

Nataša RUŽIĆ*

BUDUĆNOST JAVNOG SERVISA NA SAVREMENOM MEDIJSKOM TRŽIŠTU

Sažetak: Tridesetih godina XX vijeka teoretičari su vjerovali da je javni servis jedini medijski sistem koji će pružiti građanima objektivnu informaciju i kvalitetan program. Ali promjene na medijskom tržištu dovele su do značajnog odstupanja od modela za koji se zalagao John Reith.

Savremeni teoretičari nijesu baš optimistični kada je u pitanju budućnost javnog emitera. Međunarodne organizacije poput Savjeta Evrope i UNESCO-a i dalje ističu značaj javnog servisa za razvoj demokratije, dok autori kao što su Monroe Price, Marc Raboy, Vincenzo Zeno-Zencovich postavljaju pitanje da li je ovaj medijski sistem održiv.

Javni servisi širom svijeta suočeni su sa različitim problemima, kao što su politički pritisci, finansijski problemi, i prinuđeni su da se utrkuju sa komercijalnim emiterima za gledanost. U zemljama sa totalitarnim sistemima, kao i društvima sa prividnom demokratijom, transformacija državnih medija u javni servis nije ni uspjela. Da li će javni emiter uspjeti da preživi na savremenom tržištu? Kroz ovaj rad ćemo pokušati da odgovorimo na postavljeno pitanje.

Ključne riječi: *javni servis, opstanak, programski sadržaj, politički pritisci, finansiranje*

1. UVOD

Prvi medijski sistem u službi građana je osnovan u Britaniji 1926. godine, kada je *BBC* transformisan iz *British Broadcasting Company* u *British Broadcasting Corporation*. Pomenuta medijska kuća imala je za cilj da informiše istinito i pošteno, obrazuje i zabavi svoju publiku. Generalni direktor radija *BBC* John Reith, koji je zaslužan za pojavu prvog javnog servisa, tvrdio je da je osnovna funkcija ovog medija „da pruža nepristrasne informacije, na osnovu kojih bi građani mogli da donose odluke; da predstavlja izraz nacionalnog kon-

* Nataša Ružić, docent na Fakultetu političkih nauka, Univerzitet Crne Gore

senzusa u pitanjima morala i ukusa; da kvalitetu proizvoda uvijek daje prednost nad ostvarivanjem profita” [1].

Imajući u vidu nizak stepen medijskih sloboda u zemljama širom svijeta, manipulaciju i propagandu koju vrše mediji u skladu sa interesima vlasnika ili države, javni servis ima neprocjenjivu vrijednost na savremenom medijskom tržištu. Werner Rumphorst ističe značaj javnog servisa koji ima presudnu ulogu u informisanju građana, što je jedan od preduslova za razvoj demokratskog društva [2]. Međutim, nakon određenog vremena postalo je očigledno da ovaj model nije zaživio u praksi zbog pritiska kojima je izložen od strane vladajućih struktura i opozicije.

Osnovna hipoteza ovog rada je da odsustvo političke volje predstavlja ključni faktor koji koči razvoj javnog servisa kao medija u službi građana. Hipotezu ćemo pokušati dokazati kroz analizu funkcionisanja javnog servisa u Crnoj Gori. U cilju dokazivanja hipoteze intervjuisali smo članove Savjeta javnog emitera, kao i medijske eksperte koji su dobro upoznati sa problemima koji onemogućavaju normalno funkcionisanje *RTCG-a*.

Bez postojanja političke volje i podrške od strane države, javni servis nema budućnost. Tačnije, javni emiter će postojati samo formalno, ali javnost nema nikakve koristi od takvog medija. Da li je takav javni servis uopšte potreban društvu ili predstavlja bespotrebnu investiciju?

2. JAVNI SERVIS

Definicija javnog servisa je oduvijek izazivala nedoumice. Šta je to javni servis? Da li je javni servis medij u službi građana ili je to medij koji se finansira od strane građana? Nada Zgrabljčić-Rotar objašnjava da ne postoji standardna definicija kada je u pitanju javni servis, ali se izdvajaju tri struje koje na različite načine shvataju ovaj pojam. „Prva polazi od *javne koristi* i u tehničko-ekonomskom smislu tumači pojam javnog servisa u kontekstu zajedničke društvene koristi... Druga se struja zauzima za njegovanje pojma javni servis u smislu isticanja *javne sfere* ili *zajedništva*... Treći koncept polazi od pojmovna *slušatelj* i *slušateljstvo*, odnosno od pojma *publika* shvaćenog kao individualni konzument medija. U tom se konceptu javni servis definira kao *emitiranje u službi slušatelja/gledatelja*” [3].

