

Ostvarivanje javnog interesa u javnim medijskim servisima u Srbiji



NOVOSADSKA
NOVINARSKA
ŠKOLA

Medijska sfera
Novi Sad, 2016.

Ostvarivanje javnog interesa u javnim medijskim servisima u Srbiji

**NOVOŠADSKA
NOVINARSKA
ŠKOLA**

**Medijska sfera
Novi Sad, 2016.**

Izdavač
Novosadska novinarska škola
Daničićeva 3, Novi Sad
Tel/fax: (021) 424-164
e-mail: office@novinarska-skola.org.rs
http://www.novinarska-skola.org.rs

Urednici zbornika
„Ostvarivanje javnog interesa u javnim medijskim servisima u Srbiji“
Prof. dr Dubravka Valić Nedeljković, dr Jovanka Matić,
prof. dr Rade Veljanovski

Asistentkinja
Marina Kovačev

Recezeni
dr Dejan Pralica, vanredni profesor, Filozofski fakultet,
Univerzitet u Novom Sadu
dr Branimir Stojković, redovni profesor, Fakultet političkih nauka,
Univerzitet u Beogradu
doc. Dr Nataša Ružić, docentkinja, Fakultet političkih nauka,
Univerzitet Crne Gore

Lektura i korektura
Rajko Blagojević

Prevod na engleski jezik
Aleksandar Hrubenja i saradnici

Kompjuterska priprema
Maxima-graf, Petrovaradin

Novi Sad, 2016.



FONDACIJA ZA OTVORENO DRUŠTVO, SRBIJA
OPEN SOCIETY FOUNDATION, SERBIA

Podržala Fondacija za otvoreno društvo, Srbija.
Mišljenja u ovoj publikaciji su isključivo odgovornost autora i ne odražavaju
nužno stavove Fondacije.

Sva prava zadržava izdavač.
Za svako korišćenje, umnožavanje i stavljanje u promet dela teksta ili teksta u
celini potrebna je saglasnost Novosadske novinarske škole.

Prof. dr Rade Veljanovski

JAVNI SERVIS: MISIJA, EVROPSKI POGLED, REGULATORNI OSNOV

U decembru, 2016. godine navršava se 90 godina od nastanka i početka razvoja javnog medijskog servisa u evropskim i svetskim razmerama. Na samom kraju 1926. godine, Vlada Velike Britanije otkupila je privatne deonice kompanije BBC (British Broadcasting Company) i ovo medijsko preduzeće pretvorila u javnu korporaciju BBC (British Broadcasting Corporation). Terminološka razlika je mala, ali suštinska – velika, jer je nastala nova era u sferi medija koja je postala osnov za globalno razlikovanje medijskih sistema u Evropi i Americi. U Evropi je tako nastao medijski sistem tipa javna služba, a u Americi (SAD) je nastavio da egzistira medijski sistem komercijalnog tipa. (Radojković, 1984)

„Tradicija javnog servisa u zapadnoj Evropi poslužila je da delimično izoluje medije od onoga što se smatra najgorim efektom tržišnih snaga. Svakako, evropska (i posebno britanska) televizija imala je iskustvo koje je u celini istorijski bilo uglavnom povoljno, u pogledu raznovrsnosti i kvaliteta, u odnosu na američki ekvivalent koji se razvio u odsustvu jake tradicije javnog radiodifuznog servisa.“ (Feintuck, Varney, 2008: 40)

Javni radiodifuzni servis, javna radiodifuzija¹, kao sinonimi označavaju nastanak medijskog modela za koji je karakteristično da mu je

¹ Pojam radiodifuzija se, u najnovije doba, izostavlja iz opšteg naziva ove vrste medija jer je proizvodnja programa, primenom novih tehnologija, posebno digitalizacijom, odvojena od emitovanja, odnosno distribucije signala. Danas je aktuelan naziv: javni medijski servis.

osnovni cilj da služi interesima i potrebama javnosti. Javni servis, kao javno dobro, briga za javni interes, medijski pogled na sve događaje i društvene pojave, na politiku, privredu, kulturu, obrazovanje, sport, zabavu. Visoko vrednosno orijentisan ovaj tip medija tako postaje svojevrsna misija u sferi masovnog komuniciranja, čije delovanje nadilazi ostale oblike medijskih organizacija i zato postaje briga države, društva, javnosti. Javni servis od svog nastanka deluje ne samo kao medijska organizacija, već i kao kulturni obrazac za negovanje nacionalne kulture, a takođe i kao kulturna korespondencija sa međunarodnim stvaralaštvom. „Televizija u Britaniji ima kulturni profil u suštini nasleđen od radija, koji je dvadesetih godina odredio njegov prvi direktor ser Džon Rit, namenjajući mu ulogu 'ambasade nacionalne kulture'. Ritova tekovina je kompleksnija nego što se ponekad smatra, ali je u svojoj prvobitnoj formulaciji radio-difuzija bila instrument nacionanog kulturnog razvoja ('unapređivanja') u smislu koji je ostao trajno prisutan u britanskom načinu govora o televiziji (i posebno BBC-u), bez obzira na promene koje je pretrpela. (Morli, Robins, 2003:263)

