

## Osvrt urednika

### TELEVIZIJE U JUGOISTOČNOJ EVROPI - TRNOVIT PUT DO PROFESIONALNOG I INTERESNO RELEVANTNOG SADRŽAJA

Radenko Udovičić

#### Slučaj Bosne i Hercegovine: Televizija zvana čežnja

Jedne zimske večeri ratne 1993. godine, koja se smatra najtežim periodom opsjednutog Sarajeva, uživao sam u naizgled jednostavnoj činjenici da imam struju u stanu. Ovakva «čast» se običnim domaćinstvima ukazivala jednom u 10 dana u kontinuitetu od pet do šest sati. Razrušena distributivna elektro mreža i činjenica da je značajan dio proizvodnih elektro-energetskih kapaciteta bio pod kontrolom srpske vojske, električnu energiju je svrstavalo, uz naftu i pitku vodu, najznačajnim izvorom života (i rata). Kontinuirano snabdjevanje strujom imale su samo još državne institucije, vojni štabovi i, naravno, malobrojni mediji koji su funkcionisali u gradu. Iako sam radio na jednom privatnom radiju, te mi pristup informacijama i struji nije bio dalek, poseban gušt mi je bio da u kućnoj atmosferi pogledam televiziju. Imao sam šta vidjeti. Na jednoj od dvije televizije koje su emitovale unutar sarajevskog obruča, gledao sam kombinovani prenos dvije *top* utakmice Lige šampiona u fudbalu, a odmah potom film Bodyguard sa Kevinom Costnerom i Whitney Houston, koji je u isto vrijeme punio kina mirnodopskog svijeta. Dakako, sve je to emitovano bez otkupljenih autorskih prava, ali u vrtlogu rata kada su u gradu dnevno ginule na desetine ljudi, spravljanje ovakvog programa je bio najmanji mogući prekršaj. Nešto prije toga na državnoj televiziji sam pogledao centralni Dnevnik državne TV BiH, koji je s obzrom na uslove rada, bio izuzetno sadržajan. Otvara ga nekoliko priloga iz Sarajeva sa prvih linija fronte i prilozima o aktivnostima državnih organa vezano za kalkulacije hoće li otpočeti još jedan u nizu mirovanih pregovara, slijede telefonski izvještaji lokalnih dopisnika širom BiH pod bošnjačkom kontrolom te znanih i nezvanih dopisnika, ili bolje rečeno, izbjegica u inostranstvu (New York, Paris, Zagreb, London) koji su kalkulirali ko će i kako pomoći Bosnu.

Slobodan ću biti i konstatovati da su stanovnici BiH imali relativno raznovrsan, i ako se izuzmu elementi propagande u informativnim emisijama, sadržajan program. Problem je bio samo u tome što ga većina građana, posebno u Sarajevu, nije mogla gledati. Televizija je bila možda i najizraženiji objekt želje za normalnim životom, bijeg iz ratnih strahota, zime, žeđi, gladi na stadion Camp Nou ili u američki glamur. «Ovo mi je najbolja noć u zadnjoj godini, cijelo vrijeme smo gledali filmove», rekao mi je tada jedan komšija. Iz sadašnje perspektive, izjava pokazuje redukciju života u ratu, ali i moć televizije. Gotovo nikada u ratu nisam čuo da je neko najboljom noći u godini proglasio onu kada je imao razovrsnu trpezu, dosta cigara i pića, dobar seks ili, noć kada nisu padale granate.

Godine nakon rata donijele su neobično discipliniranje medija u BiH. Stav međunarodne zajednice, koja je suštinski vršila protektorat nad BiH, bio je da su mediji značajno doprinjeli generisanju rata te da nastavak njihovog zapaljivog izvještavanja,

posebno uz upotrebu jezika mržnje, može itekako da odmogne u naporima za stabilizacijom zemlje. Međunarodna zajednica je uložila ogromna sredstva da putem medija, posebno RTV, utiče na stvaranje demokratske atmosfere u zemlji. Ali je medijska inficiranost ratnohušakačkim rječnikom i nepovjerenjem bila prevelika da bi se za kratko vrijeme mogli postići veći rezultati. Dio odgovornosti za manje efekte od onih koji su se očekivali bio je i u kampanjskom metodu rada i nedovoljnom osloncu na domaće (lokalne resurse). U svakom slučaju naponi su imali plemenit cilj – razbijanje komunikacionih blokada, pokrivanje cijele BiH, balansirana informacija i širenje povjerenja među ljudima.

Međunarodna zajednica u jednom trenutku nije prezala od toga da se čak i oružano obračuna sa nepodobnim medijima. Srpska radio televizija, koja je emitovala iz dva studija – Pale i Banja Luka, tokom 1997. godine krenula je u agresivnu kampanju protiv međunarodne zajednice, ali i protiv duha mirovnog sporazuma, aktivirajući ponovo ratno hušakački rječnik. Pod uticajem političkih promjena u Republici Srpskoj (odcjepljenje predsjednice Biljane Plavšić od režima na Palama), studio Banja Luka se izdvojio. SFOR je u septembru 1997, poslije više upozorenja uredništvu i osnivaču RTV Srpska, preuzeo predajnike pod svoju kontrolu i tako praktički ukinuo program iz studija Pale. Sa ovim postupkom Visoki predstavnik je ustvari započeo da primjenjuje svoja nova ovlaštenja u oblasti medija. Ova nepopularna mjera se pokazala efikasnijom nego sve druge medijske i političke akcije koje su poduzimane. Medijska situacija se nakon toga počela da mijenja u pozitivnom pravcu. Međutim, duboko usađeni maniri poslušnosti prema vlastima kod svih državnih televizija u BiH stavili su ih u potpuno odan položaj prema tadašnjim aktuelnim vlastima.

