), *Dnevniku* (8 – 14,8%), *Politici* (7 – 13%), *Našim novinama* (6 – 11,1%) i *Vječernjim novostima* (5 – 9,3%) a najmanje u *Informeru* (1 – 1,9%) *Kuriru* i listu *ALO* (po 3 – po 5,6%);
- od 59 objava, u 31 (52,5%) je podržana privatizacija EPS-a, protiv je bilo 15 (25,5%) a neutralan stav je bio u 13 objava (22%);



Grafikon 3: Broj i tonalitet priloga o privatizaciji EPS-a (u periodu 28. 4 – 23. 6. 2014. godine)



Slika 3: Procentualna zastupljenost tonaliteta priloga o privatizaciji EPS-a (u periodu 28. 4 – 23. 6. 2014. godine)

Analizom izjava objavljenih u ta dva perioda dolazi se do podataka:

- izjave je dalo 40 ljudi, tri izvora su neimenovana a jedna objava je bila redakcijski stav;
- zabeleženo je 70 izjava;
- od 70 izjava, u 38 (54,3%) je podržana privatizacija EPS-a, dok je negativnih bilo 23 (32,8%), a neutralnih 9 (12,9%);
- najviše puta su citirani premijer Aleksandar Vučić (18 puta) i Dušan Vujović, ministar privrede (šest puta);
- u izjavama koje podržavaju privatizaciju sa 18 citata prednjači premijer Aleksandar Vučić (što je 47,4% od svih izjava koje su za privatizaciju), potom slede Dušan Vujović, ministar privrede (6), Saša Đogović, Institut za tržišna istraživanja (4) i Nenad Gujaničić, broker (2);
- u izjavama protiv prodaje EPS-a prednjači prof. dr Milojko Arsić (pet citata), dok su prof. dr Nikola Rajaković (ETF, Beograd), prof. dr Ljubodrag Savić (Ekonomski fakultet Beograd) i Milan Đorđević, predsednik Sindikata radnika EPS-a citirani po dva puta;
- neutralnih izjava bilo je devet.

Privatizacija EPS-a je stalna tema u medijima, pa je praćena i krajem oktobra i početkom novembra 2014. godine. Dušan Vujović, sada kao ministar finansija, 24. oktobra 2014. godine izjavljuje da su Nemci zainteresovani za EPS, objašnjavajući da su „pre nekoliko dana imali savetovanje sa nemačkim privrednicima koji su zainteresovani da ulažu u EPS i da izvozom struje pokrivaju svoje investicije“. (*Informer*, 25. 10. 2014). Istog dana i *Dnevnik* objavljuje veliki tekst – „EPS će krenuti putem JAT-a“ u kome ističu da su Nemci zainteresovani za Elektroprivredu Srbije. Obaveštavanje javnosti o stanju u EPS-u i njegovoj budućnosti nastavlja (*Kurir*, 27. 10. 2014) tekстом „EPS ima višak od 17.000 radnika“.

Izveštavajući o poseti premijera Vučića Velikoj Britaniji, deset dnevnih listova je na udarnim mestima objavilo njegovu izjavu da „Vlada planira prodaju Telekomu i manjinskog paketa akcija Elektroprivrede Srbije“ (30. 10. 2014). Mediji pišu da će od tih prodaja država Srbija dobiti od tri do pet milijardi evra. Neki mediji ne prave razliku između pojmova „manjinski paket akcija“ i „deo EPS-a“. Sutradan, 31. 10. 2014, *Večernje novosti*, *Dnevnik*, *Naše novine* i *Informer* nastavljaju sa afirmacijom ideje o prodaji državnih preduzeća, jer će to doneti značajan prihod u budžet i predstavljace manje zlo od daljeg zaduživanja države.

Prema „neimenovanom dobro obaveštenom izvoru“ (*Kurir*, 2. 11. 2014) najavljuje da će se i pitanje srpskog duga Rusiji na ime isporučenog gasa rešavati preko Telekomu i EPS-a. Moskvi će se navodno obećati da će prilikom privatizacije ta dva preduzeća ruske kompanije imati ravnopravan tretman sa zapadnim. „Prodajom Telekomu i dela EPS-a Srbija praktično ostaje bez najvrednije imovine“, ističe se u nadnaslovu teksta u *Dnevniku* (2. 11. 2014) koji se bavi privatizacijama javnih preduzeća, uz konstataciju da je „privatizacija Srbijagasa i Železnica veoma, veoma daleko... jer je reč o dva najveća gubitaka u zemlji“.

