

=Marko Sapunar ♦ Miroslav Vasilj ♦ Velimir Begić

Filozofski Fakultet Sveučilišta u Mostaru
miroslav.vasilj@sve-mo.ba – velobegic@gmail.com

UDK 316.774:654.19
316.774:654.19](497.6)(047.31)
32.019.51:654.19

Prethodno priopćenje

PROGRAMSKI SADRŽAJI ENTITETSKIH EMITERA JAVNOGA RTV SERVISA BiH - EUROPSKI STANDARDI ILI RECIDIVI DRŽAVNE TELEVIZIJE

Sažetak

Rad se bavi programskim sadržajima dvaju javnih entitetskih emitera Televizije Federacije Bosne i Hercegovine i Televizije Republike Srpske. Strukturalna obilježja istraživanja bazirana su na broju tema koje se obrađuju iz većinskoga i manjinskih segmenata, na načinu prezentacije tema – imaju li pozitivan, neutralan ili negativan kontekst, te na vrsti programa kao što je unutarnja politika, kultura, šport... Istraživanje je temeljeno na središnjim informativnim emisijama Dnevnik 2 u razdoblju od tjedan dana. Kao metodologija korištena je analiza sadržaja.

Rezultati istraživanja doprinose definiranju koncepta ustroja javnoga RTV sustava BiH, daju odgovor koliko postojeći ustroj generira daljnje rascjepke između segmenata, koliko su opravdani zahtjevi za osnivanjem javnoga RTV servisa na hrvatskome jeziku u sklopu javnoga RTV sustava BiH te postoje li s aktualnim modelom ustroja održive europske perspektive javnoga RTV sustava BiH ili je riječ o recidivima modela državne televizije kakav je postojao u totalitarnim sustavima.

Ključne riječi: pluralna društva, javni RTV servis, TV FBiH, TV RS, programski sadržaj

TELEVISION PROGRAMS ENTITY EMITTERS OF THE PUBLIC RTV SERVICE IN BOSNIA AND HERZEGOVINA – THE EUROPEAN STANDARDS OR THE RECIDIVISM OF NATIONAL TELEVISION

Abstract

The paper deals with the television programs of two public entity emitters – The Television of the Federation of Bosnia and Herzegovina and the Television of Republika Srpska. The structural features of this research are based on: the number of themes covered in majority and minority segments; the way they are presented – whether they have positive, neutral or negative context; and the type of program – whether it is politics, culture, sport... The research is based on the central informative shows of “Dnevnik 2” in the period of one week. As for the research methodology, content analysis was used in this paper.

The research results contribute to the defining of the system’s concept of Public RTV service in Bosnia and Herzegovina, and give an answer to how much the existing system generates the further gaps among segments, how much justified is the need for the establishment of public RTV service in Croatia as part of the public RTV service in Bosnia and Herzegovina, and if there are among the existing system sustainable European perspectives of Public RTV system in Bosnia and Herzegovina, or if it is only a recidivism of a national TV model that existed in the totalitarian systems.

Key words: plural society, public RTV system, TVFBiH, TV RS, TV program

Uvod

Europske nacije ulozi javnih radio-televizijskih servisa pridaju strateški značaj u medijskim politikama. U pluralnim društvima, kao što je bosansko-hercegovačko, ta uloga ima posebnu težinu. U takvim su se društvima iz politoloških teorija razvila tri modela ustroja javnih RTV sustava: integrirajući (Španjolska), konsocijacijski (Švicarska) i dezintegrirajući (Belgija). No javni RTV sustav BiH nije moguće svrstati ni u jedan postojeći model.

Jedan od bitnih kriterija pri određivanju modela je programski sadržaj. Osim zastupljenosti tema iz određenih segmenata tu su još zastupljenost kadrova i zastupljenost jezika. Za razliku od jezika i kadrova, zastupljenost tema iz segmenata u programima javnih RTV emitera u Bosni i Hercegovini do sada nije istraživana. Istraživanja te vrste rađena su u drugim pluralnim europskim državama.

U prvom dijelu rada definiraju se razlike između javnih, komercijalnih i državnih televizija. U drugom dijelu rada navode se specifičnosti ustroja javnih RTV sustava u pluralnim državama, modeli ustroja, objašnjava se pravilo „Z3“, navode se i pojašnjavaju čimbenici utjecaja na modele javnih RTV servisa u složenim društvima. Treći dio rada zasniva se na rezultatima istraživanja. Posljednji dio rada donosi smjernice na koji način iz sadašnjega stanja, u kojem je jedan segment zakinut, doći do profesionalnog, pravednog javnog RTV sustava BiH i do jednake zastupljenosti svih segmenata bez poticanja daljnjih rascjepa.

1. Javne, komercijalne i državne televizije – razlike i pristupi

Politički sustav te zemljopisni položaj uvelike je određivao različite televizijske modele. Televizije čije je sjedište bilo u SAD-u razvijale su se različito u odnosu na televizije u zapadnoeuropskim demokracijama ili pak u bivšim socijalističkim zemljama. Unatoč razlikama u pristupu, ustroju i funkciji svima je zajedničko jedno – moć toga medija.

Pierre Bourdieu piše kako TV Dnevnik tijekom jedne večeri u Francuskoj može okupiti ljudi kao sve tiskovine zajedno.¹ Roger Fidler navodi da nas televizija i dalje privlači kao što plamen privlači noćne leptire.² Marshall McLuhan je televiziju svrstao u hladan medij dok je radio svrstao u vruć medij. „Tajna taktilne moći televizije je u tome što je video slika niskog intenziteta ili definiranosti i na taj način, za razliku od fotografije ili filma, ne pruža detaljne informacije o objektima već umjesto toga uključuje aktivno sudjelovanje gledatelja“³, pisao je McLuhan potkraj šezdesetih godina prošloga stoljeća.

¹ Usp. Pierre BOURDIEU, *Narcisovo ogledalo. Rasprava o televizijskom novinarstvu*, Beograd, 2000., str. 64.

² Usp. Roger FIDLER, *Mediamorphosis. Razumevanje novih medija*, Beograd, 2004., str. 160. – 161.

³ Marshall MCLUHAN, *Elektronski mediji i kraj kulture pismenosti*, Beograd, 2012., str. 33.

Iako novi mediji uvelike uzimaju velik dio sredstava od oglašavanja, iako je moć televizije izgubila monopolistički položaj, ona je još tu. Televizija se prilagođava novim tehnologijama.⁴ Digitalizacija je donijela potpunu revoluciju. No ni nove tehnologije ne mogu promijeniti tradicije koje su se ukorijenile u različite nacije te njihove pristupe pri ustroju televizija koje program emitiraju na nacionalnoj razini. A nastojanja da se način funkcioniranja medija objasni u njihovu kontekstu uvijek su bila dio akademske tradicije. Još je pedesetih godina prošloga stoljeća F. S. Siebert tvrdio da tisak, a na taj način i elektro-ničke medije, oblikuju nacionalna politika i ideologija. Tvrdio je da se različite vrste medija mogu identificirati na temelju političkoga režima u okviru svojega poslovanja. On je sa svojim kolegama oformio četiri modela:

- autoritarnost (rani monarhijski tisak)
- libertarijanizam (SAD)
- društvena odgovornost (Europa)
- komunizam (SSSR).⁵

Na sličan način razmišlja i dio autora u 21. stoljeću. Daniel Hallin i Paolo Mancini navode i dopunsku geopolitičku podjelu:

- mediteranski ili polariziran pluralistički model
- sjeverno/srednjoeuropski ili demokratski korporativni model
- sjevernoatlantski ili liberalni model.⁶

No dio se teoretičara medija ne slaže s geopolitičkim pristupom Hallina i Mancinija jer se često događa da su nacionalne usporedbe preciznije od pojednostavljenih širih kontinentalnih usporedbi. Richard Rooke navodi kako diljem Europe postoje nastojanja da se stvore komparativni modeli glede medija i javnih RTV servisa. Među njima je i Pierre Albert koji je isticao da su društva u političkom, ekonomskom, socijalnom i potom kulturnom smislu proizvod svoje prošlosti. „Na tim društvenokulturnim činiteljima temelje se, nastaju i formiraju se empirijske razlike između čitatelja.“⁷ Tisak je podijelio:

⁴ Autor izraza *medijamorfaza* Roger Fidler navodi kako mediji nisu pasivni promatrači uvođenja novih tehnologija, nego ih pokušavaju iskoristiti u svoju korist kako bi poboljšali položaj kod publike. Kako bi opstali, oni se prilagođavaju novim tehnologijama.

