

Deregulacija radia in TV v Italiji

Deregulacija radia in TV je bila v Italiji v bistvu vnaprej določena z razmerjem sil, ki so se borile, da bi spremenile zakone in predpise za to področje. Od leta 1952 do 1976 je namreč RAI kot nacionalna RTV mreža uživala monopolni položaj, kar je bilo potrjeno v vseh zakonih, sprejetih v tem obdobju. Zato je vsa zgodba o deregulaciji in nastanku zasebnih RTV zavodov pravzaprav zgodba o pritiskih na ustavno sodišče, na druga sodišča in na parlament, da se tak pravni režim ukine. To je bil neprizanesljiv politični in pravni boj kot v vsaki državi, ki spoštuje vladavino zakona. Seveda je ključne odločitve sprejemalo vrhovno zakonodajno telo. Toda parlament je v svoji zakonodajni vlogi pogosto zamujal in je bil prisiljen sankcionirati rešitve, ki so spontano nastale v praksi.

Najboljši primer za to trditev je nesmotrna odločitev, ko je 1985. leta dovolil, da se lahko uporabljajo nacionalne telekomunikacije (v lasti države) tudi zato, da na stotine TV postaj medsebojno izmenjuje oddaje, posnete na videokasetah. To je bil trenutek, ko so nastale prve zasebne TV mreže v nacionalnem obsegu. Kajti dovolj je bilo, da se program, ki so ga prejeli iz »centrale«, snema in ponovno predvaja z nekajminutno ali celo sekundno zamudo, pa se s tem že zadosti zakonski obvezi o »prej posnetih oddajah«. Na ta način je nekaj magnatov začelo oskrbovati s programi na desetine slabših, lokalnih RTV postaj in graditi zasebne mreže, ki so postajale resen tekmeč državnim kanalom radia in televizije. Najdena je bila »luknja v zakonu«, s katero so izigrali prepoved, da zasebni lastniki ustanovljajo in imajo v lasti kanale na vsenacionalni ravni.

Za naslednje obdobje sta značilna dva trenda. Po eni strani je prišlo do prave eksplozije zasebnih RTV postaj. Število radijskih postaj je doseglo 3000, TV postaje pa so dosegle 1600 enot. Po drugi strani so po uspešnem preboju na trgu reklam in pri občinstvu, po zaslugi zabave, športa in popularnih nanizank zrasle prve zasebne nacionalne TV mreže. Med njimi ima še danes vodilni položaj združba Fininvest (Berlusconi), ki je prva ustanovila mrežo »Kanal 5«. Po agresivnem nastopu na trgu je reklamni posrednik v imenu te združbe – Publitalia – prevzel 60% vseh reklamnih TV dohodkov v Italiji. Na podlagi takih dohodkov je bil nekdanji lastnik ene same lokalne TV postaje v Milanu sposoben ustanoviti še dve nacionalni mreži in razširiti svoj imperij. To so »Italia 1« (1982) in »Rete 4« (1984). Isti podjetnik je odkupil večino delnic še v mreži »Italia 7«, v TV Koper in v »Junior TV«.

Poleg tega svetovno znanega televizijskega magnata so drugi podjetniki ustanovili še 6 zasebnih nacionalnih TV mrež. Kot se lahko vidi, je bila ta smer razvoja pod močnim vplivom ameriških izkušenj v združevanju komercialnih TV postaj (ustvarjanje mreže formalnopravno neodvisnih postaj). Tudi protimonopolni ukrepi, ki jih je sprejela vlada Italije 1990. leta, se prav tako v veliki meri opirajo na izkušnje iz ZDA.

Položaj, ki je nastal v italijanskem RTV sistemu po letu 1985, se označuje kot obdobje »divjega zahoda«. »Od skupno 4600 RTV postaj jih je le 26,52% oddajalo na frekvencah, predvidenih za radiodifuzijo. Vse druge so zlorabljale valovne

* Dr. Mirosljub Radojković, izr. profesor na Fakulteti za politične znanosti v Beogradu.