Istog dana, *Dnevnik* u razgovoru sa prof. dr Brankom Živkovićem najavljuje da će u razgovorima sa MMF-om na „tapetu biti javna preduzeća“. On ističe da će na Srbiji biti da odluči da li će do smanjenja deficita u budžetu i racionalizacija u javnom sektoru doći „otpuštanjem viška radnika... prodajom Telekomu i EPS-a ili na neki treći način“. Dušan Vujović, ministar finansija (*RTS*, 4. 11. 2014) najavljuje da će u razgovorima sa MMF-om o novom aranžmanu prvi put „biti uključeno i 12 javnih preduzeća za koje će biti određeni svi kriterijumi koji će morati da se prate, a jedan od njih je i smanjenje plata“. Vujović je takođe rekao „da EPS ne bi trebalo da se privatizuje po delovima, već da privuče stranu dokapitalizaciju. Da EPS iskoristi resurse koje ima, da iskoristi činjenicu da ima ogromne rezerve uglja koje nećemo moći da koristimo u punom iznosu kada postanemo članovi EU i da se sada to koristi da bi se proizvodila struja i izvozom struje finansirale te investicije“.

4. Trendovi u medijskom diskursu

Kreiranje medijske slike o javnom sektoru u Srbiji nije počelo posle eksplozije premijera. Mesecima pre te zvanične najave prodaje EPS-a, mediji su plasirali savete. Isticano je „da bi velike kompanije u državnom vlasništvu trebalo privatizovati“ i da je to jedan od najvažnijih zadataka nove Vlade (Barbara Kolm, predsednica Hajekovog instituta iz Beča, *Tanjug*, 4. 4. 2014).

Časopis *Nova ekonomija* (izdavač Business Info Group) pokreće projekat „Javna preduzeća – milionski gubici u medijskoj tišini“ koji se realizuje tokom 2014. godine. Sredstva za njegovu realizaciju obezbedila je Evropska unija kroz program „Jačanje medijskih sloboda u Srbiji“. Projekat je planiran krajem 2013. godine, pa se tako našao u budžetu Komisije EU u Srbiji za 2014. godinu. Programom za jačanje medijskih sloboda rukovodi Delegacija EU u Srbiji a realizuje EPTISA Servicios de Ingenieria. U prvom tekstu iz tog serijala *Nova ekonomija* tvrdi da „javna preduzeća i preduzeća u vlasništvu države predstavljaju najveći problem srpske privrede, a od prošle godine i najveći teret za državni

budžet s obzirom na to da je iznos garancija za kredite javnih preduzeća dostigao dve milijarde evra“.

Slede nastavci o poslovanju javnih preduzeća u Srbiji: „Gubitak javnih preduzeća dva puta veći od gubitka cele privrede“, „Socijalna funkcija javnih preduzeća“, „Najveća državna preduzeća prošle godine izgubila 400 miliona evra“, „Kako se u javnim preduzećima zakoni krše bez posledica“, „Gubitaška sponzorstva na račun svih nas“, „Ko i kako upravlja javnim preduzećima“, „Zašto je važan deo ekonomije tako zapušten“, „Bez kontrole i jasnih ciljeva – loše upravljanje u javnim preduzećima“ i „Milijarde na račun države – javna preduzeća i javne finansije“.

Agencija *Tanjug* redovno prenosi odabrane delove iz tih tekstova a potom ostali mediji, prenoseći *Tanjug*, objavljuju podatke iz *Nove ekonomije*. Na primer, *Tanjug* (30. 7. 2014) prenosi da su gubici javnih preduzeća na kraju 2013. bili „dva puta veći od gubitaka ostatka privrede i iznosili su 51 milijardu dinara, naspram 23 milijarde gubitka privrede“. Vest *Tanjuga* prenose i drugi mediji. Poslednji primer takve saradnje je intervju Aleksandra Obradovića, direktora EPS-a, u novembarskom broju *Novog magazina* koji *Tanjug* prenosi, da bi se odmah pojavio i na sajtovima drugih medija (*Blic*, 6. 11. 2014). Drugi mediji kao izvor navode samo *Tanjug* i izbacuju deo u kome ta agencija naglašava da je intervju dat *Novoj ekonomiji*. Inače, u intervjuu se, pored ostalog, govori i o viškovima zaposlenih u EPS-u.