⁵ Usp. Richard ROOKE, *Evropski mediji u digitalnom dobu. Analize i pristupi*, Beograd, 2011., str. 207.

⁶ Usp. Daniel HALLIN – Paolo MANCINI, *Comparing media systems beyond the western world*, Cambridge, 2012., str. 2.

⁷ Pierre ALBERT, *Que sais-je? La Press*, Paris, 1985.; citirano prema R. ROOKE, *n. dj.*, str. 208.

- na europski – uglavnom kontinentalna Europa
- na anglosaksonski – Engleska i SAD
- na nezapadni – Rusija (nekadašnji SSSR) i Japan.⁸

Uvažavajući stavove autora, može se reći da u suvremenoj europskoj radiotelevizijskoj teoriji i praksi postoje tri modela:

- javni
- komercijalni
- državni.

1.1. Javni RTV servisi – programski sadržaji

Teoretičari medija još nisu postigli konsenzus oko pitanja što je to javna televizija. No eksperti UNESCO-a dali su jednostavno objašnjenje – javnost ustrojava, financira i kontrolira javni radiotelevizijski servis. On nije komercijalni medij niti je pod utjecajem države. Trebao bi djelovati bez političkoga pritiska i pritiska oglašivača.⁹ Pa ipak teoretičari navode kako se ova definicija teško provodi u praksi. „Svi se naime, zaklinju na javnost i demokraciju, ali kada dođu u poziciju da stvore takvu televiziju tada svaka stranka pada na ispit, jer ponovno stvara ‘svoju’ televiziju koja ne izražava interese javnosti, a to bi značilo cijelog društva.“¹⁰

Ideja javnoga RTV servisa nastala je u Velikoj Britaniji. Prvi ravnatelj BBC-a John Reith inzistirao je da BBC ostane u javnoj sferi. „Služba koju je Reith počeo stvarati 1923. godine u velikoj se mjeri oslanjala na viktorijanski ideal javne službe.“¹¹ Europa je posebno ponosna što je civilizaciji podarila izum javne radiotelevizije i danas je njezin najveći zagovornik. Pa ipak najgledaniji i najbogatiji javni RTV servis ne nalazi se u Europi, nego u Japanu. Riječ je o japanskoj javnoj radioteleviziji NHK.¹²

Eric Barendt navodi šest karakteristika javnih radiodifuznih organizacija:

- opća zemljopisna dostupnost
- briga za nacionalni identitet i kulturu

⁸ Usp. *isto*.

⁹ Usp. „Public Service Broadcasting“, <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/public-service-broadcasting/> (21. X. 2014.).

¹⁰ Marko SAPUNAR, *Teorijski aspekti novinarstva*, Zagreb, 2001., str. 193. – 194.

¹¹ Martin SHINGLER – Cindy WIERINGA, *Radio*, Beograd, 2000., str. 50.

¹² Usp. Rade VELJANOVSKI, *Javni RTV servis u službi građana*, Beograd, 2005., str. 181.

- neovisnost u odnosu na državu i na komercijalne interese
- nepristranost programa
- širina i raznovrsnost programa
- značajan udio u financiranju sredstava dobivenih naplatom od korisnika.¹³

Za našu studiju posebno su zanimljive sljedeće karakteristike: *briga za nacionalni identitet i kulturu, nepristranost programa te širina i raznovrsnost programa.*

Teoretičari medija ističu da se ideja javne radiotelevizije našla u krizi. Dio njih navodi da je riječ o tijelu na umoru. John Street piše da je „vrlo vjerojatno da će javna televizija, ako opstane u godinama koje slijede, biti namijenjena tek manjinskoj populaciji.“¹⁴ Pa ipak veći se dio teoretičara medija slaže sa Streetovim pesimističnim stavom o budućnosti javnih radiotelevizijskih servisa. Umjesto toga smišljaju se novi modeli kako se javni servisi mogu oduprijeti komercijalizaciji. I europsko zakonodavstvo u znatnoj mjeri, unatoč pritiscima, pokušava pogodovati javnim medijima kao europskoj stečevini. Stvoren je cjelovit konsenzusni stav svih društvenih sfera o potrebi postojanja gledanih i utjecajnih javnih RTV servisa. „U svakoj zemlji postoje i skupine koje traže zaštitu javnih emiteračkih sustava koji su pod tržišnom i političkom opsadom.“¹⁵ Zato se u Europi s pravom govori o dualnom radiodifuznom sustavu koji podrazumijeva koegzistenciju javnog i komercijalnog. Razvijena je i strategija za javne RTV sustave u 21. stoljeću u kojoj se navodi da je javni RTV servis potreban:

- kako bi bio protuteža stvaranju tržišne koncentracije privatnih medijskih monopola
- kako bi smanjio fragmentaciju publike, koja doprinosi poskupljenju troškova proizvodnje TV programa
- kako bi podigao kvalitetu TV emitiranja s obzirom na to da će u eri digitalnog emitiranja, koje stimulira povećanje broja TV kanala, kvaliteta biti reducirana, marginalizirana i stavljena u drugi plan
- kako bi nudio gledateljima raznovrsniji izbor pluralnih TV programa
- kako bi osigurao najširi medijski forum svih članova jednog društva

¹³ Usp. Toby MENDEL, *Javna radiodifuzija*, Beograd, 2001., str. 7.

¹⁴ John STREET, *Masovni mediji, politika i demokracija*, Zagreb, 2003., str. 151.

¹⁵ Edward HERMAN – Robert MCCHESENEY, *Globalni mediji. Misionari korporativnog kapitalizma*, Beograd, 2004., str. 295.

- kako bi osigurao marginaliziranim skupinama u društvu slobodu izražavanja i informiranja kao temeljno ljudsko pravo.¹⁶

Tena Perišin piše kako je pred javnom televizijom izazov jer „...mora proizvoditi gledane programe koji su kvalitetni i kvalitetne programe koji su gledani.“¹⁷

Umjesto pesimističnih prognoza i sumnji u opstojnost javnih RTV servisa oni su i dalje u velikom broju europskih zemalja lideri na medijskom tržištu kao nužna demokratska potreba društva koja teže ispunjavanju svoje društvene uloge „*the best for the most*“.

1.2. Komercijalna televizija – programski sadržaji

Ideja komercijalne radiotelevizije razvijala se istodobno s idejom javne radiotelevizije. Posebice su u promicanju komercijalnih aspekata tadašnjih novih medija prednjačili Amerikanci. „Radijski je medij imao silno veliki poslovni potencijal, što je bio dovoljan mamac za najjače korporacije da se ozbiljno posvete mladom mediju.“¹⁸ Kod televizije je takav pristup bio još izraženiji. Cilj je komercijalnih medija profit čime one publiku iznajmljuju oglašivačima. Stanko Crnobrnja pojašnjava kako komercijalna TV isporučuje gledatelje reklameru po najnižoj mogućoj cijeni, u „jedinici mjere“ od tisuću gledatelja:

U komercijalnoj televiziji kvalitet, stil i sadržaj estetskih odrednica, koje su u izravnoj vezi sa subjektivnim ukusom, važni su samo kada su u funkciji podizanja gledanosti programa. Gledanost programa, odnosno registrirani broj gledatelja po pojedinačnom programu predstavlja glavno mjerilo po kome se prodaje televizijsko vrijeme. Televizijsko programsko vrijeme pojedina poduzeća kupuju kako bi, zapravo, posredno poboljšala prodaju robe i usluga. Za onog tko se reklamira važno je da za određenu publiku – teorija marketinga to naziva „ciljanom skupinom“ – televizijski program u kome se reklamira postane mamac koji će istu tu ciljanu skupinu opredijeliti da ostane vezana za televizijski prijemnik, odnosno upravo za taj program.¹⁹

¹⁶ Usp. Željko RUTOVIĆ, „Budućnost javnih radiodifuznih servisa (dijalog koncepta i društvenog konteksta)“, *Medijski dijalozi*, Podgorica, god. V, 2012., br. 13. – 14., str. 353.