Proces transformacija državnih televizija u javni servis počeo je 1998. godine. Od 2002. emituje PBS BiH (danas BHT), zajednička javna televizija za cijelu BiH. Međunarodna zajednica i dio domaćih entuzijasta su uspjeli da slomi brojne parcijalističke i nacionalističke pokušaje držanja najmoćnijeg medija pod svojim okriljima. U moru problema sa kojima se susreće, bosanskohercegovačka javna televizija se ponaša relativno nezavisno i pokušava da balansira između dijametralno suprostavljenih političkih i etničkih pogleda koji vladaju u BiH.

### **Jugoistočna Evropa: od služenja državi do služenja javnosti**

Za razliku od BiH, u ostalim zemljama jugoistočne Evrope državne radio i tv stanice imale su više ili manje sličan put tranzicije u javne servise. Nakon pada jednopartijskih režima, nacionalne radio televizije postale su jedna od najznačajnijih osnova za izgradnju državnog identiteta i očuvanje nacionalnih interesa. Nedemokratski režimi su takvu poziciju radija i televizije koristili za učvršćivanje svoje vlasti, a u oružanim i političkim sukobima nekih susjednih zemalja, televizija posebno, postala je propagandno oružje i raspirivač mržnje.

Demokratizovanjem društava u ovim zemljama, i uz veliku asistenciju i pomoć evropskih institucija, otvoren je proces pretvaranja državnih radio i tv stanica u javne servise i on je donošenjem odgovarajućih zakona formalno završen. Zakoni su definisali da javni servis mora da prezentira svu pluralnost javnih interesa i ustanovili regule koje garantuju da će ovi mediji biti nezavisni u svom profesionalnom radu i izvan političkih

pritisaka vlasti. Ipak, od zakona do uspješnog javnog servisa je težak put. U nekim zemljama vlasti i dalje nastoje da umanje javnu funkciju radio televizije i da je podvrgavaju svojim trenutnim političkim interesima. Istovremeno, novinari i drugi stvaraoci televizijskog i radio programa ne uspijevaju da karakter i strukturu programa u potpunosti artikulišu mnoštvom javnih interesa. Utisak je da se miješa stara praksa sa novim iskoracima.

Polazište postojanja javnih RTV stanica je da se najrazličitiji interesi, dakle javnosti, najbolje ogledaju u neprofitnom, nekomercijalnom javnom servisu. Evropski parlament je 1990. godine usvojio rezoluciju kojom se podržava javni radiodifuzni servis kao «pomoć informisanom građanstvu» i «agens predstavničkog pluralizma», sa obavezom da «održava i podržava kulture evropskih nacija i regiona», da «služi interesima manjina» i «podstiče razumijevanje neevropskih kultura i etničkih grupa prisutnih u uniji<sup>1</sup>.

Definicija radiodifuzije javnog servisa obično obuhvata sljedeće karakteristike:

- univerzalna usluga dostupna svakome bez obzira na prihode ili geografsku lokaciju;
- težnja ka izbalansiranom programu i izbalansiranim satnicama koje obuhvataju različite programske žanrove;
- izbalansiran i nepristasan politički program; i
- izvjestan stepen finansijske nezavisnosti i od državnih i komercijalnih tijela<sup>2</sup>

No pored javnih servisa, koji u tranzicijskim društvima trebaju da imaju veliku društvenu ulogu i istinski ispunjavanju imanentne funkcije medija, širom regiona jugoistočne Evrope razvile su se snažne i kreativne komercijalne televizije. Neke od njih su već sustigle po kvalitetu i kvantitetu informativnih emisija javne televizije i čini se da tradicionalna informativna razlika između javnih i komercijalnih medija sve više blijedi. Jedan od razloga ovog projekta, odnosno analize, je upravo detektovanje državnih javnih interesa i posmatranja odnosa javnih i komercijalnih televizija prema njima. Medijski analitičari već ističu da javni emiteri sve više prestaju da budu «javni», a komercijalni da imaju sve više karakteristika ozbiljnih medija sa raznovrsnim i vjerodostojnim informacijama. No i za jedne i za druge zajednička je borba za ekonomski kolač, jer u značajnom dijelu jugoistočne Evrope obavezna TV taksa zbog slabe naplativosti nije dovoljna za ozbiljnu TV produkciju. Ne treba da čudi što tržište sve više ovladava medijima i što su oni za odnose sa javnošću već odavno najprivlačnije polje. Medije kontrolišu kombinacija privatnog vlasništva, reklamnih moćnika, elitnih izvora, pritiska države i kulturne dominacije<sup>3</sup>. Analize iz različitih zemalja pokazaće koliko je to tačno.

Televizija je nesumnjivo najuticajniji medij. TV dnevnik je najgledaniji informativni program. On je najbolji pokazatelj da se vidi kako se televizijskim putem javni interesi prenose do javnosti, kako se napušta propagandna uloga i primjenjuju nove izražajne forme koje javnoj televiziji treba da osiguraju veliku gledanost i konkurentnost u eteru.