Časopis *Nova ekonomija* je pokrenut uz pomoć donacije USAID, a kao partneri se, pored ostalih, navode OEBS, Konrad Adenauer Stiftung (KAS, politička fondacija bliska stranci CDU) i Centralno-evropska inicijativa.

Posle navedenih medijskih objava koje su veoma intenzivne od aprila 2014. godine, nameće se pitanje da li oko privatizacije EPS-a postoji „rezonovanje publike sposobne da sudi“ (Tomić, 2003: 120) i da li postoji javno mnjenje koje nosi toliko „jak prizvuk kolektivnog mišljenja“ (Habermas, 1969: 116). Preduslov za formiranje objektivne medijske slike a ne stereotipa i i „...funkcionisanja demokratskog javnog mnjenja jeste slobodna cirkulacija informacija...“ (Tomić, 2003: 120). Ukoliko nje nema, odnosno ukoliko nema objektivnog informisanja, već se nameće samo jedna slika i jedan stereotip (javna preduzeća loše posluju i treba ih prodati jer je država loš vlasnik), koja se predstavlja kao državni interes, onda se „sredstva komunikacije, najbrži i najlakši način za promenu mentalnog duha nacije, osećanja i istorije...“ (Jevtović, 2003: 46) koriste da se „individualna mnjenja usmeravaju ka određenom problemu i njegovom rešenju“ (Jevtović, 2003: 50). U obaveštavanju javnosti o prodaji EPS-a „uz po-

moć mas-medija kritički stavovi se mogu provocirati, podsticati, relativizirati, menjati...“ (Jevtović, 2003: 50), što se, analiza je pokazala, zaista i čini. Mediji značajno utiču na formiranje slike primalaca poruka, da dejstvuju istovremeno i da zajedno sa njima „na scenu stupa birokratski aparat, koji svojom propagandnom delatnošću javnost stavlja pod upravu vladajućih političkih partija, čijim se delovanjem ne samo kontroliše javno mnjenje, već se i anestetizira dezorijentisana svest publike, već osujećene u mogućnost kritičkog, a to znači i političkog rezonovanja“ (Tomić, 2003: 127).

Kako je nesporno da se u javnosti Srbije stvara slika da je država obavezno loš vlasnik i da je privatizacija jedino i spasonosno rešenje, Milorad Vučelić konstatuje: „najveća predrasuda posejana od strane neoliberalnog stampedala, a on još tušniji po razvalinama naše privrede koje je i sam napravio, jeste ona da je država loš vlasnik... dokazaće se da je dobra država dobar vlasnik, a loša država loš vlasnik... Ne treba prodavati najveća javna preduzeća jer je to pogrešno i jako loše po državu i njen narod... odgovornost nosi partija i njeni čelnici koji su rukovodili ovim preduzećima a ne država koja je ‘loš vlasnik’“ (*Pečat*, 8. 8. 2014, str. 3)

Postavlja se pitanje da li kreiranje medijske slike o „lošem“ EPS-u koji treba prodati, prati i dezinformisanje primalaca poruka. Ako je dezinformacija „... manipulacija javnim mnjenjem radi dobijanja određenog stava“ (Jevtović, 2003: 171) i ako „...mediji dezinformišu mase, retko pojedinca, a što je polje interesa veće, manipulacija je lakša“ (Jevtović, 2003: 171), može se zaključiti da, kad je reč o privatizaciji EPS-a, mediji dezinformišu javnost. Jer, „...dezinformisati ne znači uskratiti, već dati, ali pogrešnu, iskrivljenu, oblikovanu informaciju...“ (Jevtović, 2003: 171). Vladimir Volkov citira Lenjinovo razmišljanje o dezinformaciji: „Recite im ono što žele da čuju“ (Volkov, 2002: 74) jer je to „zajednički moto za sve dezinformacije“ (Volkov, 2002: 74). Volkov ističe da se dezinformacija „ne može ni zamisliti bez rezonantne kutije, koja omogućava da se ono što želi da se nametne čuje glasnije i dublje. U savremenom svetu one se kao po narudžbini nalaze svuda, bar potencijalno, to su mediji... Mediji su na to predoređeni samom svojom funkcijom, koja se sastoji u tome da prodaju informaciju pogodnu da zavede, zainteresuje, iznenadi, šokira, zagolica, prestraši...“ (Volkov, 2002: 161).