dolžine, predvidene za druge namene.«¹ Pojavila se je tudi koncentracija lastništva, in to v velikem obsegu. Po najnovejših raziskavah RAI se je od obstoječih 922 zasebnih TV postaj 246 postaj popolnoma združilo z nekaj nacionalnimi zasebnimi mrežami in le ponovno predvajajo njihov program. Druge so podpisale različne pogodbe o sodelovanju ali pa so ostale neodvisne.² V 15 letih popolne anarhije na radijskih valovih sta se vlada in država znašli pod navzkrižnim pritiskom: da uredita novonastale zasebne oligopole in da določita nadaljnjo usodo državne RTV. Hkrati je bil parlament prisiljen, da je iz leta v leto dvigal zgornjo mejo časa (kvoto) predvajanja EPP in dohodkov od njih na TV, zlasti na RAI, da bi ji omogočil uspešno tekmovanje z zasebnim sektorjem. Pred kratkim (1992) je vlada prepovedala združitev Fininvesta in največje založniške hiše Mondadori, ker bi taka združba dobila nadzor nad 35% reklam, objavljenih v vseh (torej tudi pisanih) medijih v Italiji. RAI bi bil tako na drugem mestu z 20%, izdajateljska hiša Corriere pa bi bila tretja s 15% nadzorom trga. Iz tega se vidi, da se je rušenje monopola RAI končalo tako, da je nastal dvopol javne družbe RAI in grupacije Fininvest. Ob njih ni več dovolj prostora, da vsi drugi mediji obdržijo svojo finančno bazo od reklamnih prejemkov. To še zlasti prizadeva lokalne in neodvisne RTV postaje.

Posledice dvopolnega položaja na RTV programe

Za italijansko radiotelevizijo je značilen ekskluziven položaj informativnih programov. Poročila in informativne oddaje se pripravljajo na visoki profesionalni ravni, kot glavna zahteva pa se postavljajo objektivnost, nestranskarstvo in nepristransko. Toda 3% od skupnega časa oddajanja na RAI radiu in 5% časa na RAI TV je vnaprej rezerviranih za politične stranke, verske skupine, sindikate, družbena gibanja, manjšine itd. – za vse, ki imajo pravico, da se obračajo na javnost. Takšne pravice za relevantne socialne skupine ni v zasebnem sektorju. Za uresničevanje omenjene izključne pravice se pri parlamentarni komisiji, ki nadzoruje delo RAI, voli posebna podkomisija za določanje »dostopa do javnosti«. Ta odloča o zahtevah navedenih privilegiranih skupin in daje navodila RAI, kako in kdaj naj zadovolji njihove zahteve. Omenjena parlamentarna skupina za nadzor (sestavljena je iz 20 članov poslanske zbornice in 20 članov senata) neposredno nadzoruje štiri tipe informativnih oddaj: Predvolilno tribuno, Politično tribuno, Tribuno tiska in Tribuno sindikatov. Očitno so tisti informativni programi z najbolj občutljivo vsebino izvzeti iz uredniške odgovornosti RAI. To niti ni velika pridobitev za javnost, če se ve, da največje politične stranke prek te komisije opravljajo uredniški posel. Z drugimi besedami, »vroči politični krompir« je iz rok RAI prevzela italijanska partitokracija.

Vse do leta 1990 zasebne mreže in postaje niso pripravljale TV dnevnikov. Toda po zakonih iz 1990. leta morajo tudi te postaje oddajati vsak dan poročila, dana pa jim je možnost, da za svoje TV dnevnikarje najdejo sponzorje. Sponzor se reklamira ob koncu oddaje. Po trditvah strokovnjakov,³ so italijanske norme, ki določajo pravila sponzoriranja informativnih oddaj, manj restriktivne od tistih, ki jih je razglasila ES (v Deklaraciji o televiziji brez meja).

¹ Stefano Fontana, »Dopo anni di „antenna selvaggia“ una legge tenta di mettere ordine«, Rezzara Notizie, Vicenza 1990, št. 2, str. 8.

² RAI, »Dati di sintesi sull' emittenza privata in Italia«, ERI, Roma, 1990.

³ Roberto Zaccaria, »La difficile attuazione della legge N. 223 (C.D. Mammi), rokopis, pripravljen za časopis Quaderni Costituzionali, Padova, 1992, str. 6.