UNESCO definiše javni servis kao „a meeting place where all citizens are welcome and considered equals. It is an information and education tool, accessible to all and meant for all, whatever their social or economic status” [4]. (Mjesto susreta na kojem su svi građani dobrodošli i imaju jednaki status. To

je alatka za informisanje i edukaciju koja je dostupna i namijenjena svima, bez obzira na njihov društveni ili ekonomski status.) Zgrabljic-Rotar smatra da se pod javnim servisom podrazumjeva zapravo medij koji finansira javnost putem pretplate, a svi ostali mediji su komercijalni. Teoretičari se ni dan-danas nijesu složili oko načina definisanja javnog servisa, ali evidentna je jedna zajednička karakteristika svim definicijama — *javni interes*.

Ukoliko su se modeli javnog emitera mijenjali prateći promjene na tržištu, sami principi na kojima počiva javni servis ostaju isti. Poređenjem načela Johna Reitha iz 30-ih godina XX vijeka i načela Stevena Barnetta i Davida Docherty iz 80-ih godina, dolazimo do zaključka da su gotovo identična. Reith je proglasio osam osnovnih načela na kojima počiva javni emiter: dostupnost svim građanima, univerzalnost plaćanja, kvalitetan program, medij koji zadovoljava različite ukuse, briga za marginalizovane grupe (manjine, djeca, osobe sa invaliditetom, siromašni slojevi stanovništva), promovisanje nacionalnog identiteta i zajedništva, potpuna nezavisnost od političkih uticaja, urednička sloboda [3].

Barnett i Docherty tumače da je rad javnog servisa zasnovan na sljedećim principima:

— „teritorijalna jedinstvenost — emitovani programi trebalo bi da budu dostupni celokupnom stanovništvu;

— opšta privlačnost — programi bi morali da zadovolje sve ukuse i interesovanja;

— jedinstven način plaćanja — barem jednu glavnu TV organizaciju morali bi jednako da plaćaju svi korisnici televizije;

— program bi morao da je oslobođen svih interesa, naročito interesa trenutne vlade;

— mediji bi morali da budu svesni svoje posebne veze sa osećanjem za nacionalni identitet i zajedništvo;

— manjine, naročito one ugrožene, morale bi da dobiju poseban tretman;

— program bi trebalo da je tako uređen da podstiče konkurenciju u stvaranju što boljih, a ne brojnijih emisija;

— opšte smernice emitovanja morale bi da deluju u pravcu oslobađanja, a ne ograničavanja onih koji stvaraju program” [5].

Iz gore izloženog možemo zaključiti da se principi na koje se oslanja javni emiter ne mijenjaju, ali se u praksi ne poštuju usljed značajnih promjena na tržištu. Javni servis je dužan da prati razvoj tehnologije i radi na podizanju stepena profesionalizma svog kadra, ali zapostavljanje pojedinih manjin-

skih grupa i osjetljivih kategorija stanovništva ne predstavlja modernizaciju, već nepoštovanje osnovnih načela modela javnog emitera. Programskim sadržajem savremenih javnih servisa nijesu obuhvaćeni interesi svih građana. Osim toga, u državama Zapadnog Balkana transformacija bivših državnih medija u javni servis prošla je neuspješno. Mediji koji nose epitet javnog emitera i dalje ostaju pod političkom kontrolom, finansijski su zavisni, dok je prilagođavanje novim pravilima na tržištu rezultiralo komercijalizacijom programskog sadržaja javnog servisa. Da li to znači da je javni servis već izgubio ili će izgubiti svoju funkciju?

Međunarodne organizacije kao što su UNESCO i Parlamentarna skupština Savjeta Evrope su prve pokušale podržati ovaj model kroz preporuke koje se tiču zakonske regulative, finansiranja, poslovanja javnog servisa. Preporuke su trebale da omoguće lakšu transformaciju državnih medija u javni servis, ali i pored napora međunarodnih organizacija problemi javnih emitera u zemljama Zapadnog Balkana ostaju nerješivi.

3. OPSTANAK JAVNOG SERVISA NA TRŽIŠTU U XXI VIJEKU

U XXI vijeku se postavlja pitanje — da li je model javnog servisa uopšte potreban medijskom tržištu? Očigledno je da je javni emiter usljed političkih pritisaka, finansijske zavisnosti i podložnosti procesu komercijalizacije zaboravio na interese građana i time izgubio svoju funkciju.