---

<sup>1</sup> BRIGGS, A., COBLEY, P. (2005): *Uvod u studije medija 353 (Silvia Harvi)*, Beograd: Clio

<sup>2</sup> KUHN, A. (1984): *Public Versus Private: The Case Of Indecency an Obsenity 4*, Leisure Studies 3

<sup>3</sup> BRIGGS, A., COBLEY, P. (2005): *Uvod u studije medija 141 (Karan)*, Beograd: Clio

## Metodologija

Ovaj projekt, čiji je produkt i knjiga *Monitoring and Analysis of TV Prime Time Domestic News Programs in 10 Countries – INDICATOR OF PUBLIC INTEREST*, izveo je Media Plan Institut, Bosna i Hercegovina i projektni partneri: Albanski medijski institut, Albania, Centar za nezavisno novinarstvo, Mađarska, Centar za nezavisno novinarstvo, Rumunija, Nezavisni novinarski centar, Moldavija, Međunarodni centar za edukaciju novinara, Hrvatska, Makedonski institut za medije, Makedonija, Medijski razvojni centar, Bugarska, Crnogorski medijski institut, Crna Gora, Novosadska novinarska škola, Srbija. Monitoring i analiza su dio projekta *Collision and Cooperation, Media Business Interests and the Public Needs in South East Europe* izvođenog od strane South East European Network for Professionalization of the Media – SEENPM.

U svakoj od 10 država jugoistočne Evrope pratili smo po dva medija – centralni dnevnik javnog servisa i centralni dnevnik najjače komercijalne stanice ili stanice koja ima najjači informativni program. Izuzetak je Srbija, gdje je pored toga praćen i Dnevnik Televizije Vojvodina (srbijska pokrajina), koji ima niz svojih specifičnosti (takođe je dio javnog servisa). Kroz monitoring i analizu sadržaja televizijskih stanica željeli smo vidjeti koje sadržaje i kako prezentiraju različite televizije, na šta stavljaju fokus, da li pokrivaju iste događaje, koliko im vremena posvećuju i sa kakvim pristupom, kakve ličnosti se pojavljuju u izvještajima...

Ovi ciljevi se bili razmatrani kroz dvije dimenzije:

- a. **Profesionalna dimenzija** - tretman događaja i aktuelnosti - način pokrivanja i izvori informacija, forme, potpunost i tačnost informacija, balans informacija, odvajanje informacije od komentara, zloupotreba informacije i komentara, da li se upliću u nečiji privatni život (kada i zašto), da li se ličnim tragedijama prilazi obazrivo i sa osjećajem, da li se poštuju etički postulati o zaštiti maloljetnika, unesrećenih, žrtava...
- b. **Društvena dimenzija/zastupljenost javnih interesa** – pokrivenost države, mogući utjecaj informacija na društveni ambijent – informisanje u službi traganja za istinom, jačanje povjerenja između većinskih i manjinskih grupa, demistifikacija prošlosti, borba protiv organiziranog kriminala, izgradnja pravne države, okrenutost prema budućnosti, odnos javnih servisa i privatnih stanica prema temama oko kojih nema političkog konsenzusa, razvijanje pozitivnih društvenih vrijednosti i aktivnosti...

Monitoring se izvodio u periodu od 1. do 30 aprila po principu identičnih dana u sedmici u svakoj od zemalja. Dva dana u sedmici promatrani su glavni dnevnik javnog TV servisa koji pokriva cijelu zemlju i dnevnik najuticajnije privatne TV stanice. Dakle, to su bila četiri dnevnika sedmično, odnosno 16 dnevnika mjesečno po svakoj državi. Dnevnici su bili praćeni u realnom vremenu kako bi ono što je u njima objavljeno moglo da se bolje sagleda u aktuelnom informativnom odnosno društveno političkom miljeu. To je posebno značajno zbog komparacije sa drugim medijima ili vlastitim saznanjima, jer nekada nije samo problem u onome što je objavljeno, već i u onome što nije objavljeno. Raspored monitorisanih emisija je bio na ovakvoj osnovi:

Prva sedmica: ponedjeljak 2. april, utorak 3. april

Druga sedmica: srijeda 11. april, četvrtak 12. april

Treća sedmica: petak 20. april, subota 21 april

Četvrta sedmica: nedjelja 29. april i jedan dan po slobodnom izboru

Djelimični izuzetak od ovog rasporeda napravljen je jedino u Moldaviji, gdje privatna stanica TV 7 nema informativni program vikendom te su termini iz treće i četvrte sedmice prebačeni na radne dane.

Monitorisan je cjelokupan sadržaj dnevnika. Ukoliko su rubrike «Sport» i «Vrijeme» emitovane nakon odjavne špice Dnevnika, nisu uzimane u obzir za statističku obradu. Prisustvo i struktura javnih interesa se identifikovala statistikom tematike sadržaja:

Osnovne varijable za posmatranje su bile:

Tematika:

- unutrašnji politički život
- međunarodna politika zemlje
- događaji u svijetu
- ratni zločini
- ekonomija, finansije, privreda
- socijalna zaštita i zdravstvo
- kultura i umjetnost
- obrazovanje
- nauka
- ekologija
- religija
- mladi i djeca
- sport i rekreacija
- ostalo

Teritorijalna raspoređenost :

Svaka zemlja ima svoje teritorijalne i političke specifičnosti tako da se nisu mogle napraviti jedinstvene kategorije. Svaki centar je napravio kategorije koje odgovaraju vlastitoj zemlji uvažavajući teritorijalne, etničke, ekonomske... karakteristike.