Drugi primer, ki potrjuje prevlado partitokracije nad informativnimi programi, se lahko vidi iz položaja novinarjev, ki te oddaje ustvarjajo. Spet govorimo samo o RAI. Čeprav ne obstaja noben pisan dokument niti predpis o tem, vsakdo v Italiji ve, da je RAI-1 pod vplivom demokršćanske stranke, RAI-2 socialistične stranke in RAI-3 pod zastavo Demokratične stranke levice (reformiranih komunistov). To so v bistvu tri stranke, ki imajo največjo podporo volilnega telesa. Direktorje in glavne urednike informativnih programov na teh kanalih praktično določajo našete stranke in pri tem kot posrednika uporabljajo parlamentarno komisijo za nadzor. Ta ima formalno pravico do imenovanja in ta spoštuje opisani »gentlemanski sporazum«. Ko novinar išče delo v javni RTV mreži, mora povedati, kateri stranki pripada. Še več, ne bo sprejet, če njegova stranka ne potrdi, da se zanima za to, da bo izbran. To velja za vsakega novinarja v informativno-političnem programu. Vseh drugih programov ali kulturnih vsebin partitokracija ne nadzoruje tako strogo. Seveda v zasebnih TV politične stranke ne morejo imeti tolikšnega vpliva. Ta del sistema v bistvu lahko pokvari ravnotežje političnih sil, vendar si pomišlja. Za povračilo namreč partitokracija v parlamentu skrbno pazi na obnašanje zasebnih TV, saj drži v rokah zakonodajo in morebitne sankcije.

Kakovost kulturnih programov je pod stalnim pritiskom merila, ki se imenuje – gledanost (reiting). Vse postaje skrbno spremljajo gibanja popularnosti posameznih oddaj, ker je od velikosti občinstva neposredno odvisno zanimanje oglaševalcev, da v teh oddajah plačajo oglase. Zato so najbolj kakovostni programi – s stališča umetniške vrednosti – v neki vrsti geta. Pripravlja jih državna – javna družba ali redke lokalne in komercialne postaje, ki so manj odvisne od reklam. Zato pa lahka zabava, kvizi in serijski filmi predstavljajo jedro kulturnih vsebin. Njihova gledanost je največja. Vsi ameriški serijski filmi so bili že prikazani na italijanski televiziji. Zdaj je opazno število »telenovel«, ki so kupljene v Braziliji, Mehiki, Argentini... »Liberalizacija kvot za reklame na TV... je prinesla veliko tveganje za kulturne vsebine. Če so visoko kakovostne, a imajo malo občinstva, se dogaja, da postajajo gledalci novi Moloh, ki ga posluša celo državna RTV družba... Tako se po mnogih letih ustvarjanja »državne« kulture tudi to področje obrača k edini preostali alternativni – k »zasebni kulturi«.⁴

Zabavni programi so posnemanje oddaj iz ZDA. Vse, kar je pomenilo inovacijo v Ameriki (npr. »jutranji program«), je bilo takoj presajeno tudi na italijansko TV. Specializirani športni programi so preplavljeni s slikami profesionalnih ameriških lig v nogometu, košarki, boksu itd. Če je sploh kakšna razlika, je to v dejstvu, da se na italijanskih postajah odkrito igra na karto fizične privlačnosti. V zabavnih oddajah se pojavljajo napol gola dekleta privlačnih oblin, z vse manj tekstila na sebi. Ta odlika erotizacije zabavnih vsebin (poznamo »Colpo grosso« iz NTV Studio B) jasno kaže na razliko v javni morali med ZDA in Italijo. Puritanski moralni kod se nikoli ni mogel zakoreniniti na italijanski TV, ne glede na to da je večina gledalcev pod močnim vplivom katoliške ideologije.

Potrjeno dejstvo je, da so glede na politično ekonomijo medijev filmi najboljše TV blago (čas trajanja-strošek-velikost občinstva). To tezo sijajno potrjuje tudi italijanska TV. TV postaje v tej državi kupijo in prikazujejo okoli 4500 filmov letno! Uporabijo dve tretjini celotne ameriške proizvodnje. Možni kulturni vplivi, ki prihajajo po tej poti, še niso raziskani. Gotovo je, da anglosaški in drugi uvoženi filmi ne prispevajo k znanju tujih jezikov med širšimi sloji prebivalstva, ker vse filme sinhronizirajo v italijanski jezik. Po zaslugi velike gledanosti je filmski pro-

⁴ Stefano Fontana, op. cit., str. 8.

gram pogosto prekinjan z reklamnimi vložki. Vendar je po novih predpisih (1990) določeno, da filma ne smejo zaradi reklam prekiniti več kot trikrat.

Protimonopolni ukrepi, sprejeti 1990 – konec »divjega zahoda«?