¹⁷ Tena PERIŠIN, *Televizijske vijesti*, Zagreb, 2010., str. 49. – 50.

¹⁸ Marina MUČALO, *Radio. Medij 20. stoljeća*, Zagreb, 2010., str. 116.

¹⁹ Stanko CRNOBRNJA, *Estetika televizije i novih medija*, Beograd, 2010., str. 48. – 49.

I Michael Kunczik i Astrid Zipfel navode kako je komercijalnim televizijama cilj da uz minimalne troškove programske proizvodnje reklamnu poruku vidi što više gledatelja. „Za De Fleura kulturna razina nekog sadržaja u masovnim medijima obrnuto je proporcionalna njegovoj popularnosti. To znači da je *low-taste content*, tj. prije svega nezahtjevna zabava, najpogodnija za privlačenje pozornosti kvantitativno najveće kategorije konzumenata, a njih karakterizira niska obrazovna razina.“²⁰ Na komercijalnim televizijama prevladavaju laki i zabavni programi, američki serijali i filmovi, jeftino producirani kvizovi. „Bitan je utjecaj na stvaranje elitističke potrošačke kulture u okviru šireg društva, što se posebno nepovoljno odražava na siromašne i manje razvijene informacijsko-komunikacijske prostore.“²¹ James Potter piše o strategiji održavanja navika gledatelja²² kod komercijalnih televizija: „Ako imamo naviku da pratimo večernje vijesti dok večeramo, to i dalje radimo. Ako smo ljubitelji glazbe nekolicine glazbenih skupina pratimo njihove nove snimke i obično zanemarujemo glazbu drugih skupina, a na druge vrste glazbe uopće ne obraćamo pozornost. Na televiziji gledamo nekolicinu omiljenih emisija...“²³ Teoretičari medija pišu o američkoj medijskoj hegemoniji²⁴ čiji su izvršitelji, kako navode kritičari, komercijalne televizije. Ona se provodi

²⁰ Michael KUNCZIK – Astrid ZIPFEL, *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb, 2006., str. 41.

²¹ Ante GAVRANOVIĆ, *Poslovno novinarstvo između etike i zarade*, Zagreb, [b. g.], str. 127.

²² Američki i britanski teoretičari medija tu strategiju nazivaju *Lead-in*. Stalnim emitiranjem iste vrste emisija gledatelji se vežu za određeni kanal. *Stripped scheduling* je strategija da se isti formati emisija prikazuju svakoga dana u isto vrijeme i da počinju na puni sat ili na pola sata kada je god to moguće uskladiti u programskoj shemi. Gledatelji su upoznati s određenom vrstom emisija, znaju što mogu očekivati te ostaju vjerni toj televiziji.

²³ James POTTER, *Medijska pismenost*, Beograd, 2011., str. 205. – 206.

²⁴ *Exception culturelle (Kulturna iznimka)* - Pregovori oko slobodne trgovinske zone između Europske unije i SAD-a uključuju i kulturna dobra kao što su film, glazba i drugi „proizvodi“. Oni su za sada izuzeti iz pregovara, prije svega zahvaljujući službenom Parizu. U dugim raspravama koje su prethodile pregovorima, Francuska je uspjela uvjeriti EU-partnere u *kulturne iznimke* (*Exception culturelle*). Strah Francuza je, između ostalog, da bi se filmskoj industriji moglo nanijeti puno štete ako europske zemlje, zbog slobodne trgovinske zone, ne bi mogle subvencionirati proizvode iz kulture. U SAD-u se glazba, kazalište ili filmska produkcija ne subvencioniraju. Prema američkim standardima riječ je o proizvodima. U Europi je stav potpuno drukčiji. To što Europljani (a posebice Francuzi) subvencioniraju svoju filmsku industriju, Amerikancima već dugo smeta. Naime, time se stvaraju različiti uvjeti produkcije zbog kojih Amerikancima „prijeti“ slabija konkurentnost. To što hollywoodske produkcije u europskim kinima dominiraju sa 60 do 80 posto, često se previdi. Francuska predvodi cijelu skupinu manjih europskih zemalja koji su za *kulturnu iznimku*, s druge se strane Velika Britanija i dio skandinavskih zemalja tomu protive dok je Njemačka suzdržana.

tako da Europljani kupuju od Amerikanaca velik broj programa dok istodobno Amerikanci od Europljana, izuzmemo li britanske programe, ne kupuju gotovo ništa.²⁵

Edward Herman i Robert McChesney navode i pet glavnih crta obrane medijskoga *statusa quo* i tekućih trendova globalizacije i komercijalizacije:

- magija tržišta: konkurencija i potreba da se publika zadovolji na kraju primoravaju komercijalne medije da pruže ljudima ono što traže²⁶
- profesionalizam i pravilo objektivnosti
- aktivna publika
- nove komunikacijske tehnologije
- nema bolje alternative.²⁷

No svi navedeni razlozi nemaju svoje utemeljenje u praksi. Može se reći da se javni RTV pokušava uhvatiti u koštac s problemima dok komercijalna televizija istodobno probleme izbjegava.

1.3. Državna televizija – programski sadržaji

Definira se kao državno-partijski tip televizije koji se zadržao kao poželjan model na rubovima Europe: u Bjelorusiji, Rusiji, u državama na Kavkazu, ali i u nekim balkanskim zemljama. Riječ je o modelu radiotelevizije koji je tijekom 20. stoljeća bio dominantan u velikom dijelu Europe, posebice kada je riječ o bivšim zemljama Varšavskoga pakta. No i zapadnoeuropske su zemlje u svojim počecima zbog straha od komunizma imale ovaj model iz kojeg se poslije razvijao model javnih RTV servisa. „U godinama poslije Drugog svjetskog rata monopol je trajao i u zapadnim i u istočnim zemljama Europe, razumije se, na različite načine i s potpuno različitim konsekvencama.“²⁸ Padom Berlinskoga zida u zapadnoeuropskim je zemljama znatno brže došlo

²⁵ Nijedna medijska industrija u svijetu, izuzev SAD-a, nije u mogućnosti proizvoditi velik broj skupih TV programa uz mogućnost da ih u cijelosti otplati, iznimno dobro zaradi na domaćem tržištu te proda svjetskom tržištu po cijeni koja je manji dio stvarne proizvodne cijene. To javne servise u Europi dovodi do velikih problema jer im je jeftinije kupovati američke TV programe nego proizvoditi vlastite, no tu do izražaja dolazi uloga javnih RTV servisa. S druge strane, velik dio tih programa završi na komercijalnim televizijama diljem Europe.

²⁶ Riječ je o tzv. principu „Alise u zemlji čuda“ – ako publika gleda, znači da su javni interesi zadovoljeni. Najveći broj europskih teoretičara medija ne slaže se s ovom tezom.

²⁷ Usp. E. HERMAN – R. MCCHESENEY, *n. dj.*, str. 280. – 290.