Forma:

- agencijska vijest sa voditeljem u kadru ili telopom
- agencijska vijest sa živom slikom
- novinarski TV prilog sa tonskim izjavama
  - a) pokrivanje dnevnog događaja
  - b) tematska obrada događaja
- anketa/ intervju
- direktno javljanje novinara putem telefona ili linka

Ocjena sadržaja - orijentacija prema subjektu:

Riječ je o najosjetljivijoj analitičkoj kategorizaciji koja često nosi određenu dozu subjektivnosti. Stoga smo inisistirali da analitičari imaju dobru sposobnost procjene ukupnog društvenog i medijskog ambijenta u zemlji, kao i poznavanje novinarskih formi i običaja. Dakako, preduslov je i da nisu politički ili etnički ostrašćeni, što uglavnom stvara iracionalna ili manipulativna predubjeđenja.

Varijabla *orijentacija prema subjektu* podrazumijeva vrijednosnu ocjenu o stavu medijske objave u odnosu prema subjektu/temi koji se u njoj pojavljuje. Prije svega,

analizirali smo novinarski uklon - kakav je stav u tekstu imao autor prema događaju o kojem piše. Zato je važno napomenuti da se kod novinarskog uklona nije ocijenjivao karakter događaja odnosno sadržaj teksta, već čisto novinarski stav/uklon/odnos. Upravo zbog toga smo napravili složenu kvalifikaciju po kojoj možemo razlikovati negativan/neutralan/pozitivan n o v i n a r s k i uklon, ali isto tako i s a d r ž a j. Dakle neki tekst može imati npr. negativan sadržaj, a neutralan novinarski uklon (npr. govori se o porastu kriminala u Sarajevu, ali je to prezentirano objektivno i nepristrasno od strane novinara). Ili pozitivan sadržaj, a negativan uklon (npr. izvještava se o rastu životnog standarda u Srbiji, a novinar komentariše da to ta država nije zaslužila zbog umješanosti u rat u BiH). Na osnovu svega ovoga formirali smo skalu od sedam stupnjeva pri čemu novinarska objava može imati:

1. Neutralan uklon – pozitivan sadržaj
2. Neutralan uklon – negativan sadržaj
3. Neutralan uklon – neutralan sadržaj
4. Negativan uklon – negativan sadržaj
5. Negativan uklon – pozitivan sadržaj
6. Pozitivan uklon – negativan sadržaj
7. Pozitivan uklon – pozitivan sadržaj

#### Dužina sadržaja priloga:

Dužina svake objave (priloga, vijesti) je evidentirana u sekundama. Kategorizacija je bila ista kao u varijabli tematika (topic), ali je ovdje prikazana dužina trajanja tematike, a ne broj objavljenih jedinica. Ovo je posebno važno istaći jer, na primjer, nekada u bloku vijesti iz svijeta, imamo 7 informacija, a njihovo trajanje je ukupno dvije minute, koliko, recimo, traje jedan prilog iz unutrašnje politike.

Monitori/analitičari su takođe trebali da uoče moguće t r e n d o v e ili nedostatke i da ih prokomentarišu:

- polna struktura voditelja / prezentatora
- izbor top vijesti ( najava vijesti )
- hijerarhija vijesti – priloga tokom dnevnika
- prisustvo protokolarnih vijesti
- reklame kao dio špice ili strukture dnevnika
- kvalitet realizacije
- izrazita odstupanja od etičkih i profesionalnih normi

Ove karakteristike statistički nisu praćene, već samo upozoravaju na trendove.

Na ovaj način, mislimo da smo dobili uvid naspram odnosa medija prema pitanjima koja nas interesuju, koja nas dotiču i koja su naporima redakcije i novinara plasirana u emisijama. Takođe, uvažavajući činjenicu da su mediji ogledalo društva, medijska analiza nam pruža i *feed back* ukupnog društvenog konteksta.

### **Javne televizije većinom učinile značajan otklon od vlasti, dok su se komercijalne televizije obradom događaja više približile običnim građanima**

Državne televizije svih zemalja u kojima je rađen monitoring bile su nekada poluge jednopartijskih sistema u kojima je informativno-političko informisanje, prevashodno naspram domaćih zbivanja, bilo reducirano. Novinarska kritika se ticala

uglavnom stvari koje nisu dovodile u pitanje postojeći sistem vlasti i državno uređenje. Padom komunizma i prelaskom na zapadne vrijednosti liberalne demokratije, mediji postaju otvoreniji i raznovrsniji i u smislu formi i sadržaja. Međutim, zbog teškog procesa društvene tranzicije, državne televizije nisu dostigle ni teoretske ni praktične profesionalne postulate kako bi bili usluga građanima u slobodnom informisanju i rasuđivanju. U Srbiji, Hrvatskoj i BiH, tokom ratova 90-tih godina, upravo državne televizije su propagandom, jezikom mržnje i manipulativnim kadriranjem bile generatori početka i vođenja rata. I u zemljama koje nisu prošle ratne strahote, državne, kasnije javne, televizije bile su snažna poluga podrške “demokratskoj vlasti”.