Položaj na italijanski RTV, kakršen je bil prej opisan, je pripeljal do pritiska na državo, naj ponovno razmisli o posledicah in pravno ukrepa na tem področju. Po razdobju divje liberalizacije je sledilo razdobje ponovne regulacije. Ko je bežal iz monopolnega položaja, v kakršnem je bil do leta 1976, je RTV sistem padel v stanje, ko nad njim prevladujejo novi, zasebni oligopoli. Ob močni podpori strokovnjakov in javnega mnenja se je vlada odločila, da bo sprejela ostre, anti-trustne zakone, ki naj bi ponovno strukturirali RTV sistem in programe.

Glavni problem je bila dvopolna situacija, ki je nastala v praksi med RAI in združbo Fininvest. Problem je bil tudi splošna zloraba frekvenc brez kazenskih ukrepov. Razdobje »divjega zahoda« se je za to področje končalo 1990. leta, po sprejemu Zakona št. 223, ki ga pogovorno imenujejo Zakon Mammi« (po imenu poslanca, ki je vodil njegovo pripravo). Ta pravni akt je razglasil nekaj velikih sprememb ter napovedal, da bodo sledili tudi drugi dekreti, odloki in predpisi. Nekaj od tega je že sprejeto, mnogi predpisi pa še manjkajo.

Nova pravila bomo našteali ne glede na to, ali so že veljavna ali ne.

Prva naloga je bila, da se sprejme nov načrt uporabe frekvenc za radiodifuzijo. »...načrt o razdelitvi frekvenc (lahko bi rekli urbanistični plan etra), ki že petnajst let manjka, je bil glavni vzrok, da je nastal položaj, lepo označen z izrazom »divji zahod«. Ta načrt mora biti podlaga za ponovno izdajanje koncesij RTV postajam.«⁵ Vsi lastniki RTV postaj bodo morali ponovno zaprositi za licenco za delo. Komisija, ki jo bodo sestavljali štirje pooblaščen ministri (PTT, obramba, promet, tehnologija), bo ocenjevala predložene zahteve. Lep primer namena, da se ponovno oživijo lokalne in regionalne postaje, ki jih podpirajo državljani ali služijo civilni družbi, se vidi v določbi, ki rezervira 70% vseh radijskih in 30% vseh TV frekvenc za njihovo delo. Uvaja se register vseh oddajnih postaj. Nadzor nad delom RTV postaj se podružblja z uvajanjem novih teles – svetov uporabnikov (podobno našim nekdanjim programskim svetom!). Uvaja se institucija poroka za vsako postajo ali mrežo; ta v imenu predsednika republike nadzira njihovo delo v finančnem pogledu.

Multimedijski konglomerati bi morali izginiti. Zakon »Mammi« določa: »Kdor je lastnik dnevnih časopisov, katerih naklada presega 16% skupne naklade vseh dnevnih časopisov, ne more biti lastnik nobene RTV nacionalne mreže; kdor ima med 8 in 16% dnevne naklade časopisov, ima lahko hkrati samo eno nacionalno mrežo; lastniki časopisov, ki ne presegajo 8% skupne dnevne naklade, lahko hkrati nadzirajo samo dve nacionalni RTV mreži. Nihče, niti država, ne more imeti več kot 3 nacionalne mreže. »Ta ureditev ne bo le ohranila vseh treh mrež RAI, ki so v državni lasti, temveč bo še 9 mrež zasebne televizije, med katere spadajo tudi tiste iz tujine in nekatere, ki ponujajo »plačano TV«. 12 celovitih nacionalnih TV mrež je resnično zgornja možna meja (nobena druga država na svetu ni tako bogata), čeprav bo tudi to s stališča sedanje situacije izzvalo nezadovoljstvo mnogih podjetnikov.«⁶

⁵ Roberto Zaccaria, op. cit., str. 2.

⁶ Nav. delo, str. 11.

Glavna žrtev novega zakona bo očitno medijski imperij Berlusconi. Njegova združba Fininvest ima nadzor nad dobrim delom dnevnih časopisov in nad več kot tremi nacionalnimi mrežami (zadnji nakup so bile »Telepiu« kanali 1, 2, 3, opravljene skupaj s še 10 »prijateljskimi« združbami zasebnikov.)