Mediji ubeđuju javnost da je prodaja EPS-a neophodna pre svega zbog dobrobiti Srbije. Citiraju se predstavnici Vlade i određene grupe ekonomista i brokera. Mediji nemaju nikakav kritički osvrt na sve te izjave. Zato i sledi pitanje „koliko jedan čovek može imati vlastito uverenje ako je u jednom društvu

izložen svakodnevno i beskonačno djelovanju suvremenih sredstava za masovne komunikacije koje se nalaze pod kontrolom jedne društvene manjine, jedne monopolističke grupe“ (Supek, 1972 prema Šušnjić, 2008: 26).

Tako se pokazuje da „monopol nad informacijama ukida funkcionisanje javnog mnjenja, kao kritičke instance, zamenjujući ga ideologijom koja interese vladajuće grupe ili partije prikazuje i nameće kao neprikosnovenu i nesumnjivu istinu...“ (Tomić, 2003: 161).

Plasiranje poluinformacija je najviše doprinelo da se u medijima u Srbiji u poslednje dve godine javni sektor (zdravstvo, prosveta, vodovod, toplane, sva javna preduzeća...) proglase za najvećeg i maltene jedinog krivca za deficit u budžetu i velike državne rashode i zaduživanja u inostranstvu.

„Otkad je javni sektor ideološkim manevrom označen glavnim krivcem za ekonomsku krizu i otkad su fiskalna konsolidacija i mjere štednje pripisani kao neminovna terapija, izloženi smo orkestriranoj mistifikaciji uloge i funkcioniranja javnog sektora... Javni sektor znači ‘arčenje novca’ i ‘blato’, on je ‘parazitski sistem’, ‘punačka dama’, pa zato mora ‘na dijetu’, ali i ‘slon na leđima jelena’... on nužno pravi finansijske gubitke u poslovanju, što se onda pokriva iz budžeta, odnosno novcem koji se dobija iz poreza ili zaduživanja. Logika je poznata: kada bi se te usluge izvele na tržište, smanjili bi se gubici iz budžeta i poresko opterećenje, a kvalitet usluga bi se povećao. Da li je zaista tako?“ (Vuković, 2014).

Vuk Vuković dokazuje da se prikazivanjem samo određenih podataka stvara nepotpuna, netačna slika o stanju javnog sektora u Srbiji čije je funkcionisanje od vitalnog značaja za zemlju. „Poređenjem broja zaposlenih u javnom sektoru sa ukupnim brojem zaposlenih može da se dođe do brojke od 45%. Međutim, ovakvo poređenje prikriva važnu činjenicu – javni sektor nije sam po sebi prevelik, već je ukupan broj zaposlenih premali, jer je više od polovine radno sposobnog stanovništva nezaposleno. Ukoliko se primeni drugačiji metod, pa se broj zaposlenih u javnom sektoru dovede u vezu sa stanovništvom koje je u radno aktivnom dobu, dobija se brojka od 16,9 procenata. Radikalno drugačija slika se dobija kada se to dovede u odnos sa ukupnim stanovništvom: prema podacima iz 2012, udeo zaposlenih u javnom sektoru sa javnim preduzećima iznosi 7,6% od ukupnog stanovništva, dok je u Hrvatskoj i Crnoj Gori taj broj veći za jedan procenat, u Sloveniji za dva, kao i u Britaniji i Poljskoj...u obrazovanju u Srbiji radi 1,95% ukupnog stanovništva, dok je evropski prosek 3,46%, u zdravstvu i socijalnoj zaštiti radi 2,24%, a evropski prosek je 4,74%...ispada da „glomazni“ javni sektor i nije baš toliko glomazan” (Vuković, 2014).