Jedan od generalnih zaključaka ove analize bi mogao biti da, barem na osnovu monitorisanog uzorka, većina javnih televizija se uspjela izvući iz skuta vlasti i producirati nepristrasan program sa snažnom distancom. Tako Peter Bajomi-Lazar i Borbala Toth iz Mađarske u svom tekstu prave odličnu retrospektivu ponašanja državnog/javnog MTV-a krajem prošlog i početkom ovog milenija, pokazajući da je Mađarska javna televizija u značajnoj mjeri devedesetih godina bila pristrasna u korist vlasti. Međutim, zadnjih godina jasno uočena tendencija je bila da se ide prema punoj nepristrasnosti i nezavisnosti što je nedvosmisleno pokazao i ovaj monitoring. Dva autora zaključuju da ni javni MTV ni komercijalni RTL Klub nisu pristrasni ni na koji način, što, kako kažu, nije praksa kod nekih manjih TV kanala. Uzora vrijednu transformaciju u istinski javni servis učinila je i Hrvatska televizija koja je od vremena takozvane Tuđmanove ere, koju su karakterisale snažne predrasude kako prema domaćoj opoziciji, tako i prema BiH, a posebno Srbiji, postala, barem gledajući kroz informativni program, medij koji ima sve manje tabua. I u Bosni i Hercegovini, gdje javni servis za cijelu BiH emituje od 2002, godine, ne postoji problem državne kontrole. Čak imamo i suprotnu situaciju, da je vlast, posebno ona bošnjačka u Sarajevu, optuživala ovu televiziju za pristrasnost naspram opozicije. Međutim, barem ovaj monitoring to nije potvrdio.

Televizija Srbije, kako tvrdi Dubravka Valić Nedeljković, se može još uvijek smatrati svojevrsnim promotorom državne politike, a ne nezavisnim medijem formiranim od građana, finansiranim od građana i kontrolisanim od građana. Iako program centralnih vijesti nastoji da djeluje smireno, sveobuhvatno i bez teških kvalifikacija prema bilo kome, ipak se bilježi niz neprofesionalnih stvari. I to upravo na onome što najviše plijeni (boli) srpsko društvo. Tako, na primjer, kada se posmatra izvještavanje o Kosovu dominiraju stavovi koji su u skladu sa većinskim srpskim javnim mnijenjem. Tu su doduše i izjave domaćih zvaničnika i analitičara i međunarodnih subjekata, koji ne dijele stav Beograda, ali što je problematično, u informativnom programu se nije našla ni jedna informacija i izjava koja dolazi od albanske strane čime je povrijeđeno osnovno profesionalno pravilo da svi relevantni akteri događaja, ili pojave, imaju balansirani, nediskriminatoran tretman u izveštajima. Albanci na Kosovu, njihova vlast, kao i njihova, makar i oktroisana država, kao da ne postoje.

Ipak, barem na osnovu izvještaja Istraživačkog centra IJC-a, najteža situacija je u Moldaviji. Gotovo tragikomično djeluju izvještaji na javnoj televiziji o tome kako predsjednik Moldavije Voronin otvara traktorsku stanicu u jednom selu i to traje tačno 6 minuta (12. april). Vijest o tome kako predsjednik predstavlja svoje ekonomske inicijative Parlamentu trajala je 6 minuta i 26 sekundi (20. april), a prilog o susretu predsjednika Parlamenta sa studentima (23. april) je trajao gotovo 4 minute. Takođe pristrasnost prema vlastima se oslikava i u totalnom ignorisanju nekih događaja koji

bacaju ružno svjetlo na moldavsku vlast, o čemu je redovno izvještavao komercijalni emiter TV7.

Ipak, posmatrajući u globalu, nisu zabilježene ekstremne devijacije od etičkih ili profesionalnih normi, mada su i na javnim i na komercijalnim televizijama primjećeni primjeri potenciranja ili ignorisanja raznih događaja koji imaju, sa stanovišta medija, političko, ekonomsko i vlasničko značenje. Tako, kako piše David Vitkov, komercijalna A1 televizija u Makedoniji je promovisala događaje koje je organizovala «Ramkovski fondacija». Inače, Ramkovski je vlasnik A1 televizije, a fondacija mu je uključena u aktivnosti koje se u najvećoj mjeri odnose na kulturu i filantropiju. Vijesti koje se tiču ove organizacije nisu emitirane na drugim kanalima, uključujući javnog emitera MTV1 tokom perioda monitoringa. Na komercijalnoj NTV Hayat iz BiH primjećeni su prilozi koji u formi informativnih izvještaja promovišu pojedine kompanije, što bi se moglo smatrati prikrivenim oglašavanjem, što nije uvijek lako dokazati.

Vrlo očigledan odnos vlasničke strukture i selekcije informacija u informativnom programu imamo u Albaniji. Ilda Londo piše da su posljednji pokušaji da se usvoji prijedlog Zakona o telekomunikacijama potakli živu raspravu, u kojoj su učestvovala gotovo sve televizijske stanice, posebno Top Channel, predmet ovog monitoringa. Razlog zbog kojeg je Top Channel naročito osjetljiv je zato što je vlasnik ove stanice takođe osnivač i jedan od glavnih dioničara Digitalba. Ovaj motiv pojačava činjenica da se ovaj period podudario sa višestrukim posjetama i finansijskim kontrolama poreznog ureda u prostorijama Digitalba i Top Channela. Ovi događaji su doveli do otvorenog sukoba stanice sa Vladom, uz tvrdnje da Vlada pokušava da zatvori ovu televiziju zato što govori istinu i kritikuje sve Vladine propuste. Shodno tome, ovakva atmosfera je značajno oblikovala gotovo sve izvještaje u vijestima Top Channela. Kao što se moglo očekivati, napeti odnosi između Top Channela i Vlade nisu uticali jedino na sport, kulturu i međunarodna dešavanja. Način na koji je kanal pokrивao ovu temu otkriva mnogo o uređivanju dnevnika onda kada su ugroženi direktni interesi. Ono što je interesantno, navodi dalje autorica iz Albanije, ali možda nije iznenađujuće, jeste to da je pažnja koju je ovoj temi posvetio javni emiter gotovo beznačajna. Flagrantnija i etički upitnija praksa u ovom pogledu je priča o porodici sa tri sina koji su paralizovani zbog genetski naslijeđene bolesti, koja je emitovana 11. aprila. Uz ostale činjenice, u priči se pominje da je, uprkos siromaštvu porodice, jedina zabava oboljele djece gledanje Digitalba (iste firme kao i Top Channel), tako da njihovi roditelji svakog mjeseca kupuju pretplatničku karticu.