Noben zasebnik niti javna ustanova ne bo smela imeti več kot 20% italijanskih medijev. Prepoveduje se, da bi imel en ustanovitelj hkrati lokalno RTV postaje ali postaje ter nacionalno mrežo. Vsak imetnik koncesije lahko zbira reklame za vse vrste medijev, toda njihova skupna vsota ne sme presegati 2% od skupnih prihodkov za ta namen v predhodnem letu. Če neka reklamna agencija objavi več kot 50% zbranih oglasov samo v enem mediju, postaji ali mreži, se bo imela za lastnico tega sredstva informiranja ne glede na njen formalnopравни status. Javna družba RAI se bo prav tako morala vse bolj opirati na EPP kot vir financiranja. Do konca 1992 se bo proučila smotrnost naročnine kot glavnega vira prihodkov za njeno delo (mnogo je zahtev, pa tudi sodnih sporov, proti obdavčevanju državljanov v obliki naročnine). Vendar pa ni popolnoma jasno, ali bo država iz proračuna ali kako drugače nadomestila naročnino kot temeljni vir denarja. Očitno je treba šele preveriti pričakovanja, da bodo skupni prihodki za reklamo v medijih (10 milijard lir letno) lahko tudi javni družbi zagotovili zadosten zaslužek. Poleg RAI računajo na večji del tega ogromnega finančnega kolača tudi zasebne ter nove, neodvisne RTV postaje.

Odredbe o filmskih programih obetajo italijanski kinematografiji boljše dni. Televizija bo smela prikazovati film šele dve leti po prvem predvajanju v neki kinodvorani v državah ES. Med predvajanjem filma na TV bodo dovoljeni samo trije EPP spoti.

Opazna je jasna črta ločevanja med komercialnimi postajami in tistimi, ki jih želijo državljanji, komune, univerze itd. Kot smo že povedali, je za take postaje vnaprej rezerviran velik del elektromagnetnega spektra. Poleg tega so RTV postaje, ki bodo delale v korist kulturnih, političnih in drugih potreb svojih lokalnih skupnosti (za civilno družbo), oproščene polaganja varščine, ko prosijo za koncesijo. Teh ugodnosti nima komercialna postaja, katere lastnik jo ustanavlja samo zaradi ekonomske koristi – zaslužka.

Dejansko stanje dvopola, v katerem se je znašel RTV sistem v Italiji, je torej izzvalo te antitrustne ukrepe. Poleg namena, da se zrušijo novi monopoli, je zanimiv poskus zakonodajalca, da bi dal podlago, na kateri bi bil ponovno mogoč pluralizem komunikacijskih kanalov.

Sklepne misli

Italijanski primer zelo prepričljivo in izkustveno kaže omejitve komercialnega modela RTV sistema. Zgodnji proces deregulacije (med prvimi v Evropi) je povzročil anarhijo v radiodifuziji, nato pa je povzročil krepko vmešavanje države (in zakona) v to področje. Našteti podatki ter zgodovinski pregled odkrivajo dejstvo, da ima tudi komercialni model radia in televizije meje svoje zdržljivosti. Programi na italijanski TV, še posebej v njenem zasebnem sektorju, kažejo težnjo h kulturni in umetniški degradaciji. To predhodno raziskovanje prav tako daje neke povode za to, da se ponovno razmisli tudi o veljavnosti klasične liberalne teorije o svobodi tiska. Po tej teoriji je konkurenca na svobodnem trgu najboljše zagotovilo za kakovostno in svobodno obveščanje. Očitno pa tržno tekmovanje v sebi vedno skriva tudi nevarnost nastajanja novih monopolov in oligopolov, posebno

če je medijsko okolje delno spremenjeno zaradi delovanja dejavnikov, ki prihajajo s področja politike, kulture in tradicije.

Z namenom da komentiramo specifične posledice deregulacije v Italiji do leta 1990, pogledajmo še, kaj sta o deregulaciji zapisala Roland in Ostbijeva.⁷ Identificirala sta štiri sloje državljanov, ki so v Evropi podpirali politiko deregulacije. Kratko rečeno so to: 1) Podjetniški krogi, ki se za medije zanimajo kot za posebno »industrijo zavesti« in pričakujejo dobiček od vlaganja. 2) Gospodarski podjetniki, ki jim povečevanje števila medijev ustreza, ker povečuje prostor za razširjanje reklam. 3) Razne manjšine in marginalni družbeni sloji, ki upajo, da bodo številni mediji usmerili pozornost tudi na njihove komunikacijske potrebe in da bodo tako lažje prodri v javnost. 4) Splošna javnost z geslom, da bo tem večja izbira programov, čim več bo konkurentov. Načelno vodi ta analiza v pravo smer.