Ovaj princip plasiranja samo odabranih informacija koje će kreirati medijsku sliku prema unapred utvrđenom cilju, primenjuje se i kod EPS-a. Ruši se ugled najvrednije srpske firme kako bi javnost sa olakšanjem prihvatila prodaju strancima. Javnosti se ne saopštava da će tada struja biti znatno skuplja, da će svi koji ne plaćaju biti isključivani, ne objavljuju se podaci koliko za struju duguje vlasnik koji hoće da proda EPS (država i sve njene institucije), niti se objašnjava da je država (vlasnik), držeći socijalnu cenu struje, umanjila prihod EPS-a u poslednjih osam godina za šest milijardi evra i time direktno uticala na obaranje vrednosti svoje kompanije. Mediji objavljuju podatke o poslovanju i gubicima EPS-a i broju zaposlenih i njihovim platama, koje im dostavljaju državni organi. Mediji ne objavljuju da je EPS 2013. godine ostvario najveću proizvodnju električne energije u istoriji, niti istražuju da li bi EPS bolje poslovao kada bi smeo da preduzme sve mere i naplati dugove koji su 1,2 milijarde evra. Plasiranjem samo loših vesti uništava se ugled kompanije koja se sprema za privatizaciju.

U kreiranju loše medijske slike EPS-a u susret njegovoj prodaji, ima i spinovanja. Primer je plasiranje informacije da Sergej Lavrov, šef ruske diplomatije dolazi u Srbiju da završi posao oko kupovine EPS-a (*Blic*, 17. 6. 2014). To se radi baš u periodu kada sve analizirane novine detaljno izveštavaju o poseti premijera Vučića Nemačkoj i prodaji EPS-a baš nemačkom RWE-u. Izdavač *Blica* je švajcarsko-nemačka grupacija Ringier Axel Springer. Taj spin je zavrteo tu priču i po ostalim medijima. Nastavljajući započetu aktivnost, *Blic* (21. 6. 2014) objavljuje intervju sa Majklom Kirbijem, ambasadorom SAD u Srbiji koji na tu najavu *Blica* poručuje da “Srbiji nije u interesu da Rusi kupe EPS”. Iako je po Stjepanu Maloviću “suvremena teorija masovnoga komuniciranja nedvojbeno utvrdila da je laž štetna te da svako iskrivljavanje činjenica uzrokuje dalekosežne posledice” (Malović, 2006), mediji se na to ne obaziru. *Blic* se upustio u tu manipulaciju iako „temeljni standardi profesionalnog izveštavanja propisuju da ono mora biti istinito, tačno, pošteno, uravnoteženo i nepristrano” (Malović, 2006).

Gde god je to moguće i kad god je moguće, političke elite koriste medije za pripremanje javnosti za značajne političke i ekonomske odluke. Najvažniji mediji za uticanje na javnost u Srbiji su u privatnom vlasništvu. Vlasnici su ili strane korporacije ili domaće firme bliske političkim centrima moći. Tako se i dešava „da je manipulacija sastavni dio profesije. Tako je to kada se mediji više ne uređuju prema novinarskim standardima, nego su im vlasnici namijenili posve drukčiju ulogu. Mediji su postali dio velikih spin-operacija sa svrhom da

skrenu pozornost javnosti, iskrive stvarnost, navedu nas na krive zaključke ili svale krivicu na nevažne. Reality show i Big Brother samo su bezazlene zabavne emisije, a stvarni veliki brat skriva se u pozadini informativno-političkih emisija, raznih ‘kritičkih, analitičkih i otvorenih emisija’, priloga ili članaka koji razotkrivaju sva zla koje su počinili oni drugi, oni koje stvarni medijski manipulatori i spin-doktori žele uništiti” (Malović, 2006).

Izjave koje zagovaraju prodaju EPS-a su često netačne ili sadrže poluinformacije. Primaoci poruka posle toga moraju da budu zbunjeni. Najbolji primer za to su izjave o tome šta se od EPS-a prodaje – da li će se prodati manjinski paket akcija celog sistema ili deo EPS-a (neka elektrana ili sve distribucije ili pojedine distribucije) ili će se prodati “profitabilni” ili “manje produktivni delovi” EPS-a:

„Najbolja opcija za EPS je ulazak neke od najjačih stranih kompanija kao manjinskog partnera“ (Aleksandar Vučić, premijer, *Blic*, 28. 4. 2014).

„Ne znamo još ni koji bi se deo prodavao, niti na koji način, ali svakako postoji potencijal da EPS bude najvrednija domaća kompanija...“ (Nenad Gujaničić, broker, *Dnevnik*, 29. 4. 2014).