²⁸ R. VELJANOVSKI, *n. dj.*, str. 66.

do transformacije u javne servise nego li je to bio slučaj u istočnoeuropskim zemljama. Koliko je ova oblast važna za EU govori i činjenica da je svim novim članicama EU-a javna radiodifuzija bila jedan od uvjeta pri pristupanju. Osnovna razlika ovoga modela u odnosu na javni je što njime izravno upravlja stranačka vlast za razliku od javnoga modela u kojem je javnost ta koja bi trebala imati izravan utjecaj na javne RTV servise. Državne televizije posebnu pozornost pridaju informativnom programu, ali i svim drugim segmentima programa od zabavnoga, igrano-dokumentarnog do obrazovnog. U svima njima vidljiv je pečat vladajuće ideologije. I danas među teoretičarima medija postoje oprečne razlike gdje je u praksi i proizvodnji programa razlika između javnih i državnih televizija.

2. Medijske politike u pluralnim državama – složenost ustroja javnih RTV servisa

Cjelokupna medijska politika Europske unije odvija se u izrazito pluralnom okružju. Europski su mediji vezani za tržišta, ali i za kulturne komunikacije. Europska unija stoga na medije gleda kao na obranu europskih vrijednosti. I velike i srednje i male zemlje članice EU-a na proizvodnju, distribuciju i potrošnju gledaju kao na zaštitu europskih vrijednosti, ali i vlastitih nacionalnih. „U okviru svojih granica EU je i zaštitnik onoga što naziva kulturnom raznolikošću.“²⁹ To se posebice odnosi na javni RTV sektor. I bivši je francuski ministar vanjskih poslova Bernard Kouchner u intervjuu *Le Mondu* naglasio kako narod koji je nesposoban širiti svoju poruku postaje nevidljiv i nečujan narod.³⁰ Toga su svjesne gotovo sve europske nacije. Zahvaljujući jeziku i kulturi, javni su RTV servisi središnje pitanje suvereniteta europskih nacija te zbog toga kontrola medija unutar EU-a ostaje u velikoj mjeri u rukama nacionalnih država. U tako pluralnoj Europi postoje države koje nisu homogene, sastavljene od jedne nacije, nego od više segmenata³¹. Unutar njih vode se burne rasprave kako trebaju izgledati javni RTV servisi i kako udovo-

²⁹ R. ROOKE, *n. dj.*, str. 40.

³⁰ Usp. *Le Mond*, 4. prosinca 2007., citirano prema: Christian SALMON, *Storytelling. Mašina za proizvodnju priča i formatiranje uma*, Beograd, 2010., str. 189.

³¹ Segment – politološki termin koji se koristi za različite etničke, religijske, jezične, rasne, ideološke pripadnike u pluralnim društvima.

ljiti potrebama svakog od segmenata u takvim državama. I baš kao što države članice Europske unije žele da radiodifuzija ostane na razini država, a ne na razini Unije, tako i različiti segmenti unutar složenih država žele ostvarenje svojih potreba glede javne radiodifuzije. Demokratska je praksa da mediji održavaju razlike među segmentima koji čine složenu državu. Arend Lijphart u studiji *Demokracija u pluralnim društvima* medije stavlja na visoko mjesto. Navodi kako se za sredstva komuniciranja prirodno može očekivati zasebno jezično organiziranje.³² „Hoće li ta društva imati zajednički radio-difuzni sustav ovisi od raspoložive tehnologije i političke, društvene volje da ga formiraju. Što je volja za stvaranje zajedničkog tržišta slabija, to je jača tendencija ka izrazitoj lokalnoj, nacionalnoj proizvodnji.“³³

Pluralne zapadnoeuropske države uvažile su u svojim medijskim politikama posebnosti segmenata pa su se te posebnosti reflektirale ne samo na ustroje takvih država nego i na ustroje javnih RTV sustava. Kao kriterije na temelju kojih će u organizacijskom smislu funkcionirati javni RTV sustavi, neke su zemlje uzimale teritorijalni ustroj, dio njih su ga zanemarile pa su se bazirale na segmente u jezičnom ili nekom drugom smislu. No unatoč različitim pristupima sve uvažavaju posebnosti segmenata pri ustroju javne radiodifuzije. Sandra Bašić-Hrvatini i Mark Thompson ustroje javnih RTV sustava u pluralnim su državama podijelili na dva modela: integrativni i konsocijacijski. Ovaj drugi podijelili su u dvije podskupine: odvojeni i pluralno odvojeni.³⁴ Autori su modele kratko opisali bez detaljnih razrada. No na temelju europskih iskustava iskristalizirala su se tri modela ustroja javnih RTV sustava u pluralnim europskim zemljama:

- integrirajući
- konsocijacijski
- dezintegrirajući.³⁵

³² Usp. Arend LIJPHART, *Demokracija u pluralnim društvima*, Zagreb, 1992., str. 124.

³³ R. ROOKE, *n. dj.*, str. 200.

³⁴ Usp. Sandra BAŠIĆ-HRVATIN – Mark THOMPSON, *Razjedinjeni propadaju. Javni radio-televizijski servisi u multietničkim državama*, Sarajevo, 2008., str. 24.

³⁵ Usp. Miroslav VASILJ, „Modeli ustroja javnih RTV servisa u pluralnim državama“, *Status*, Mostar, br. 16., 2013., str. 129.

Kao kriterije za strukturiranje različitih modela uzimaju se: zakonska regulativa, organizacijska struktura, financiranje, upravljanje, kadrovska politika, program i recipijenti.³⁶

2.1. Integrirajući model – programska orijentacija

Ovaj model potencira integrirajuće elemente na štetu zasebnosti segmenata. Unatoč tomu svaki segment ima pravo organizirati RTV servise na materinskom jeziku, ali koji ipak imaju inferioran status u odnosu na središte države i dominirajući segment. Riječ je o modelu koji teži smanjenju etničkih, jezičnih, religioznih ili ideoloških razlika. Takav model na snazi je u Kraljevini Španjolskoj. Javni RTV servis TVE ima pet kanala. No u Španjolskoj postoje javni servisi i na regionalnoj razini. Prihvaćanjem zakona o trećem kanalu 26. prosinca 1983. godine regionalne autonomije dobile su pravo na osnivanje vlastitih televizija.³⁷ Tu mogućnost prvi su iskoristili Baski, a nakon njih Katalonci.

2.2. Konsocijacijski model – programska orijentacija

Ovaj model balansira između integracijskih vrijednosti i posebnosti segmenata. Svakom segmentu omogućeno je osnivanje vlastitog RTV servisa na državnoj razini, ali u sklopu zajedničkog RTV sustava. Svaki segment financira vlasti RTV servis, a većinski segment dragovoljno sufinancira servise demografski malobrojnijih segmenata. Jednaka je zastupljenost u upravljačkim strukturama, programski sadržaji održavaju posebnosti, ali i potiču razmjenu programa, a ne isključuju se potrebe recipijenata drugih skupina. Ovakav je model na snazi u Švicarskoj. U sklopu švicarskoga javnog RTV sustava *SRG SSR idee suisse* nalaze se televizijski kanali za njemačku, francusku i talijansku jezičnu zajednicu s programima za retroromansku jezičnu zajednicu.

³⁶ Kriteriji za strukturiranje različitih modela javnih RTV sustava u pluralnim društvima kao i opisi sva tri modela integrirajućeg, konsocijacijskog i dezintegrirajućeg modela javnih RTV servisa u pluralnim državama opisana su u članku „Modeli ustroja javnih RTV servisa u pluralnim državama“.

³⁷ Usp. Damir MATKOVIĆ, *Televizija. Igračka našeg stoljeća*, Zagreb, 1995., str. 392.