Prema Karolu Jakubowiczu, Savjet Evrope je odigrao najvažniju ulogu u pružanju zakonskog okvira javnom servisu usvojivši cijeli niz preporuka, deklaracija, rezolucija upućenih državama članicama EU. Tako je 1994. godine usvojena *Praška rezolucija*, a dvije godine nakon toga *Rezolucija Evropskog parlamenta*. *Praška rezolucija* je definisala javni servis kao sistem koji podržava vrijednosti jednog demokratskog društva, poštujući ljudska prava, kulturu i politički pluralizam. Prema ovoj rezoluciji, javni emiter pruža objektivnu informaciju, omogućava pluralizam mišljenja, socijalnu koheziju i integraciju pojedinaca, grupa i zajednica, daje glas manjinskim narodima, zabranjuje socijalnu, kulturnu, seksualnu, religijsku diskriminaciju. *Rezolucija Evropskog parlamenta* u suštini nameće identična pravila javnom servisu kao i *Praška rezolucija*.

Dva najvažnija problema koja su međusobno povezana i utiču na uređivačku politiku javnog servisa su politički pritisci i finansijska zavisnost. Prvi dokument koji se tiče finansiranja javnog servisa usvojen je 1997. godine, tzv. *Amsterdamski protokol*, dok su 2001. godine kroz dokument *State Aid rules to*

public service broadcasting (Pravila državne pomoći javnom emiteru) predložena su dva modela finansiranja. Prvi model podrazumjeva podršku države javnom servisu kroz javne fondove, a drugi omogućava kombinovani način finansiranja putem javnih fondova i komercijalnih aktivnosti [6]. Međutim, međunarodne organizacije su jedinstvene u stavu da najbolji model finansiranja javnog servisa predstavlja pretplata. Samo na takav način se može osigurati finansijska nezavisnost i stvoriti posebna konekcija sa publikom. U preporuci 1878 (2009) Parlamentarna skupština Savjeta Evrope savjetuje da se finansiranje javnog servisa uskladi sa nacionalnim osobenostima zemlje. Istovremeno, oni predlažu da se javni emiter finansira „naplatom fiksne dozvole za rad, porezima, državnim subvencijama, pretplatama, oglašavanjem i prihodima od sponzorisanja, naknadama za specijalizovane usluge kanala za koje se plaća pretplata i usluge na zahtev, prodajom srodnih proizvoda kao što su knjige, video-materijali ili filmovi i naknadama za korišćenje audio-vizuelnih arhiva” [7].

Preporuke Savjeta Evrope su rezultirale izmjenama medijskih zakona, ali usvojeni zakoni u većini zemalja nijesu implementirani u praksi. I pored svih preporuka u zemljama sa prividnom demokratijom država i dalje kontroliše javni servis. Ovo nije ništa novo jer je država pokušala uzeti pod svoje i prvi javni servis. Paradoksalno je da je lord Reith uspio odbraniti *BBC* od političara koji su željeli da kontrolišu javni servis još 1926. godine, dok danas, u vremenu kada neprekidno pričamo o slobodi i demokratiji, ovaj medij sve teže odolijeva pritiscima. *BBC* ima pred sobom težak zadatak jer od 2008. godine pokušava da se odbrani od političkih pritisaka koji se ogledaju u pokušaju kontrole načina finansiranja *BBC-ja*. U 2011. godini država je za potrebe javnog emitera, pravdajući se ekonomskom krizom, izdvojila 103 miliona funti (120 miliona eura) umjesto dotadašnjih 137 miliona funti (160 miliona eura). Ova odluka je rezultirala time da je *BBC* bio prinuđen na drastične mjere štednje, pa je generalni direktor *BBC-ja* Mark Tompson najavio otpuštanje 360 novinara i ukidanje 180 internet stranica [8]. Štaviše, Britanski parlament je u jednom trenutku poveo raspravu o ukidanju pretplate *BBC-ju*.

Nezavisnost javnog servisa se može garantovati samo na dva načina: stabilnim prihodima i nezavisnim organima uprave. Javni emiteri nemaju stabilne prihode jer zavise od budžeta koji je podložan izmjenama usljed ekonomske krize. Oglašivači su takođe zapali u ekonomsku krizu, što se reflektovalo i na medije. U suštini, javni servis nema dovoljno novčanih sredstava za razvoj, već se iz godine u godinu bori za preživljavanje.

Svojevrstu garanciju nezavisnosti predstavlja savjet, koji ima zadatak da spriječi političke pritiske na javni servis. Međutim, vlast pokušava da se miješa i u rad organa uprave prilikom imenovanja generalnog direktora i savjeta. Upravo iz tog razloga Parlamentarna skupština Savjeta Evrope preporučuje da se u procesu imenovanja treba rukovoditi sljedećim pravilima:

- „postoje jasni kriterijumi za imenovanja koja su ograničena i u direktnoj su vezi sa ulogom i ovlašćenjima javnih medijskih servisa;
- imenovanja se ne mogu koristiti za ostvarivanje političkog ili drugog uticaja za rad javnih medijskih servisa;
- imenovanja se vrše na tačno određen mandat koji je moguće uskratiti samo u ograničenim i pravno definisanim okolnostima;
- u skladu sa standardima Savjeta Evrope, zastupljenost muškaraca i žena u tijelima odlučivanja treba da bude uravnotežena” [7].