„Nema potrebe da država bude vlasnik u preduzećima koja posluju na konkurentnom tržištu. Bolje ih je privatizovati“ (Vladimir Gligorov, Bečki institut za ekonomske studije, *Danas*, 29. 4. 2014).

„EPS će ostati dominantno srpski i kada se spominje moguća privatizacija, radi se o jednom značajno manjem i neproduktivnom delu EPS-a“ (Milenko Dželetović, predsednik Ekonomskog saveta SNS, *Pregled*, 30. 4. 2014).

„Opredeljenje Vlade je delimična privatizacija EPS-a, odnosno njegovih profitabilnih delova“ (Milenko Dželetović, predsednik Ekonomskog saveta SNS, *Dnevnik*, 23. 6. 2014).

„Ako država nema ni kadrovske, ni sistemske, ni druge pretpostavke da tim vlasništvom efikasno upravlja, onda je uvođenje privatnog sektora bolje rešenje nego monopolsko upravljanje države“ (Dušan Vujović, ministar privrede, *NIN*, 30. 4. 2014).

„Partnerstvo sa RWE bi nam obezbedilo nove tehnologije i čitav set stvari koje su nam potrebne da bismo mogli da kažemo da imamo jedan siguran energetska sistem.“ (Aleksandar Antić, ministar rudarstva i energetike, *Kurir*, 8. 6. 2014).

„Moguće su investicije i u EPS, dakle ne privatizacija, već investicije kako bi struja postala izvozni proizvod“ (Dušan Vujović, ministar privrede, *Prehled*, 13. 6. 2014).

Višemesečno medijsko objašnjavanje stanja, pre svega u EPS-u, poprimilo je i elemente propagande. Jer, ako je još Gebels rekao da „propaganda svu krivicu mora da svali na jednog žrtvenog jarca“ (prema Kramaršič, 2012: 52) ovde je to javni sektor, pa i EPS, ili ako „mediji služe funkciji propagande, to jest, oni oblikuju opažanja, biraju događaje, nude interpretacije, itd. saglasno s potrebama središta moći u društvu, koji su u suštini država i poslovni svet“ (Čomski, 2002: 71) nameće se zaključak da smo svedoci i propagandnih aktivnosti koje se predstavljaju kao obaveštavanje javnosti.

Tako je nesporno da je „propaganda usmerena ka konsenzusu javnog mnjenja, pa... cilj nije saopštavanje istine, već da se ubeđuje, osvajaju ljudske duše, utiče na promenu stavova i mišljenja... Politička vlast... kanalima medijske interakcije, koji postaju poluge kontrole i oblikovanja masovne svesti“ (Jevtović, 2003: 20) kreira mnjenje u skladu sa svojim interesima i ciljevima. Prateći pisanje medija koje sada liči i na kampanju, nameće se zaključak da je reč o propagandi koja se definiše „kao svako smišljeno, sistematsko i kontrolisano širenje simbola od strane neke političke grupe, koja tim simbolima prikriva svoj politički interes, pokazujući ga kao interes svih članova društva, kako bi ih, bez upotrebe fizičke prinude, navela da osećaju, misle i čine ono što odgovara političkim ciljevima te grupe, a da pri tome veruju da slobodno donose svoje odluke“ (Šušnjić, 2008: 40–41).

Ako je jasno da je „...osnova svake propagande prethodno i dugotrajno indoktrinirajuće delovanje, a njen cilj, ujednačavanje mišljenja i delanja populacije u pogledu prihvatanja“ (Tomić, 2003: 159) potrebe da se proda najvrednija srpska kompanija, nesporno je da su mediji u Srbiji postali propagandisti jedne ideje – prodati EPS. Jer, ako se primaoci poruka konstantno ubeđuju da je prodaja Telekoma i EPS-a u funkciji njihove dobrobiti, može se govoriti i o indoktrinaciji koja „predstavlja sistematsko ubeđivanje da su uverenja i potrebe koje im se nameću, njihova stvarna uverenja i potrebe“ (Tomić, 2003: 160).