2.3. Dezintegrirajući model – programska orijentacija

Ovaj model podrazumijeva potpuno odvojene javne RTV sustave segmentata u jednoj državi. „Osim što je riječ o zasebnim pravnim subjektima taj model uključuje i potpunu nezainteresiranost glede razmjene programa, praćenja događaja kod drugih segmenata, ugošćavanje pripadnika drugih segmenata, te kadrovsku politiku koja preferira isključivo kadrove jednoga segmenta.“³⁸ Takav sustav na djelu je u Kraljevini Belgiji gdje postoje tri odvojena pravna subjekta: flamanski, valonski i njemački javni RTV sustavi. Jedan od zadataka valonskoga javnoga RTV sustava je doprinijeti obnavljanju francuske kulture u Belgiji. S druge strane, zadatak flamanskog javnog RTV sustava je razvoj identiteta flamanske kulture i demokratskog tolerantnog društva. Uz svega nekoliko iznimaka gotovo da nema razmjene bilo koje vrste produkcije između tih dviju javnih belgijskih TV kuća. Jedna drugoj uopće nisu ni konkurencija.³⁹

3. Pravilo „Z3“ kod javnih RTV servisa u pluralnim državama

Praksa, ali i komparativna analiza javnih RTV servisa u pluralnim državama nametnula je tri osnovna pitanja s kojima se susreću javni RTV servisi u složenim državama. To pravilo moglo bi se nazvati „Z3“, a riječ je:

1. o zastupljenosti u programu
2. o zastupljenosti kadrova
3. o zastupljenosti jezika.

3.1. Zastupljenost u programu

U dosadašnjim istraživanjima ovo je pitanje zapostavljeno u odnosu na pitanje jezika i kadrova, no upravo bi se ono moglo nazvati ključnim i na njemu se vrši najveći stupanj manipuliranja. Na to upozorava i studija OEES-a: „Pored zakonski osigurane količine programa na različitim jezicima, javna glasila trebaju posvetiti prikladnu pozornost životu i situaciji u kojoj se nalaze

³⁸ M. VASILJ, „Modeli...“, str. 130.

³⁹ Usp. Miroslav VASILJ, „Belgijska i švicarska iskustva kao putokaz za ustroj javnoga RTV servisa BiH“, *Medianali*, Dubrovnik, god. VI., 2012., br. 12., str. 43.

razne etničke skupine koje žive u toj zemlji. Pokrivanje tema koje se tiču ovih skupina mora biti jedan od osnovnih prioriteta u glavnim vijestima i programima o tekućim poslovima.“⁴⁰

3.2. Zastupljenost kadrova

Zastupljenost kadrova iznimno je važan segment jer on može utjecati na uređivačku politiku, zastupljenost u programima, ali i zastupljenost jezika.

3.3. Zastupljenost jezika

Pitanje jezika jedno se vrijeme navodilo kao najvažnije pitanje kada je riječ o složenim državama. Ono jest bitno, no ne bi smjelo biti isključivo mjerilo pravednosti i profesionalnosti javnih RTV servisa u pluralnim državama. Praksa pokazuje da se ponajviše može manipulirati na ovom pitanju jer dominirajući segmenti mogu koristeći jezik manjih segmenata manipulirati načinom prezentiranja tema tako što će uređivačka politika, iako na njegovom materinskom jeziku, manjem segmentu biti nenaklonjena.

4. Čimbenici utjecaja na modele javnih RTV servisa u pluralnim državama

Brojni su čimbenici koji utječu na koji će način biti ustrojeni javni RTV servisi u pluralnim državama, kakav će biti njihov program, uređivačka politika te stupanj pravednosti i pravičnosti prema svim segmentima. Richard Rooke navodi čimbenike koji se odnose na stupanj čitanja tiska u europskim društvima. Navedeni elementi primjenjivi su i na javne RTV servise u pluralnim društvima. To su:

1. politika
2. ekonomija
3. socijalni ili društveni čimbenici
4. kultura

⁴⁰ Freimut DUVE, „Mediji u višejezičnim društvima. Sloboda i odgovornost“, Beč, 2003., str. 10. – 11. <http://www.osce.org/sr/fom/13877> (25. VIII. 2014.)

5. povijest
6. tehnologija.⁴¹

4.1. Politika

Ustroj države i omjeri političkih snaga između različitih segmenata u pluralnim državama utječu i na način na koji će biti ustrojteni javni RTV sustavi u takvim društvima. Što je pluralna država centraliziranija i javni je RTV sustav centraliziraniji. To se odnosi na Španjolsku. S druge strane, što je država više decentralizirana to je i javni RTV sustav decentraliziran – primjer Belgije. Presudan utjecaj politike vidljiv je i na primjeru Bosne i Hercegovine. Tako je srpski narod, s obzirom na to da je javni RTV sustav BiH formiran na teritorijalnom principu, kroz Republiku Srpsku dobio i vlastiti javni RTV servis Radioteleviziju Republike Srpske. Hrvatima koji nemaju vlastitu federalnu jedinicu za sada se priječi osnivanje javnog RTV servisa na hrvatskome jeziku.

4.2. Ekonomija

Financijski status utječe na kvalitetu programa, opseg emisija i programa u kojima su zastupljeni svi segmenti te zastupljenost kadrova iz različitih segmenata. Kod javnoga RTV servisa na hrvatskome jeziku čest je izgovor upravo da nema dovoljno financijskih sredstava za njegovu uspostavu. To, primjerice, nije problem ni u Švicarskoj ni Belgiji gdje manje od jedan posto Nijemaca ima svoj RTV servis ili također u Španjolskoj gdje Baski imaju dva vlastita javna RTV kanala.

4.3. Socijalni ili društveni čimbenici

Primjer je Švicarska u kojoj je razvijen sustav solidarnosti u kojem većinska govorna njemačka zajednica sufinancira javni RTV servis na talijanskom jeziku koji zbog malobrojnosti talijanske jezične zajednice ne bi mogao opstajati. Osim toga sva tri javna servisa obvezna su proizvoditi i emitirati i program za manjinsku retroromansku zajednicu.

⁴¹ Usp. Richard ROOKE, *Evropski mediji u digitalnom dobu. Analize i pristupi*, Beograd, 2011., str. 94. – 96.

4.4. Kultura

France Vreg ističe da europsko novinarstvo održava specifičnost pojedinih nacionalnih kultura.⁴² Zoran Tomić piše kako nacionalnu kulturu čine vrijednosti i stavovi zajednički ljudima iz određene zemlje koje oblikuju njihovo ponašanje i uvjerenja o tome što je važno.⁴³ Osim toga, Kathleen Reardon upozorava da ono što je prihvatljivo u jednoj kulturi ne mora biti prihvatljivo u drugoj. „Svaka kultura ima vlastita pravila komuniciranja.“⁴⁴ Richard Rooke navodi kako mediji zalaze u oblast kulture i predstavljaju sredstvo poboljšanja nacionalnih i transnacionalnih kulturnih i društvenih vrijednosti.⁴⁵ Posebnu ulogu glede toga pitanja imaju javni mediji u pluralnim državama.

4.5. Povijest

I povijest je na određen način utjecala na procese ustroja javnih RTV servisa. Asa Briggs i Peter Burke pišu kako različite zemlje nisu predstavljale isti broj programa niti su to činile na isti način iz mahom povijesnih razloga...⁴⁶ Negdje je televizija prije započela s radom, a procesi pretvorbi nekadašnjih državnih televizija u javne tekli su zasebno u svakoj od država. To se odnosi i na pluralne države. Upravo tijekom pretvorbe dolazilo je i do različitih ustroja javnih RTV servisa i do različitih pristupa svakomu od segmenata kao i različitu utjecaju svakog segmenta na ustroj javnoga RTV servisa u pluralnim državama.

4.6. Tehnologija

Nove televizijske tehnologije posljednjih godina uvelike mijenjaju ustroje javnih RTV servisa u pluralnim državama. Posebice se to odnosi na digitalizaciju koja u velikoj mjeri otvara velike mogućnosti da i u zemljama u kojima određeni segmenti nemaju vlastite javne RTV servise sada ih dobiju s obzirom na ogroman broj novih kanala koji se zbog digitalizacije otvaraju.