U većini zemalja primjetan je drugačiji pristup javnog i komercijalnog emitera prema temama o kojima se izvještava. Viktorija Car iz Hrvatske vrlo britko oslikava odnos između dvije praćene televizije. Kako navodi, popularizacijom i personalizacijom vijesti Nova TV uspjela je privući onaj dio publike kojoj je Dnevnik HTV-a bio „preozbiljan“, „dosadan“, „samo politika“. Iako možda obrađene na jednostavniji, gledateljima bliskiji način, vijesti Nove TV ipak prenose važne informacije i time doprinose informisanosti i onog sloja gledateljstva koji je ranije ostajao zakinut za to. Kako piše hrvatska autorica, u usporedbi središnjih informativnih emisija HTV-a i Nove TV, možemo zaključiti da je riječ o međusobno vrlo konkurentnim, ali i vrlo različitim pristupima izvještavanju. Imajući u vidu načela javne televizije, Dnevnik HTV-a zadržava ozbiljniju, rekli bismo konzervativniju formu koja se oslanja na dugogodišnju tradiciju kao jamstvo kredibiliteta, zaključuje Viktorija Car.



Slična situacija je i u Bosni i Hercegovini. Kako piše Davor Marko, i pored navedene tehničke i strukturne inferiornosti, informativni prilozi komercijalne televizije NTV Hayat u značajnoj mjeri iskaču iz stroge protokolarne forme koja je dominirajuća na javnom servisu. Hayatovi prilozi su zanimljiviji, u njima ima više života, poruke su dostupne i zanimljive i najobičnijim građanima Bosne i Hercegovine. Nije prošao niti jedan dnevnik NTV Hayat a da u njemu nije zabilježen makar jedan tematski prilog. S druge strane, što se tiče broja autentičnih priloga, informativna emisija javnog servisa prednjači sa priložima koje su izradili njihovi novinari. Preko devedeset procenata objava praćeno je autentičnim priložima ili je pokriveno bilo živom slikom, bilo arhivskim snimcima. Većina objavljenih priloga protokolarnog je karaktera, povod su im konferencije za štampu ili neki događaji koji su se u danu objave nalazili na dnevnom redu. Nerijetko su suhoparno urađeni, izostavljena je ljudska dimenzija kao i novinarska kreativnost. Razlog možda leži u tome, piše autor, da je BHT servis za cijelu zemlju te se uredništvo «boji» da eventualni komentari voditelja i novinara ne povrijede neki od konstitutivnih naroda.

Na toj liniji je elaboracija i u izvještaju iz Moldavije. Dok TV7 ponekad koristi obične ljude kao izvor informacija, prilikom bavljenja svakodnevnim problemima, TV Moldavija 1 nema priloga o običnim ljudima. Komercijalna stanica je takođe anketirala obične ljude o lokalnim izborima i kandidatima za gradsku upravu Kišnjeva dok Moldavija 1 nije imala nijednu anketu među običnim ljudima. Takođe, javni servis nije pozvao nijednog nezavisnog stručnjaka da komentariše zvanična dokumenta i odluke. Nevladine organizacije i političke partije su veoma malo predstavljene u vijestima na nacionalnoj stanici. Kao konkretan prijedlog, Istraživački centar IJC navodi da Moldavija 1 treba da preusmjeri pažnju sa državnih službenika na obične ljude. Događajima treba pristupiti sa stanovišta onih koji gledaju dnevnik i priloge treba započeti sa posljedicama koje događaji, pojave i odluke mogu imati na živote ljudi. Kritika predstavlja suštinski dio procesa donošenja i provođenja odluka – opozicija, nezavisni stručnjaci i nevladine organizacije imaju puno toga da kažu i treba da nađu mjesta u dnevniku nacionalne stanice, navodi se u moldavskom izvještaju.

Autor iz Srbije ističe kako je komercijalna B92 televizija ta koja njeguje građanski aktivizam u svojim informativnim programima, što druga dva monitorisana javna servisa ne čine. Na primjer, u sklopu akcije za izgradnju Sigurne ženske kuće, prisutno je puno priloga koji pozdravljaju i pohvaljuju i druge društvene akcije i građanski aktivizam (na primer TV paket o građanima koji ne daju da zelena površina u njihovom kvartu bude pretvorena u poslovni prostor), odnosno akcije čiji nosioci nisu isključivo organi vlasti.