Od javnih emitera se očekuje da se prilagode novim pravilima na tržištu, odnosno da podlegnu procesu komercijalizacije. Da li će komercijalizacija programa dovesti do toga da javni servis izgubi svoju ulogu, a i publiku? Sudeći po programskom sadržaju, javni servis je već izgubio svoju ulogu, jer se program javnog emitera u nijansama razlikuje od komercijalnog.

Još 2002. godine Monroe Price i Mark Raboy postavljaju pitanje opstanaka javnog servisa u budućnosti usljed razvoja novih tehnologija i osipanja publike. „Javni servisi će sve više morati da se nadmeću sa stotinama novih televizijskih kanala, koji će osipati gledanost medija javnog servisa i tako neminovno podrivati njihovu legitimnost. Svet koji je omogućavao cvetanje javne radio-dufizije nestaje. Hoće li javni servis preživjeti?” [9] Među teoretičarima ima i onih koji smatraju da je javni servis skupa igračka i da treba razmotriti nove načine njegovog funkcionisanja, a samim tim i uštedjeti novac pretplatnika. Vincenzo Zeno Zencovich u radu „Does Public Service Broadcasting make sense in the internet age”¹ predlaže da se novac poreskih obveznika iskoristi za ulaganje u zdravstveni i obrazovni sistem, a ne za finansiranje javnog servisa. U prilog tome navodi činjenicu da u trenutku kada je usvojen *Amsterdamski protokol* tehnologija nije bila toliko razvijena, stoga je danas mnogo racionalnije napraviti portal javnog servisa, a ne televiziju [10].

Karol Jakubowicz u radu „Public service broadcasting: a new beginning, or the beginning of the end?”² tvrdi da javni emiter može opstati ukoliko se

¹ „Postoji li potreba za javnim servisom u digitalnom dobu?”

² „Javni servis: novi početak ili početak kraja?”

prilagodi savremenom tržištu. Bivši potpredsjednik EBU dijeli mišljenje Jakubowicza: „Iskreno rečeno i sam sistem javnog servisa je tvorevina iz prošlosti, koja ako se neće prilagoditi novim modalitetima i pristupima logično će izumrijeti, jer će liberalni tržišni odnos onemogućiti takav javni servis u budućnosti” [11].

Savremeni javni servisi sve češće zalaze na polje komercijalnih emitera, dok su pojedini komercijalni mediji preuzeli ulogu javnog servisa. BBC kao javni servis na svojim portalima nije se uspio oduprijeti sadržajima koje pružaju i komercijalni emiteri, pa su 2011. godine najavili promjene u programskom sadržaju. Tačnije, publika će na veb-stranicama naći više sadržaja koji se tiču kulture, umjetnosti i naučnog programa, a manje o sportu, šou-biznisu i poznatim ličnostima. U Hrvatskoj javni servis je otišao korak dalje u trci za gledanošću, pa je u maju 2015. godine najavio uvođenje erotske emisije, pravdajući se interesovanjem građana [12]. Ovakva drastična odstupanja od prvobitne zamisli modela javnog servisa rezultiraće postepenom transformacijom ovog u komercijalnog emitera.

4. JAVNI SERVIS U CRNOJ GORI

Još 2002. godine Crna Gora je transformacijom nekadašnjeg državnog medija RTCG dobila javni servis. Međutim, RTCG ni nakon 14 godina nije postao medij u službi građana. S jedne strane, prema istraživanjima javnog mnjenja javni servis zauzima drugu poziciju po stepenu povjerenja građana, kao i po gledanosti, a s druge, opozicioni političari konstantno kritikuju rad javnog emitera.

Istraživanje CEDEM-a iz 2012. godine pokazuje da građani imaju najveće povjerenje u *TV Vijesti*, a drugu poziciju zauzima javni servis. Čak 51,7 odsto ispitanika uglavnom vjeruje informacijama koje plasira prvi kanal *TVCG*, dok 11,9 odsto uopšte ne vjeruju *TVCG* 1.

Tabela 1. Povjerenje u javni servis

	Gotovo ništa ne vjerujem	Uglavnom ne vjerujem	Uglavnom vjerujem	Vjerujem u velikoj mjeri
TV CG I	11,9%	23,6%	51,7%	12,8%
TV CG II	13,0%	32,8%	43,2%	11,0%

Izvor: www.cedem.me

U posljednje tri godine javni servis na crnogorskom tržištu zauzima stabilnu drugu poziciju i po gledanosti. Istraživanjem CEDEM-a iz 2012. go-

dine utvrđeno je da prvi program *TVCG* redovno prate 24,9 odsto građana, a drugi 14,9 odsto. Istraživanja gledanosti često se osporavaju od strane komercijalnih emitera.