⁴² Usp. France VREG, *Humana komunikologija*, Zagreb, 1998., str. 86.

⁴³ Usp. Zoran TOMIĆ, *Osnove političkog komuniciranja*, Mostar, 2012., str. 325.

⁴⁴ K. Kathleen REARDON, *Interpersonalna komunikacija. Gdje se misli susreću*, Zagreb, 1998., str. 175.

⁴⁵ Usp. R. ROOKE, *n. dj.*, str. 119.

⁴⁶ Asa BRIGGS – Peter BURKE, *Društvena istorija medija. Od Gutenberga do interneta*, Beograd, 2006., str. 306.

„Tehnologija je okvir koji definira a istovremeno i omogućava kreativne do-mete i performanse medija, pa tako i televizije.“⁴⁷

5. Javni RTV sustav u Bosni i Hercegovini

Javni RTV sustav u BiH nastao je na temelju Radiotelevizije Sarajevo koja je bila sastavni dio JRT-a⁴⁸. Nakon rata međunarodni su stručnjaci preuzeli na sebe ustroj javnoga RTV sustava. Smjernice za trenutačno ustrojen javni RTV sustav BiH donesene su u sklopu međunarodnih sporazuma o BiH i dokumenata za provedbu mirovnoga sporazuma Vijeća za provedbu mira u Sintri (1996.), Bonnu (1997.), Luksemburgu i Madridu (1998.). U njima je značajna pozornost usmjerena na medije. Posebice je madridska konferencija aktualizirala temeljna pitanja reguliranja elektroničkih medija kroz *Aneks o reformi medija* gdje se navodi da je javni RTV sustav važan čimbenik demo-kratskog razvitka. Budući da dogovor između političkih elita nije postignut, presudio je tadašnji visoki predstavnik u BiH Carlos Westendorp. Nametnuo je odluku o restrukturiranju sustava javnoga emitiranja u BiH sastavljenoga od triju emitera: od televizije na državnoj razini i dviju televizija na entitetskoj razini. Na temelju te odluke njegov nasljednik Wolfgang Petritsch 2002. godi-ne nametnuo je Zakon o javnom RTV sustavu i servisu. Uslijedile su brojne parlamentarne procedure i odluke ustavnih sudova na razini države i Federa-cije. Predstavници Hrvata o ovom su pitanju nadglasani i u zakonodavnoj, i u izvršnoj i u sudbenoj vlasti, što traje i danas.⁴⁹

Javni RTV sustav BiH sastoji se:

1. od Radiotelevizije Bosne i Hercegovine (BHRT) – javni RTV servis BiH
2. od Radiotelevizije Federacije Bosne i Hercegovine (RTFBiH) – javni RTV servis Federacije BiH

⁴⁷ S. CRNOBRNJA, *n. dj.*, str. 215.

⁴⁸ JRT – Jugoslavenska radiotelevizija. Bila je sastavljena od šest republičkih i dva pokrajinska centra.

⁴⁹ Usp. M. VASILJ, „Belgijska...“, str. 46. – 47.

3. od Radiotelevizije Republike Srpske (RTRS) – javni RTV servis Republike Srpske
4. od korporacije javnih RTV servisa BiH⁵⁰ (nije zaživjela).

6. Koncept istraživanja

Strukturalna obilježja analize bazirala su se:

1. na zastupljenosti tema (vremensko trajanje) s područja gdje je jedan od segmenata u većini
2. na tome jesu li teme prikazane u neutralnom, pozitivnom ili negativnom kontekstu
3. na područjima iz kojih su teme praćene (politika, socijalna politika, gospodarstvo, šport, crna kronika...).

6.1. Uzorak i metodologija

Istraživanje je temeljeno na praćenju središnjih informativnih emisija Dnevnik 2 na entitetskim televizijama u BiH, Televiziji Federacije Bosne i Hercegovine (TVFBiH) i Televiziji Republike Srpske (TVRS). Razdoblje istraživanja je tjedan dana: od 1. do svibnja 2014. godine. Kao metodologija korištena je analiza sadržaja.

6.2. Rezultati

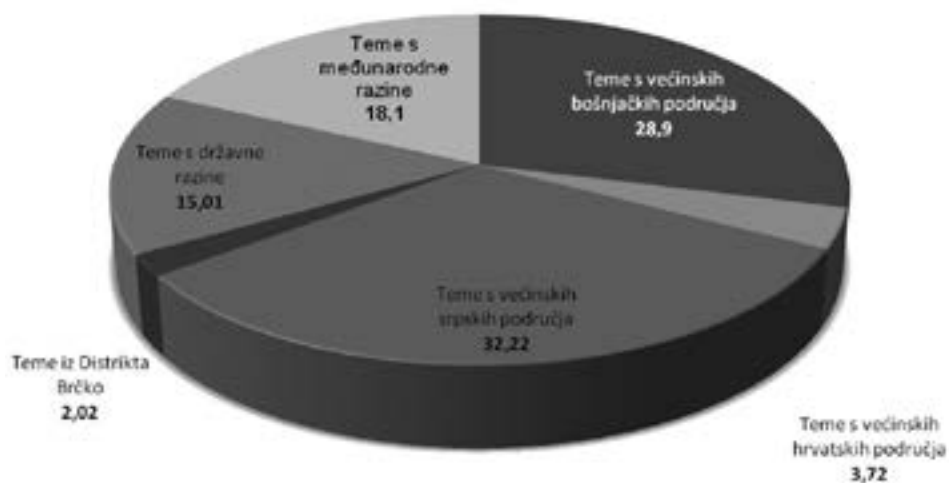
Istraživanje pokazuje da Televizija Federacije BiH u najvećoj mjeri prati događaje na većinskim bošnjačkim područjima, Televizija Republike Srpske na područjima sa srpskom većinom dok su područja s hrvatskom većinom u Bosni i Hercegovini zakinuta kada je riječ o vremenu koje dobivaju u središnjim informativnim emisijama entitetskih emitera.

Teme s većinskih hrvatskih područja u središnjim dnevnicima entitetskih televizija zastupljene su s 3,72 %, teme s većinskih bošnjačkih područja s 28,9 % dok su teme s većinskih srpskih područja zastupljene s 32,22 %. Značajno više prostora u Dnevniku od tema s većinskih hrvatskih područja

⁵⁰ Usp. Zakon o javnom radiotelevizijskom sustavu Bosne i Hercegovine (5. X. 2005.) <http://www.mkt.gov.ba/bos/dokumenti/zakoni/default.aspx?id=276&langTag=bs-BA>, (25. X. 2014.)

dobiju i teme koje govore o međunarodnim događajima 18,1 %, kao i teme koje se tiču državne razine 15,01 % dok su teme iz Distrikta Brčko zastupljene s 2,02 %.