Toda v primeru Italije se je pokazalo, da deregulacije radia in televizije ne podpirajo vsi ti dejavniki. Gotovo je, da so družbene skupine pod št. 1 in 2 glavni zagovorniki in pristaši deregulacije. O njihovih motivih ni dvoma. Toda odpor njihovim težnjam je bil v Italiji mnogo močnejši kot v nekaterih drugih državah, v katerih ni velikih in množično podpiranih političnih strank leve. Odklonilnost tega političnega dejavnika do vsake oblike reprivatizacije državnega sektorja je nedvomna. Poleg tega so imele tudi »motorne sile« pod št. 3 in 4 slabši vpliv. Manjšine (etnične) so bile npr. že od leta 1956 skrbno obravnavane na kanalih RAI. Italija je podpisala tudi posebne konvencije z državami maticami svojih manjšin in se je obvezala, da jim bo zagotovila obveščanje v maternem jeziku (nemški, slovenski). Zato se ti dejavniki niso posebej zavzemali za deregulacijo. Tudi splošno občinstvo je bilo v tem boju dokaj inertno. Poleg tega, da jih je RAI oskrboval z vse daljšimi programi, so jim bili na razpolago tudi mnogi oddajniki iz sosednjih držav, ki so neovirano segali na ozemlje Italije. Torej je bil tudi pred povečevanjem domačih RTV postaj izbor programov prevelik. Tako se je zgodilo, da je bil del javnosti na nasprotni strani, na strani državnega posredovanja in proti divji liberalizaciji RTV anten.

Ta članek in sklepne misli so nazadnje pred izzivom, da se proces deregulacije pogleda tudi v luči teze o »mitu deregulacije«. To tezo je zapisal Vincent Mosco⁸, ki trdi, da je to eden od novih mitov, ki so se razširili v industrijskih družbah. Avtor trdi, da je mit o deregulaciji sestavljen iz petih dvomljivih pomenov:

1. Deregulacija slabi ekonomsko moč države.
2. Deregulacija prinaša korist potrošnikom.
3. Deregulacija zmanjšuje ekonomsko koncentracijo.
4. Deregulacija uživa splošno podporo.
5. Deregulacija je neizbežna.

Poglejmo, kakšna je glede na to tezo italijanska izkušnja.

Mit št. 1. Na prvi pogled se zdi, da deregulacija zmanjšuje ekonomsko vlogo države na področju medijev. Vse nacionalne RTV mreže, vključno z RAI, so usmerjene na trg reklam, da si zagotovijo prihodke. Toda ta mit je treba še raziskovati. Ali bodo zato zmanjšane tudi posredne naložbe države v RTV sistem? Ali bodo ukinjene ugodnosti prek subvencioniranih stroškov delovanja RTV postaj? Kdo bo, če ne država, po letu 1993 zagotovil sredstva za nacionalno

⁷ Asle Rolland in Ostbye Helge, *Breaking the Broadcasting Monopoly*, v knjigi Denis Mc Quail and Karen Siune, *New Media Politics*, Sage, London, 1986, str. 127.

⁸ Vincent Mosco, *The Mythology of Telecommunications Deregulation*, Philadelphia, 1990, Vol. 4, št. 1.

mrežo, če bo ukinjena naročnina? Kaj pomeni za državni proračun odločitev, da nove, lokalne, »državljanse« RTV postaje ne plačajo varščine in niso odvisne od reklam? Vse to so samo dileme. Možno je, da se država tudi popolnoma izključi iz tega področja v ekonomskem pogledu.

Mit št. 2. Italijansko občinstvo je uporabnik »proizvodov« RTV sistema, ki je bil analiziran. Vendar to občinstvo med divjo deregulacijo ni imelo samo koristi, kot se pričakuje. Prav nasprotno: »Neobstojanje načrta za razdelitev frekvenc... je bilo brez dvoma glavni razlog za kaotično situacijo v preteklih letih; za interference vseh vrst; za velike in male zlorabe radijskih valov; za neenako obravnavanje različnih oddajalcev; za ogromna vlaganja, nujno potrebna za to, da se ohrani kolikor toliko kakovosten signal; in nazadnje, za nezmožnost, da italijanski državljani dobijo na svojih radijskih in TV sprejemnikih korektno signale, kakor jih imajo državljani v vseh drugih državah sveta.«⁹ K temu citatu ni potreben komentar.