S obzirom na to da plasiranje određenih podataka i tekstova koji imaju isključivo negativan predznak o javnom sektoru traje gotovo dve godine, da je intenzitet u dezinformisanju javnosti sve jači, blizu smo zaključka da to ubeđivanje mora dugo da traje. Jer, „da bi javnost pristala na neku neprihvatljivu meru, uvoditi je postepeno, ‘na kašičicu’, mesecima i godinama. Promene, koje bi mogle da izazovu otpor, ako bi bile izvedene naglo i u kratkom vremenskom roku, biće sprovedene politikom malih koraka. Svet se tako vremenom menja, a da to ne budi svest o promenama“ (Deset strategija manipulacija ljudima, 2014). Čomski ističe da postoji „još jedan način za pripremanje javnosti na nepopularne promene... da ih se najavljuje mnogo ranije, unapred. Ljudi tako ne oseće odjednom svu težinu promena, jer se prethodno navikavaju na samu ideju o promeni. Sem toga i ‘zajednička nada u bolju budućnost’ olakšava njihovo prihvatanje“ (Deset strategija manipulacija ljudima, 2014).

5. Zaključna razmatranja

Analiza objavljenih sadržaja u štampanim medijima krajem aprila, u prvoj polovini maja, u toku gotovo celog juna i krajem oktobra 2014. godine jasno je pokazala da se javnost Srbije priprema za prodaju najvećih nacionalnih resursa, Telekomu i pre svega, Elektroprivrede Srbije. Dokazano je da su mediji aktivni u kreiranju određenih slika o EPS-u i plasiranju stava da je prodaja EPS-a neizbežna i da će od toga biti koristi za celu Srbiju.

Analiza objava u prvom analiziranom periodu pokazuje:

- od 32 teksta objavljena u tom periodu čak 59,4% podržava takve planove, dok je samo 25% bilo protiv, uz 15,6% neutralnih tekstova;
- od 44 objavljene izjave 27 je bilo za prodaju EPS-a (61,4%);
- od 27 izjava koji su za prodaju EPS-a 16 izjava se odnosi na premijera;
- gotovo sve izjave stručnjaka, analitičara, političara... protiv privatizacije bile su objavljene u prva dva-tri dana posle ekspozice, dok su izjave koje zagovaraju prodaju objavljivane sve do 15. aprila.

U drugom analiziranom periodu (1–23.6.2014) slika je gotovo identična:

- od 27 objava, u 12 (44,5%) se podržava privatizacija, dok je negativnih bilo sedam (25,9%), a neutralnih osam (29,6%);
- bilo je 26 izjava od čega je u 11 (42,3%) podržana prodaja EPS-a, 10 je bilo protiv(38,5%), a neutralnih je bilo osam (29,6%).

Ako se posmatraju oba analizirana perioda, potvrđuje se teza da u medijima dominiraju zagovornici prodaje EPS-a:

- ukupan broj objava je 59 od kojih se u 31 (52,5%) zagovara prodaja najveće srpske kompanije, protiv je bilo 15 objava (25,4%), a neutralnih je bilo 13 objava (22,1%);
- objavljeno je 70 izjava, od kojih je za privatizaciju 38 (54,3%), protiv je bilo 23 izjave (32,8%) a neutralnih je bilo devet izjava (12,9%).

Analiza je dokazala da mediji značajno utiču na kreiranje slike da je potrebno privatizovati EPS, da ima tendencije u kreiranju te slike i da se u većem broju pojavljuju izjave onih koji zagovaraju prodaju, nego onih koji nude druga rešenja.

Analitičkih tekstova koji bi osvetlili problem i prikazali prednosti i mane privatizacije EPS-a nema, što dokazuje tezu da je sve manje ili da ne postoji istraživačko novinarstvo. Sve se svodi na citiranje raznih ministara ili analitičara, konsultanata koji su „stručnjaci“ za svaki problem koji se nađe u centru medijske pažnje.

Analiza je dokazala da mediji površnim izveštavanjem, korišćenjem poluinformacija i objavljivanjem samo probranih informacija i to isključivo sa negativnim predznakom, uz spinovanje i elemente propagande, imaju aktivnu ulogu u kreiranju slike o potrebi prodaje EPS-a, jer je to državni interes.

Literatura

Beta (26.1.2014). Lazar Krstić, ministar finansija u Vladi Srbije.

Čomski, N. (2002). *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima.

Čomski, N. Deset strategija manipulacija ljudima (n.d.). Posećeno 12. 10. 2014. URL: <http://www.medijskapismenost.org/dokument/comski:-Deset-strategija-manipulacije-ljudima>.