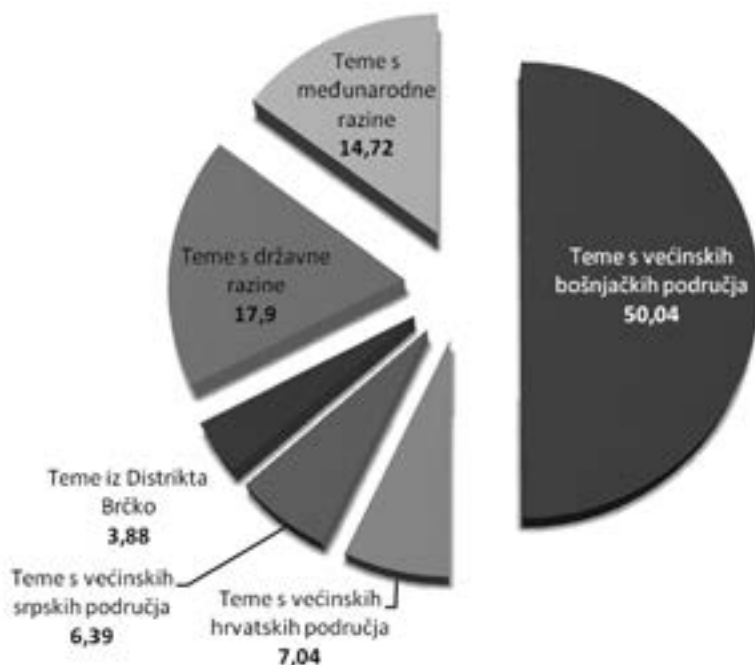
Graf 1: Zastupljenost tema u postotcima u Dnevniku TVFBiH i TVRS-a



6.2.1. Televizija Federacije Bosne i Hercegovine

U središnjem Dnevniku Televizije Federacije BiH više od polovicu ukupne minutaže, odnosno 50,04 % zauzimaju teme s većinskih bošnjačkih područja dok teme s većinskih hrvatskih područja zauzimaju 7,04 % vremena. Teme s većinskih srpskih područja, odnosno iz Republike Srpske, dobile su neznatno manje prostora od tema s većinskih hrvatskih područja – 6,39 %. Teme s međunarodne razine u Dnevniku 2 TVFBiH dobile su 14,72 % od ukupne minutaže, 3,88 % od ukupnog vremena dobile su teme iz Distrikta Brčko dok su teme s državne razine zastupljene s ukupno 17,9 %.

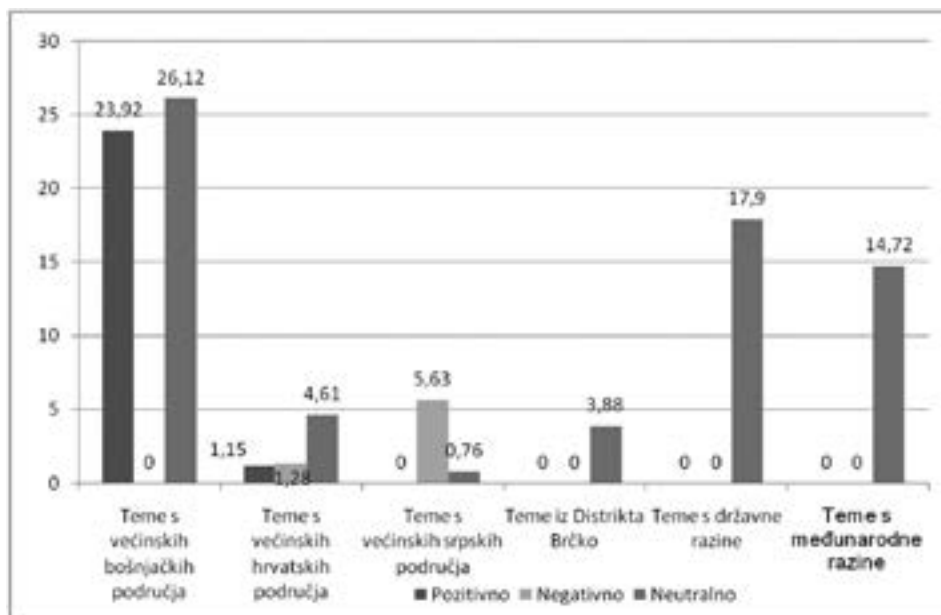
Graf 2: Zastupljenost tema u postotcima u Dnevniku 2 Televizije Federacije BiH



Teme s bošnjačkih područja gotovo su podjednako zastupljene na pozitivan (23,92 %) i neutralan način (26,12 %) od ukupnog broja prikazanih tema dok iz ovog segmenta nijedna tema u Dnevniku za vrijeme istraživanja nije prikazana negativno.

Teme s većinskih hrvatskih područja prikazane su uglavnom neutralno – 4,61 %, pozitivnih je 1,15 % dok je negativnih 1,28 %. Teme s većinskih srpskih područja, odnosno iz Republike Srpske, prikazane su uglavnom negativno (5,63 %) i neutralno (0,76 %) dok pozitivnih tema iz ovoga segmenta uopće nema u središnjem Dnevniku Televizije Federacije BiH. Sve teme iz Distrikta Brčko, kao i s državne i međunarodne razine u prilogima emitiranim u Dnevniku 2 Televizije Federacije BiH prikazane su neutralno.

Graf 3: Način prikazivanja tema u Dnevniku 2 Televizije Federacije BiH



Tablica 1: Zastupljenost tema u minutama u Dnevniku 2 Televizije Federacije BiH

TVFBiH	teme s većinskih bošnjačkih područja	teme s većinskih hrvatskih područja	teme s većinskih srpskih područja	teme iz Distrikta Brčko	teme s državne razine	teme s međunarodne razine
pozitivno	46.04	2.13	-	-	-	-
negativno	-	2.28	10.51	-	-	-
neutralno	50.18	8.53	1.28	7.29	34.29	28.21
UKUPNO	96.22	13.34	12.19	7.29	34.29	28.21

U Dnevniku 2 TVFBiH gospodarstvo s većinskih bošnjačkih područja ima značajnu minutažu dok je s većinskih hrvatskih područja prikazan jedan prilog. Iz većinskih bošnjačkih područja dominiraju socijalna pitanja, politika, a zatim gospodarstvo dok s većinskih hrvatskih područja dominira negativno izvještavanje o političkim temama, neutralan izvještaj o gospodarstvu te pozitivan prilog o športu. Kultura nije dobila svoj prostor. Na ovoj televiziji iz većinskih srpskih područja dominira negativno izvještavanje o politici i socijalnoj problematiki dok izvještaja iz gospodarstva, športa i kulture uopće

nema. Teme s međunarodne i državne razine, kao i teme iz Brčko Distrikta uglavnom su zastupljene kroz politiku.

Tablica 2: Obradivane teme u Dnevniku 2 TVFBiH

TVFBiH	teme s većinskih bošnjačkih područja	teme s većinskih hrvatskih područja	teme s većinskih srpskih područja	teme iz Distrikta Brčko	teme s državne razine	teme s međunarodne razine
politika	23.20	6.24	7.10	2.52	11.52	23.20
socijalna problematika	49.59	2.24	5.09	4.37	18.21	-
gospodarstvo	10.07	2.07	-	-	-	-
crna kronika	6.25	0.19	-	-	2.06	5.01
šport	1.54	2.22	-	-	2.10	
kultura	4.47	-	-	-	-	

6.2.2. Televizija Republike Srpske

U središnjem Dnevniku TVRS-a malo manje od dvije trećine ukupna vremena (60,28 %) zauzimaju teme s većinskih srpskih područja. Teme s većinskih bošnjačkih područja zauzimaju 5,93 % dok su teme s većinskih hrvatskih područja zastupljene s 0,12 %. Teme s državne razine u Dnevniku zauzimaju 11,87 % dok vijesti i događaji iz svijeta u središnjoj informativnoj emisiji Dnevnik 2 dobivaju gotovo dvostruko više prostora 21,78 %. Teme iz Distrikta Brčko uopće nisu bile zastupljene u Dnevniku za vrijeme istraživanja.