Tabela 2. Rejting gledanosti u 2012. godini

	Nikada ne gledam	Gledam rijetko	Gledam ponekad	Gledam redovno	Gledam svakodnevno
TV CG I	12,3%	16,6%	30,1%	24,9%	16,1%
TV CG II	13,3%	26,6%	33,8%	14,9%	11,4%

Izvor: www.cedem.me

Istraživanjem IPSOS Strategic Marketinga koje je sprovedeno u periodu od 9. do 15. decembra 2013. godine dolazimo do identičnih rezultata. Prvu poziciju po gledanosti zauzima *TV Pink*, a na drugom mjestu je *RTCG*³ [13].

Crnogorski javni servis radi u teškim ekonomskim uslovima iz nekoliko razloga: politički pritisci i finansijska zavisnost, što se odražava i na tehnološku opremljenost. Politički pritisci su usko povezani sa finansijskom zavisnošću javnog servisa. Pritisci su vidljivi i kroz imenovanje generalnog direktora, članova Savjeta *RTCG*.⁴ Oni se ogledaju u tome da članove Savjeta javnog servisa imenuje i razrešava Skupština prema članu 27 *Zakona o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore*. Jedan od sagovornika iz državne institucije smatra da su politički pritisci i te kako prisutni na crnogorskom javnom servisu i ogledaju se u sljedećem: „Oni biraju i razrješavaju Savjet *RTCG*, finansiraju rad javnog servisa kroz budžet koji usvaja parlament na predlog Vlade, definišu normativni okvir za sve ostale aspekte rada javnog servisa (tržište, socijalna politika i sl.) i u praksi pokazuju visok stepen međusobne povezanosti. Na primjer, jedan od prethodnih direktora *RTV Crne Gore* postao je ambasador Crne Gore na Kosovu. To je visoka politička funkcija, a u zemljama u tranziciji posebno, one se dodjeljuju ljudima koji se ne mogu smatrati neutralnima i partijiski neangažovanim” [14].

Još jedna vrsta političkog pritiska se ogleda u tome što je Parlament tek nakon gotovo dvije godine usvojio izmjene *Zakona o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore*, kojim se predlaže nov način finansiranja javnog servisa.

³ <http://portalanalitika.me/clanak/130802/ipsos-tv-pink-najgledaniji-rast-rejtinga-rtcg-pad-tv-vijesti>

⁴ Upravljanje i rukovođenje *RTCG* je propisano *Zakonom o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore* (član 20 do člana 54).

Prema članu 16 *Zakona o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore* iz 2008. godine, država se obavezuje da izdvaja 1,20 odsto iz budžeta na godišnjem nivou u cilju finansiranja *RTCG-a*. Ali u oktobru 2014. godine Ministarstvo kulture je pokrenulo javnu raspravu o izmjenama *Zakona o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore*. Nacrtom je predviđena izmjena člana 16 stav 1 koji bi glasio: „Iz budžeta Crne Gore za ostvarivanje osnovne djelatnosti *RTCG* preusmjeravaju se sredstva na godišnjem nivou u visini od 0,3 odsto BDP (bruto domaćeg proizvoda), čiju procjenu utvrđuje Vlada usvajanjem smjernica makroekonomske i fiskalne politike” [15]. Od oktobra 2014. do jula 2016. godine Skupština nije mogla da usvoji izmjene *Zakona* jer su bile blokirane od strane opozicionih partija.

Finansijska zavisnost se odražava na uređivačku politiku, jer je opstanak javnog servisa u rukama države. Prema članu 15 *Zakona o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore* iz 2008. godine, javni servis se finansirao na sljedeći način:

- „1) iz dijela opštih prihoda budžeta Crne Gore;
- 2) proizvodnjom i emitovanjem reklamnih sadržaja;
- 3) proizvodnjom i prodajom audiovizuelnih djela (emisija, filmova, serija i dr.) i nosača zvuka i slike, koji su u interesu javnosti;
- 4) iz sponzorstva programskih sadržaja;
- 5) organizovanjem koncerata i drugih priredbi;
- 6) iz budžeta Crne Gore;
- 7) iz drugih izvora, u skladu sa zakonom” [16].

Tabela 3. Prihodi javnog servisa od 2012. do 2015. godine

Prihodi	Budžet	Ministarstvo kulture	Marketing	Ostali prihodi
2012.	7.270.335	400.000	1.500.000	461.265
2013.	7.198.449	200.000	1.400.000	350.000
2014.	7.767.440	285.000	1.400.000	360.000
2015.	12.600.000*	150.000	1.400.000	350.000

Izvor: www.rtcg.me

* Dodatnih 100.000 eura su namjenjeni za troškove digitalizacije.