Manuela Preoteasa ističe da je u Rumuniji trend tabloidizacije vijesti i da se to najinteresantnije može primijetiti na komercijalnoj Anteni 1 u odnosu na događaje iz svijeta, od kojih se većina bavi svim, samo ne politikom, biznisom i ekonomijom. Osim informacija o Iraku i drugim žarištima, ono što dopijeva u vijesti, navodi analitičarka, su neobične činjenice i događaji širom svijeta. Beba stara nekoliko mjeseci u SAD-u dobila poziv za regrutaciju od vojske, dvoje penzionera taksijem proputovalo nekoliko hiljada kilometara da pronađu novu kuću, mačka prešla 800 km da nađe svoje gospodare, itd. Ovakvi infotainment prilozi su prisutni u znatno manjoj mjeri na javnom kanalu, ali ga ne mimoilaze u potpunosti. TV Rumunija 1 posvećuje blok o vanjskim dešavanjima ozbiljnim temama, a obično na kraju programa emituje nekoliko živopisnih priloga.

U Crnoj Gori IN televizija programski je orjentisana ka plasiranju što šireg opsega informacija u svojoj glavnoj informativnoj emisiji, dok TVCG u Dnevniku 2 slijedi koncept manjeg broja informacija, ali temeljnije obrađenih i to u najvećoj mjeri kroz vlastite priloge. Kako kažu istraživači iz Asocijacije mladih novinara Crne Gore, obje televizije u glavnim informativnim emisijama na sličan način izvještavaju sa događaja kao što su okrugli stolovi, sjednice Parlamenta, odbora, pres konferencije. Razlike se najviše uočavaju u tematskim priložima, određivanju prioriteta i načinu obrade i plasmana informacije. U obje glavne informativne emisije osjetan je nedostatak kritike, odnosno kritičkog pristupa u obradi dnevnih događaja. Promocija je znatno prisutnija od kritike, naročito u priložima iz sfere turizma koji su na obje televizije gotovo u potpunosti lišeni kritičkog stava. Dnevnik javne televizije vidno prednjači u odnosu na komercijalnu kada je riječ o izvještavanju o događajima koji se tiču boravaka crnogorskih delegacija u inostranstvu, jer, za razliku od IN TV, na takve događaje TVCG šalje svoju ekipu. Ti prilozi su po pravilu veoma afirmativni po državnu politiku Crne Gore i u potpunosti su lišeni bilo kog oblika kritičkog osvrta.

I u Bugarskoj je primjetna određena sadržinska opuštenost u vijestima komercijalne televizije. Kako navodi Danail Danov broj vijesti o domaćem političkom životu drastično se razlikuje kod ove dvije televizije. Dok na javnoj BNT-u one čine 21% ukupnog programa, na bTV-u ih je skoro duplo manje, 11%. Ova se činjenica može objasniti preokupiranošću javne televizije političkom situacijom u zemlji, što je predodređeno njenom ovisnošću o državnom budžetu i tendencijom da u program uključi više protokolarnih vijesti koje često ne oslikavaju raspored događanja, dok se bTV oslanja na uključivanje više priča od 'ljudskog interesa' u svoj informativni program.

Autori iz Mađarske naglašavaju da postoji jasna podjela rada između vodećeg javnog servisa i vodećeg komercijalnog emitera: dok ovaj prvi detaljno obrađuje teme od javnog interesa, drugi se fokusira na zanimljivosti. To se ogleda i u činjenici da se najave i glavne vijesti na MTV-u odnose na ozbiljne vijesti, a na RTL Klubu na lagane vijesti, iako je linija između ozbiljnih i laganijih vijesti ponekad tanka.

Kada govorimo o samom sadržaju vijesti očekivano je bilo da će preovladavati značaj broj informacija sa negativnim sadržajem, jer prirodno je da mediji imaju afinitet prema tragedijama, skandalima, kriminalu. Tome u značajnoj mjeri doprinosi i još nesređena društvena situacija u većini monitorisanih država koja producira veliki broj događaja sa negativnim kontekstom. Što se tiče novinarskog uklona, dakle pristupa u obradi događaja, raduje očekivan rezultat da je neutralan uklon najzastupljeniji, što bi trebalo da znači da monitorisane televizije njeguju profesionalnu novinarsku obradu događaja. Viktorija Car navodi da je HTV-ov pozitivan pristup obradi više od četvrtine vijesti za pohvalu. Naime, u cjelokupnom društvenom kontekstu koji je sam po sebi negativan, počevši od kvalitete života većine stanovništva do vijesti iz crne kronike, javnosti je nužno potrebno usmjeravanje na pozitivne vrijednosti, navodi autorica iz Hrvatske. Što se tiče neutralnosti u obradi, što u Hrvatskoj dominira, autorica navodi da je to za pohvalu. Međutim, i ističe da se ne smije zaboraviti i efekt poticanja pasivnosti publike. U ovom kontekstu, slobodan ću biti prokomentarisati, da nekada poticajni pristup novinara, iako to izlazi iz sfere neutralnosti, može biti dobrodošao ako se potiču pozitivne društvene vrijednosti i traži rješavanje problema. Međutim, u društvima sa dubokim antagonizmima, vrijednosti i dostignuća se raznoliko tumače te uklon (aktivizam) se kod jednih često tumači kao pristrasnost naspram onih drugih.

U Makedoniji generalno zapažanje je da MTV u velikoj mjeri, u poređenju sa A1, prezentira vijesti pozitivnog sadržaja i vijesti sa pozitivnim uklonom novinara (ovo je veoma očigledno kod prezentacije vijesti iz domaće politike i vijesti iz sfere ekonomije, biznisa i finansija). Na drugoj strani, A1 većinom prezentira vijesti negativnog ili neutralnog sadržaja koje prati neutralan novinarski uklon. Ovo je jedan od razloga zbog čega se A1 od strane gledalaca smatra znatno objektivnijim i nezavisnijim medijem sa velikim novinarskim profesionalizmom i neutralno orijentiranim vijestima, navod David Vitkov.