Mit št. 3. Politika deregulacije v Italiji ni zmanjšala ekonomske koncentracije. Točno rečeno, prvotni državni monopol je bil zlomljen, toda pojavil se je dvopol. To spremembo potrjujejo dejstva. 1990. leta sta RAI in Fininvest (Berlusconi) prigrabila skupaj 90% prihodkov od reklam za RTV sistem v celi državi. Javna družba je v tem letu iztržila 1300 milijard lir. Njen glavni konkurent (Fininvest) je dobil 2300 milijard lir. Vse druge RTV postaje so imele od oglasnih storitev samo 200 milijard prihodkov. Pod takimi pogoji nihče ne more ovreči teze o dvopolu. Samo za primerjavo, kolikšen je ta »denarni kolač«, je treba povedati, da skupna omenjena vsota znaša 18–20% vseh izdatkov, danih za RTV oglase v državah članicah Sveta Evrope.¹⁰

Mit št. 4. Deregulacija v Italiji ni imela splošne podpore. O tem posredno govore naslednja dejstva oziroma pričajo o deljenih mnenjih »za« in »proti« ponovni regulaciji: »Zakon št. 223 je nastajal 14 let. Namenjenih mu je bilo 90 sej parlamenta. V zvezi z njim je bilo opravljenih 1500 glasovanj v poslanski zbornici in v senatu. Nekajkrat je bil povod za glasovanje o nezaupnici vladi, neka skupina ministrov pa je odšla iz vlade in s tem povzročila krizo kabineta.¹¹ Torej tudi politične sile niso bile enotne o vprašanju regulacije. Poleg političnih spopadov so bili spori tudi na znanstvenih konferencah, v medijih in v javnosti. V enem delu je bilo to tudi vprašanje opredelitve na zadnjih splošnih volitvah (april 1992).

Mit št. 5. Ali je deregulacija v resnici neizogibna? Ta članek bolj zanika kot potrjuje to pričakovanje. Proti podmeni o neizogibnosti deregulacije govori zgodovinski pregled. Najmanj, kar bi se o tem moralo reči, je, da bi bilo to podmeno treba nekoliko spremeniti. Deregulacija v smislu reprivatizacije in komercializacije RTV sistema nista niti nujna niti edina pot v reformo. Najnovejši trendi v Evropi kažejo, da so nedržavne RTV postaje lahko komunalne, podpirajo jih državljani itd., torej so nekomercialne.

Na koncu naj povem še svoj lastni sklep, ker bi se sicer ta članek lahko napačno razumel kot zavzemanje za ohranjanje državnih RTV monopolov povsod in za vsako ceno. Pravzaprav je možnosti nadaljnega razvoja RTV sistema mogoče ponazoriti v trikotniku. Prva točka bi lahko bila označena kot »državni centralizem«; druga kot »ekonomistični individualizem«. Italijanski primer kaže, kaj se zgodi, če se razvoj giba samo med tema dvema točkama... Menim, da

⁹ Roberto Zaccaria, op. cit. str. 1.

¹⁰ Lastna izračunavanja na podlagi več virov.

¹¹ Stefano Fontana, op. cit., str. 1.

nobena od njih ni izhodišče za prihodnji razvoj elektronskih medijev v industrijskih državah Evrope (vključno z Italijo). Zato opozarjam na tretjo točko – »na RTV sistem v službi civilne družbe« in njenih potreb. Kajti etatistični in komercialni koncept sta res alternativa regulaciji in sta odvisna od njenega uveljavljanja. Študij primera, ki smo ga prikazali, kaže, da imata oba modela globoko vgrajene pomanjkljivosti in omejitve. V bistvu je enostavno etatistični model preobraziti v komercialnega, toda zdravljenje neželenih posledic se mora potem opraviti z državnimi sredstvi in prisilo. Zato se vračamo k tretji točki v trikotniku možnosti. Scenarij njenih sprememb še ni povsem raziskan, vendar bi se moglo pričakovati, da bo prav to nova pot med klasičnimi rešitvami. Ta koncept zahteva, da se RTV mediji vrnejo v last civilne družbe, da bi bili pod nadzorom državljanov; da bi lahko predstavljali nove identitete in potrebe, ki izhajajo iz »avtonomnega življenja«. To je po našem mnenju smer, ki vodi v prihodnji razvoj, k resničnemu pluralizmu radiodifuznih medijev in napoveduje novo obliko njihove svobode.