Kao što se vidi iz date tabele, najveći dio novčanih sredstava javni servis dobija od države. Osim toga, država je preuzela na sebe troškove finansiranja procesa digitalizacije *RTCG*. U 2015. godini država je izdvojila za troškove digitalizacije javnog servisa dodatnih 100.000 eura, a u 2016. godini tri miliona. Na takav način opstanak javnog servisa, kao i proces digitalizacije u potpunosti zavise od države. Nove izmjene *Zakona o javnim radio-difuznim servi-*

sima Crne Gore rezultiraće djelimičnom nezavisnošću javnog servisa, ali prema riječima generalnog direktora Rada Vojvodića, ni ova sredstva neće biti dovoljna za normalno funkcionisanje *RTCG-a*.

Od javnog servisa se očekuje da se prilagođava i prati promjene na savremenom tržištu. Da li je tako nešto moguće očekivati od javnog emitera koji koristi opremu iz 1984. godine? Jedna od naših sagovornica je opisala probleme koji nastaju prilikom emitovanja programa na *RTCG-a*. „Dnevnik javnog servisa je dva puta kasnio, jer su imali strujne udare. A zašto stvari ne funkcionišu? Zato što koriste stari agregat koji radi na naftu, a ljudi se nijesu angažovali i spremili ga za takve vanredne situacije” [17]. I generalni direktor Rade Vojvodić otvoreno govori o finansijskim i tehnološkim problemima *RTCG-a*, dok rukovodilac sektora tehnike Dejan Vujović poredi crnogorski javni servis sa servisima u Africi. „Puno komuniciram sa svojim kolegama iz svijeta, mi smo jedan od tehnološki najnerazvijenijih javnih servisa, ne u Evropi, već u svijetu. Po mojim informacijama postoji nekoliko država u Africi koje imaju manje razvijen javni servis i to zahvaljujući nemirima koji su se tamo desili i uništavanju opreme. Zahvaljujući tome nijesmo na samom dnu” [18].

RTCG je predmet rasprava i kritika, između ostalog, i zbog programskog sadržaja. Obaveze javnog servisa u pogledu programskog sadržaja su precizno definisane članom 9 *Zakona o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore*, kao i članom 74 *Zakona o elektronskim medijima*. Uvidom u programsko-produkcioni plan *TVCG* za 2015. godinu, možemo uvidjeti da u programskoj šemi preovlađuje informativni program (50%), filmski i serijski (27%), te sportski (12%). Mnogo manje pažnje je posvećeno dokumentarnom (2%), programu za manjine (2%), naučno-obrazovnom (1%) [19]. Upravo iz tog razloga program javnog emitera je kritikovan od strane pojedinih članova Savjeta *RTCG*, kao i opozicionih medija. Oni izražavaju nezadovoljstvo zbog emitovanja turskih serijala na javnom servisu, kupovine prava na prenos Olimpijskih igara, Evropskog prvenstva. „Javni servis je u zabrinjavajućoj mjeri komercijalizovan, zato što svi sadržaji koji su komercijalnog karaktera imaju prednost nad onim što bi bio primarni zadatak i posao javnog servisa. Kad malo bolje pogledamo mi imamo na javnom servisu dominantno sport, serijski filmski program i imamo kvazinformativni program” [20].

S jedne strane, nijednoj zemlji nije potreban javni servis koji neće biti gledan, a s druge — očigledno je da komercijalizacijom programa postoji opasnost da će javni emiter ući na polje komercijalnog. Iz finansijskih planova postaje evidentno da crnogorski javni servis izdvaja ogromna novčana sredstva

na kupovinu filmova i prava na emitovanje sportskog programa. Prema finansijskom planu za 2012. godinu, RTCG se spremao da potroši 500.000 eura za kupovinu sportskog programa (Evropsko prvenstvo u fudbalu, Liga šampiona i II faza Lige šampiona), 300.000 eura za kupovinu filmskog programa i 50.000 eura za „Pjesmu Evrovizije” [21]. U 2013. godini javni servis je morao da smanji troškove kupovine sportskih TV prava, ali je potrošeno 600.000 eura na troškove po potpisanim ugovorima za prenos Lige šampiona, Lige Evrope, Olimpijskih igara u Sočiju i Rijuu. U finansijskom planu za 2013. godinu navodi se da: „smanjenje troškova za emitovanje sportskih događaja i kupovine tv prava za prikazivanje popularnih serija i filmova, značajno bi uticalo na trend gledanosti programa RTCG” [22]. Ovo nam samo svjedoči da je javni emiter svjestan da zauzima drugu poziciju po gledanosti zbog emitovanja ekskluzivnih sportskih programa, kao i popularnih serijala, a ne zbog kvalitetnog programa u sopstvenoj produkciji. U 2014. godini javni servis je prenosio Svjetsko prvenstvo u fudbalu, Zimske olimpijske igre u Rusiji, kvalifikacione utakmice Crne Gore za Evropsko prvenstvo u fudbalu, tenis itd. U 2015. godini RTCG je potrošio 700.000 eura na troškove emitovanja sportskog programa [23].