U Rumuniji novinarski uklon je uglavnom neutralan, reporteri primjenjuju pravila balansiranja informacija. Međutim, poštovanje privatnog života i pretpostavka nevinosti se, s vremena na vrijeme, zanemaruju. Ton reportera Antene 1 postaje emotivan kada izvještavaju o običnim činjenicama, pokušavajući da ih učine atraktivnijim i, kako kaže autorica, 'seksipilnijim', dok izvještavanje na TVR1 pomalo naginje sivilu, zbog ponekad stereotipnih snimaka.

U Srbiji javni RTS mnogo sadržaja posvećuje ratnim zbivanjima iz prošlosti – stradanjem Srba tokom NATO bombardovanja, raseljenim sa Kosova i tokom hrvatske akcije Bljesak, gdje novinari zauzimaju izrazito negativan stav prema odgovornim za te događaje (prvenstveno drugim politikama, nikada samoj srpskoj), saosjećajući se sa žrtvama i njihovim bližnjima. Slično je i na NTV Hayat u Bosni i Hercegovini, koja se znatno emotivnije odnosi prema bošnjačkim stradanjima u ratu, nego javni TV servis. To je posebno izraženo u emisiji CD Dnevnik NTV Hayat subotom, koju značajno personalizuje i komenataorski oblikuje poznati novinar Senad Hadžifejzović.

U nekoliko država i u vizuelnom smislu primjećene su značajne razlike između javnih i komercijalnih televizija.

Kako je primjetio autor iz Bosne i Hercegovine, centralnu informativnu emisiju javnog servisa, BHT, karakteriše u odnosu na Hayat, bolja tehnička osmišljenost, dinamika pri prezentaciji, bolja pokrivenost tema od javnog značaja i veći broj autentičnih priloga. Takođe, karakteristika vijesti BHT je i to da ih vodi muško-ženski prezenterski par. «Vijesti u 7» komercijalne televizije Hayat vodi samo jedan prezenter što, u kombinaciji sa malim brojem autentičnih priloga i velikim brojem vijesti koje čitaju prezenteri bez ikakvog slikovnog pokrivanja, umanjuje vizuelnu empatiju gledatelja.

U Srbiji prezenteri u B92 su muškog i ženskog roda istovremeno, odnosno obezbjeđen je paritet, dok je u javnima RTS i RUV samo jedan prezenter u emisiji, ali se tokom sedmice mjenjaju prezenteri oba pola. I u Hrvatskoj privatna Nova TV ima muško-ženski voditeljski par, koji, kao navodi autorica, isprobavaju nove forme uz voditeljsku ležernost. Na javnoj HTV već duže vrijeme je riječ o muškim voditeljima. Teško je ne primjetiti ovu činjenicu na javnoj televiziji koja bi trebala promovirati ravnopravnost spolova ne samo temama koje obrađuje u svojim emisijama, već upravo vlastitim primjerom, piše Viktorija Car.

U Moldaviji najočiglednija razlika između javne i privatne stanice koje su praćene odnosi se na kvalitet slike. Jasna, dobro kadrirana i snimljena slika je pravilo na TV 7, dok se na Moldaviji 1 često mogu vidjeti tamna slika, nejasni snimci i nedostatak oštine.

U Rumuniji informativni program TVR1 usko prati dnevne aktuelnosti, ali mu nedostaju autorski priloci, tj. originalni, temeljiti izvještaji. Iako je jak u pogledu informacija, javnom *Jurnalu* nedostaju snažni snimci i malo boje. Nakon gledanja više

izdanja večernjeg dnevnika, stiče se utisak dobro organizovanog programa, ali sa određenim stereotipima, naročito u snimanju.

Kada je Crna Gora u pitanju, izvještavanje Dnevnika 2 TVCG prati dinamičnija slika nego što je to slučaj kod INpuls-a, samim tim što su snimci u većini slučajeva sa lica mjesta, dok kod INpulsa dominira slika-pokrivalica koja se ponavlja.

Nakon ovoog blic pregleda, ipak, možemo reći da se granice između javne i komercijalne televizije polako brišu. U većini monitorisanih zemalja u žestokim tržišnim uslovima televizije nastoje da udovolje svojoj ciljnoj populaciji, što se, srećom, ipak više radi prezentovanjem većeg broja kvalitetnih informacija nego raznim manipulacijama i nekretičkim ulagivanjem. Primjetan je trend da javni servisi još uvijek imaju respekt prema visoko rangiranim društvenim događajima, pa često i vlastima, a privatni prema vlastitim vlasničkim interesima i komercijalnim oglašivačima. Međutim, ne tako očigledno, što je u svakom slučaju korak bliže profesionalizmu. No pitanje je koliko «profesionalizam», kada su u pitanju povlađivanja ovakve vrste, postoji i u tradiciji zemalja sa mnogo dužim demokratskim stažom.

Slijede analitički izvještaji iz deset zemalja jugoistočne Evrope koji će na Mediaonline biti postavljeni sedmičnom dinamikom.

*Radenko Udovičić je programski direktor Media plan instituta i šef njegovog analitičko-istraživačkog odjela. Magistar je društvenih nauka iz oblasti žurnalistike.*