Gubitak javnih preduzeća dva puta veći od gubitka cele privrede (1. 07. 2014). *Nova ekonomija*, br. 12. Posećeno 18. 9. 2014. URL: http://javnapreduzeca.rs/12_gubitak_javnih_preduzeca_dva_puta_veci_od_gubitka_cele_privrede.php.

Fiskalni savet (2014a). Analiza preduzeća u državnom vlasništvu: fiskalni aspekt. Posećeno 19. 9. 2014. URL: http://fiskalnisavet.rs/doc/ocene-i-misljenja/analiza_preduzeca_u_drzavnom_vlasnistvu-fiskalni_aspekt.pdf.

Fiskalni savet (2014b). Analiza preduzeća u državnom vlasništvu: fiskalni aspekt – rezime. Posećeno: 19. 9. 2014. URL: http://fiskalnisavet.rs/doc/ocene-i-misljenja/rezime-analiza_preduzeca_u_drzavnom_vlasnistvu-fiskalni_aspekt.pdf.

Habermas, J. (1969). *Javno mnjenje*. Beograd: Kultura.

Jevtović, Z. (2003). *Javno mnjenje i politika*. Beograd: Akademija lepih umetnosti : Centar za savremenu žurnalistiku.

Kramaršič, M. (prirednik) (2012). *Napoleon i Gebels – majstori propaganda*. Beograd: Kramaršič, M.

Malović, S. (2006). Činjenicamaselošepiše. *Vijenac*, br. 333. Posećeno: 15.9.2014. URL: <http://www.matica.hr/vijenac/333/%C4%8Cinjenicama%20se%20lo%C5%A1e%20pi%C5%A1e/>.

Ministarstvo finansija Republike Srbije (2013). Program mera za reformu javnog sektora. Posećeno 18. 9. 2014. URL: http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/Reforma%20javnog%20sektora/Program%20mera%20za%20reformu%20javnog%20sektora%2003_07_.pdf.

Šušnjić, Đ. (2008). *Ribari ljudskih duša*. Beograd: Čigoja štampa.

Tomić, Z. (2003). *Komunikologija*. Beograd: Čigoja štampa.

Volkov, V. (2002). *Dezinformacija – od Trojanskog konja do Interneta*. Beograd: Naš dom.

Vuković, V. (2014). Javni sektor u Srbiji: između mita i stvarnosti. Regionalni portal *Bilten* Posećeno 15.10.2014. URL: <http://www.bilten.org/?p=1032>.

Zakon o budžetskom sistemu (2013). *Službeni glasnik RS*, br. 54/2009, 73/2010, 101/2010, 101/2011, 93/2012, 62/2013, 63/2013 - ispr. i 108/2013.

HOW A MEDIA IMAGE IS CREATED - A CASE STUDY OF ELECTRIC POWER INDUSTRY OF SERBIA

Summary: The media significantly influence the creation of public sector image in Serbia, especially public companies whose sale was announced by the government representatives. For this reason, a quantitative and qualitative analysis of media reporting was performed on ten most influential daily newspapers (Politika, Blic, Informer, Kurir, Nase novine, Vecernje novosti, Dnevnik, Danas, ALO and Pregled) and three weekly ones (NIN, Vreme and Novi magazin) throughout two periods - from 28.4 to 15.5.2014 and from 1.6 until 23.6.2014.

The aim of the study was to determine whether the media create image of Public Enterprise Electric Power Industry of Serbia (EPS) which should be privatized, if there are trends in creating that image and which sources of information presented to public are most visible. By analyzing the content we searched for an answer to whether these media apply investigative reporting and use analytical articles.

The analysis revealed that the media strongly influence the image creation that EPS needs to be sold, that this is a tendency and that media give more space to advocates of this idea. During the studied periods there were 59 news releases, of which 31 (52.5%) advocated for the sale, against were 15 (25.4%), and neutral 13 news releases (22.1%). From a total of 70 statements, privatization has also been suggested in 38 statements (54.3%), 23 statements (32.8%) were against, while there was 9 neutral statements (12.9%). The research has demonstrated that by superficial reporting media misinform the public, use half-truth and spinning and that such writings contain elements of propaganda.

Key words: public, public sector, EPS, privatization, media, disinformation, spinning, propaganda