Javni servis objašnjava da je dužan da kupuje ekskluzivni sportski program zbog prenosa utakmica u kojima učestvuje crnogorska reprezentacija. Međutim, kojim kriterijumima se rukovodio RTCG pri donošenju odluke o emitovanju turskog serijala *Sulejman veličanstveni*? Mišljenja intervjuisanih o ulasku crnogorskog javnog servisa na tržište komercijalnog emitera su podijeljena. Bivši potpredsjednik EBU smatra da se pomenuta serija može emitovati na javnom emiteru. „Iz nje saznajemo puno podataka o Otomanskoj imperiji koje nijesmo znali. To je bila jedna civilizacija, posebne vrste. Mislim da je u mnogim ljudima stvorila neki drugi odnos prema toj imperiji, pozitivan sa svim ograničenjima. Dakle i takve stvari mora javni servis da emituje” [11]. S druge strane, medijski ekspert u Crnoj Gori objašnjava da bi javni emiter mogao na drugačiji način prikazati takav sadržaj. „Javni servis može da emituje i *Sulejmana Veličanstvenog*, ali bih ja očekivao od javnog servisa da onda uz taj serijal ima recimo seriju panela na kojima će iz različitih perspektiva govoriti o uticaju Otomanske imperije na Balkan, na Crnu Goru, i da ima i tu edukativnu, a ne samo zabavljачku funkciju” [24].

ZAKLJUČAK

Na osnovu svega možemo zaključiti da je Crna Gora 2002. godine formalno dobila javni servis usvojivši odličan zakonodavni okvir, ali u praksi ovaj

model još uvijek nije primjenjiv na našem tržištu. Brojni faktori ekonomske i tehničke prirode koče razvoj javnog emitera, a gotovo svi su u direktnoj vezi sa političkim pritiscima.

Ne treba zaboraviti da vrijednost i potreba za javnim servisom na današnjem tržištu rastu, jer građani sve manje vjeruju medijima i svjesni su manipulacije i moći medija. U takvoj situaciji javni emiter je jedini medij koji i dalje ima obavezu da osigura građanima objektivnu informaciju o dešavanjima u zemlji i svijetu. Ali svjesni smo da javni servisi ne mogu samostalno da se izbore sa pritiscima. S jedne strane, *RTCG* je od strane opozicije i dijela javnosti dobio epitet državnog servisa, a s druge, sama opozicija pokušava da preuzme kontrolu nad javnim emiterom. U aprilu 2016. godine predstavnici opozicionih partija su ucijenili vlast da neće potpisati *Sporazum o stvaranju uslova za fer i slobodne izbore* dok direktorica *TVCG* Radojka Rutović ne podnese ostavku. Ova činjenica nam potvrđuje značaj *RTCG* koji se našao u fokusu političkih igara i postao predmet političkih ucjena.

Nema sumnje da javni servis ima ogromnu ulogu na malim tržištima. Značaj javnog emitera na tržištima poput crnogorskog objašnjava šef delegacije EU u Crnoj Gori Mitja Drobnič: „Što je država manja, važnija je uloga javnog servisa, zato što je poznato da komercijalni mediji ne obavljaju zadatke koje treba da obavlja javni servis i tu su napravljeni određeni koraci naprijed” [25].

Javni servis koji je u finansijskom smislu zavisian od države ne može voditi računa o interesima građana. Još u *Amsterdamskom protokolu* je zapisano da javni emiter mora imati stabilne, proporcionalne prihode koji bi mu omogućavali nezavisnost, jer samo na takav način može ispuniti svoju misiju. Crnogorski javni servis i dalje finansijski zavisi od države, što otežava njegov rad i ispunjenje obaveze prema građanima.

Na osnovu svega možemo zaključiti da su osnovni preduslovi za uspješan rad javnog emitera politička i finansijska nezavisnost, rukovodstvo sa odličnim menadžerskim sposobnostima i profesionalan kadar. Nema sumnje da je javni servis napravio pomak u pojedinim segmentima zahvaljujući novoj upravi, ali i dalje je *RTCG* u fazi rješavanja brojnih problema koji mu otežavaju rad po modelu javnog servisa.