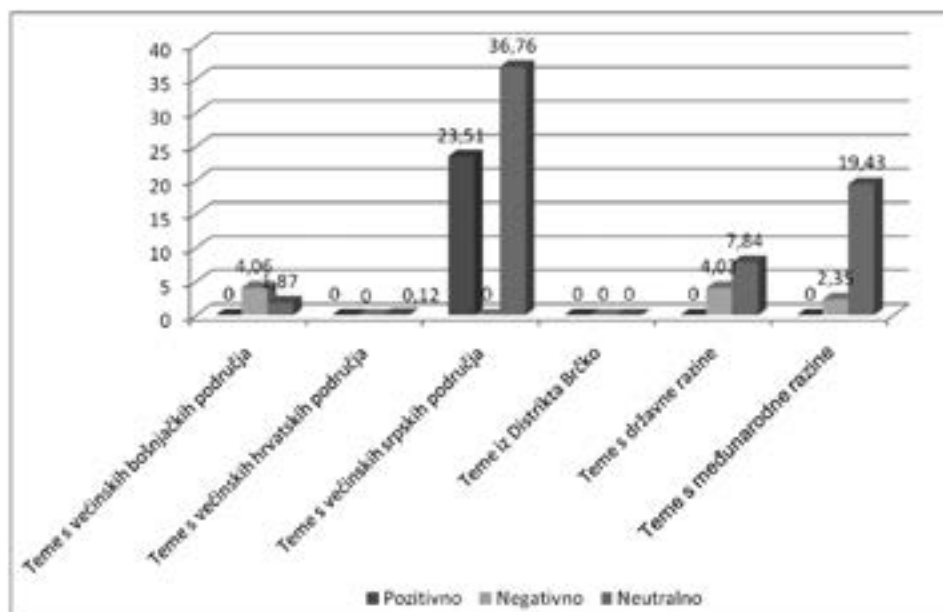
Graf 4: Zastupljenost tema u postotcima u Dnevniku 2 Televizije Republike Srpske



Nijedna tema s većinskih srpskih područja nije imala negativnu konotaciju dok je 23,51 % od ukupna vremena Dnevnika prikazano pozitivno, a 36,76 % tema prikazano je neutralno. Teme s većinskih bošnjačkih područja uglavnom su prikazane u negativnu kontekstu – 4,06 %, a 1,87 % tema prikazano je neutralno dok iz ovog segmenta nema pozitivnih tema.

Tema s većinskih hrvatskih područja prikazana je na neutralan način. To je bila jedina tema iz ovog segmenta u Dnevniku 2 Televizije Republike Srpske. Nijedna tema s državne razine nije prikazana u pozitivnu kontekstu. Prikazane su uglavnom neutralno – 7,84 %, a dio vremena u Dnevniku posvećen je negativnu izvještavanju s državne razine – 4,03 %. Kada su u pitanju događaji s međunarodne razine, većina ih je prikazana neutralno – 19,43 %, a 2,35 % događaja prikazano je na negativan način.

Graf 5: Način prikazivanja tema u Dnevniku 2 Televizije Republike Srpske



Tablica 3: Zastupljenost tema u minutama u Dnevniku 2 Televizije Republike Srpske

RTRS	teme s većinskih bošnjačkih područja	teme s većinskih hrvatskih područja	teme s većinskih srpskih područja	teme iz Distrikta Brčko	teme s državne razine	teme s međunarodne razine
pozitivno	-	-	41.41	-	-	-
negativno	7.12	-	-	-	7.09	4.10
neutralno	3.19	0.13	65.10	-	13.54	34.27
UKUPNO	10.31	0.13	106.51	0.00	21.03	38.37

I u Dnevniku 2 Televizije Republike Srpske teme s većinskih srpskih područja prikazane su iz svih oblasti (politika, socijalna pitanja, gospodarstvo, religija, kultura...), kao i na Televiziji Federacije BiH.

S većinskih bošnjačkih područja izvještavalo se o politici, socijalnoj problematici i crnoj kronici. Teme s većinskih hrvatskih područja na ovoj su televiziji dobile samo trinaest sekundi, u formi *in memoriam*. Teme iz oblasti gospodarstva s većinskih srpskih područja zastupljene su kao i teme o politici i socijalnoj problematici, i to isključivo u pozitivnu kontekstu.

Tablica 4: Obradivane teme u Dnevniku 2 Televizije Republike Srpske

TVRS	teme s većinskih bošnjačkih područja	teme s većinskih hrvatskih područja	teme s većinskih srpskih područja	teme iz Distrikta Brčko	teme s državne razine	teme s međunarodne razine
politika	9.30	0.13	30.36	-	15.38	31.52
socijalna problematika	0.41	-	29.36	-	2.26	3.18
gospodarstvo	-	-	28.56	-	-	0.31
crna kronika	0.20	-	4.58	-	2.59	2.30
religija	-	-	3.39	-	-	-
kultura	-	-	9.06	-	-	-
scena	-	-	-	-	-	0.26

Zaključak

Medijski sadržaji javnih RTV servisa u pluralnim državama imaju posebnu vrijednost za svaki segment pojedinačno. Zbog toga ih nije moguće promatrati isključivo kao usku programsku strukturu, nego i kao političko i kulturno pitanje. U zapadnoeuropskim zemljama kao što su Belgija i Švicarska rađena su istraživanja o zastupljenosti segmenata u programima javnih RTV servisa. U Bosni i Hercegovini do sada su izostala takva istraživanja. Iznimka su istraživanja o zastupljenosti službenih jezika na programima javnih RTV servisa u Bosni i Hercegovini. No, kao što je navedeno, pitanje jezika samo je jedan od triju čimbenika. Riječ je o pravilu „Z3“ koje, osim spomenute jezične zastupljenosti, još uključuje i kadrovsku zastupljenost te zastupljenost tema iz različitih segmenata u programima javnih RTV servisa u pluralnim državama.

Navedeni podatci iz istraživanja pokazuju da se u središnjim informativnim emisijama entitetskih emitera u Bosni i Hercegovini posvećuje minimalan prostor događajima iz drugih segmenata što dovodi do daljnjih rascjepa. Istodobno se teme iz vlastita segmenta u većem postotku prikazuju pozitivno nego teme iz drugih segmenata. Zbog nepostojanja javnoga RTV servisa na hrvatskome jeziku teme s većinskih hrvatskih područja na entitetskim su servisima zastupljene u beznačajnu postotku, posebice kada je riječ o temama iz gospodarstva i kulture. U odnosu na veći postotak pozitivnih tema iz vlastita segmenta vidljiv je utjecaj vladajućih političkih elita u središnjim informativnim emisijama u oba entitetska emitera što ih udaljava od javne, a približava

modelu državne televizije. Na taj način javni RTV sustav BiH nije moguće svrstati ni u jedan postojeći europski model ustroja: integrirajući, konsocijacijski ili dezintegrirajući. S obzirom na to da je u BiH jednom segmentu onemogućeno osnivanje javnoga RTV servisa na materinskom jeziku, može se govoriti o asimilirajućem modelu koji je neprihvatljiv u europskim državama budući da se u svakoj od njih, kao i na razini EU-a, pitanje očuvanja pa i jačanja javne radiodifuzije smatra obranom kulturne raznolikosti.

Zbog toga je javni RTV sustav Bosne i Hercegovine potrebno reformirati prema jednom od triju modela ustroja javnih RTV servisa u pluralnim državama te samim time prema navedenoj europskoj praksi u pluralnim državama. Uvažavajući bosanskohercegovačke specifičnosti, najbliži za javni RTV sustav u BiH bi bio konsocijacijski model koji bi uvažavao razlike u segmentima, ali i istodobno promicao integracijske vrijednosti. Sukladno tomu, kao i međunarodnim konvencijama i preporukama međunarodnih eksperata, hrvatskom je segmentu u BiH potrebno prestati braniti osnivanje javnoga RTV servisa na hrvatskome jeziku u sklopu javnoga RTV sustava u BiH. Također, potrebno je posvetiti veću pozornost temama iz drugih segmenata čime bi se smanjivao rascjep među njima, a uređivačku je politiku potrebno približiti profesionalnim standardima čime bi se udaljila od utjecaja političkih elita. Istovjetno bi to javne emitere u BiH udaljilo od koncepta državne televizije, a približilo konceptu javnoga RTV servisa koji bi na taj način mogao biti i u političkom, profesionalnom i financijskom smislu stabilan i samoodrživ.