LITERATURA

- [1] Berg, de Hjugo: *Istraživačko novinarstvo*. Beograd: Clio, 2007.
- [2] Rumphorst, Werner: *Public Service Broadcasting — Model law*. Podgorica: Agencija za elektronske medije, 2007.
- [3] Zgrabljčić-Rotar, Nada: *Radio mit i informacija, dijalog i demokratija*. Zagreb: Golden Marketing — Tehnička knjiga, 2007.
- [4] UNESCO: *Public broadcasting: Why, how?* Paris: UNESCO, 2001.
- [5] Kvin, Dejvid: *Televizija*. Beograd: Clio, 2000.
- [6] Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting. Official Journal of the European Union 2009/C 257/01, unos na: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52009XC1027\(01\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52009XC1027(01)) (05. 11. 2015)
- [7] *Zbornik odabranih pravnih instrumenata Saveta Evrope u vezi sa medijima 2007–2014* (ur. M. Stojanović). Beograd: Savet Evrope, 2015.
- [8] Tanjug. BBC ukida internet stranice i otpušta 360 radnika. *Moje vijesti*, unos na: <http://www.mojportal.ba/novost/69800/bbc-ukida-internet-stranice-i-otpusta-360-radnika> (05. 11. 2015)
- [9] Radio-difuzija javnog servisa u tranziciji (ur. Prajs i Reboj). Beograd, Samizdat B 92, 2002.
- [10] Zeno Zenovich Vincenzo. Does Public Service Broadcasting make sense in internet age? — *Journal Media Law* 4(2). Hart Publishing Ltd, 2012.
- [11] Intervju sa bivšim potpredsjednikom EBU (MNE 01).
- [12] Tanjug, Hrvatski javni servis uvodi erotske emisije, *Blic*, unos na: <http://www.blic.rs/Vesti/Svet/562597/Hrvatski-javni-servis-uvodi-erotske-emisije> (05. 11. 2015)
- [13] IPSOS: TV Pink najgledaniji, rast rejtinga RTCG, pad TV Vijesti, *Portal analitika*, unos na: <http://portalanalitika.me/clanak/130802/ipsos-tv-pink-najgledaniji-rast-rejtinga-rtcg-pad-tv-vijesti>
- [14] Intervju sa predstavnikom državne institucije (MNE 05).
- [15] *Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore*, unos na: [file:///C:/Users/user/Downloads/8_91_27_11_2014%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/8_91_27_11_2014%20(1).pdf) (05. 11. 2015).
- [16] *Zakon o javnim radio-difuznim servisima Crne Gore*. Službeni list br. 79/2008 od 23. 12. 2008.
- [17] Intervju sa urednikom jednog od komercijalnih emitera (MNE 02).
- [18] Mališić Maša, „Tehnika RTCG po afričkom standardu”, *RTCG*. unos na: <http://www.rtcg.me/vijesti/drustvo/64025/tehnika-rtcg-po-africkom-standardu.html> (04. 11. 2015)
- [19] Programsko-produkcionni plan Televizije Crne Gore za 2015. godinu. unos na: <http://www.rtcg.me/sw4i/download/files/article/Programskoprodukcionni%20plan%20za%202015%20finalx.pdf?id=429> (05. 11. 2015)
- [20] Intervju sa članom Savjeta RTCG (MNE 03).
- [21] Finansijski plan RTCG za 2012. godinu, unos na: file:///C:/Users/user/Downloads/Finansijski_plan_2012.pdf (05. 11. 2015)

- [22] Finansijski plan RTCG za 2013. godinu, unos na: <file:///C:/Users/user/Downloads/FINAN.PLAN%202013.pdf> (05. 11. 2015)
- [23] Finansijski plan RTCG za 2015. godinu, unos na: <http://www.rtcg.me/sw4i/download/files/article/FinansijskiPlan2015.pdf?id=474> (05. 11. 2015)
- [24] Intervju sa medijskim ekspertom (MNE 04).
- [25] Dnevne novine, „EK nije ocjenjivala rad RTCG”. *Dnevne novine*, godina V, broj 1304, 13. 11. 2015.

Nataša RUŽIĆ

THE FUTURE OF PUBLIC SERVICE BROADCASTING ON MEDIA MARKET

Summary

In the thirties of the twentieth century theorists believed that the public service is the only media system which will provide citizens with objective information and quality program. However, changes in the media market have led to significant deviations from the model advocated by John Reith.

Contemporary theorists are not very optimistic about the future of public service. International organizations such as the Council of Europe and UNESCO continue to emphasize the importance of public service for the development of democracy, while the authors Monroe Mark Price, Raboy, Vincenzo Zeno-Zencovich question whether this media system is viable.

Public service broadcasters all over the world are faced with various problems such as political pressures and financial issues, and are forced to compete with commercial broadcasters for ratings. In countries with totalitarian systems, and in societies where only illusory democracy operates, transformation of state-owned media into public service broadcasters did not succeed. Will the public service broadcasters manage to survive in today's market? We will try to answer that question through this paper.

Key words: public service, survival, program content, political pressures, funding