Džon Rit, prvi direktor BBC-a odredio je pravac kojim treba da ide radio, a kasnije i televizija javnog servisa, a taj pravac je usmeren ka vrhovima profesionalizma, etičnosti i kvaliteta u proizvodnji medijskih sadržaja, kao suprotnost ostvarivanju interesa koji su podređeni isključivo tržištu i sticanju profita. Pored osnovne formule javnog servisa da on treba da informiše, edukuje i zabavi, čime je već utvrđena obaveza programske raznovrsnosti, Rit je, prema zapisu teoretičara Dejvida Mek Kvina (David McQueen) anticipirajući nastanak televizije rekao: „Televizija ne sme da se bavi samo zabavom. Elektronski mediji dužni su da u što veći broj domova unesu što više svega onog najboljeg iz svih oblasti ljudskog znanja, stremljenja i dostignuća. Najvažnije je da se očuva visokomoralni ton, odnosno svako izbegavanje vulgarnog i štetnog. Elektronski mediji treba da postavljaju standard dobrog ukusa, a ne da budu samo njegov posrednik.“ (Mek Kvin, 2000: 257)

Dalekosežna Ritova misao, kao da je pre devet decenija videla u šta će se pretvoriti programi pojedinih televizija svojom trivijalnom, tabloidnom, rijaliti ponudom, pa je nudio obrazac „moralne“ televizije po kome je trebalo da funkcioniše celokupna radiodifuzija, a ne samo elektronski mediji javnog servisa. Ovaj obrazac, po kome je i privatna

radiodifuzija delovala po principima javnog servisa, bio je zvanično prihvaćen i dugo je opstajao u Velikoj Britaniji, ali i drugim evropskim zemljama, Francuskoj i Nemačkoj, na primer. To je trajalo u prvom periodu razvoja radiodifuzije, pa i javne radiodifuzije, u kome je odnos prema elektronskim medijima bio uobličen kao državni paternalizam, jer je država planirala, investirala, organizovala i programski usmeravala radiodifuziju. Kasnije kada je javna radiodifuzija dobila konkurenciju u komercijalnoj, postalo je još važnije razlučiti koncept, obaveze, funkcije i način regulacije. Poznati teoretičar medija Denis Mekvejl (Denis McQuail) govori o filozofskom pogledu na distinkciju javne i privatne radiodifuzije: „Javni servis je počeo kao praktično (tehničko, administrativno i finansijsko) rešenje problema organizovanja koherentnih radio usluga u velikom broju evropskih zemalja između 1920. i 1930 godine. Došlo je do ponude prepoznatljive filozofije medija i stvaranja odredaba koje stoje kao alternativa slobodnom tržištu komercijalnih medija.“ (McQuail, 2003: 55)

U publikaciji analitičara medija i nekadašnjeg direktora BBC-a Tobija Mendela (Toby Mendel), navodena su tri uslova za prepoznavanje javnog servisa i njegovo razlikovanje od komercijalnih medija: „Prvo, nezavisnost javnih radiodifuznih organizacija mora se garantovati preko odgovarajućih struktura kao što su pluralistički i nezavisni upravni odbori. Drugo, javnim radiodifuznim organizacijama mora biti obezbeđeno finansiranje koje je dovoljno za zadovoljavanje potreba i interesa javnosti kao i za održavanje slobodnog protoka informacija i ideja. Treće, javne radiodifuzne organizacije moraju biti neposredno odgovorne javnosti, posebno u vezi sa ispunjavanjem svojih obaveza i korišćenjem javnih sredstava.“ (Mendel,2001:5)

U periodu posle pada Berlinskog zida, kada su i bivše socijalističke zemlje odlučile da svoje nekadašnje državne radio televizije transformišu u javne servise, u Evropi i svetu je nastao čitav niz dokumenata koji su postali temeljni osnov za savremenu definiciju javnog servisa i za njegovo regulatorno određenje. Razume se, osnovni principi zasnivali su se na već postojećem iskustvu javnih servisa koji su postojali u Evropi, ali i u drugim delovima sveta: Kanadi, Japanu, Australiji, Indiji i drugim. Tako

su 1998. godine Međunarodna unija za telekomunikacije/Biro za razvoj telekomunikacija i UNESCO, napravili Model zakona o radiodifuziji kao servisu javnosti, koji je ponuđen kao obrazac za regulisanje javne radiodifuzije u svetu. U ovom dokumentu se najpre nudi nova trojna formula javnog servisa po kome ona „postoji zbog javnosti, koju finansira javnost i koju kontroliše javnost“. U istom dokumentu se na zanimljiv način govori i o tome šta javna radiodifuzija nije.

Ako – u pozitivnom smislu – pođemo od toga da radiodifuzija kao javni servis postoji zbog javnosti, zbog celokupnog stanovništva, to – u negativnom smislu – znači da ona ne postoji zbog vlade, parlamenta ili predsednika, zbog neke političke partije ili crkve, ili zbog bilo koje druge interesne grupe ili deoničara. Ona mora biti nezavisna u odnosu na sve 'isključivo' u službi interesa stanovništva, ljudi kao građana, a ne potrošača.

Model zakona o radiodifuziji kao servisu javnosti, ITU/BDT i UNESCO, 1998.

Javni servis, dakle, postoji zbog svih građana, on treba da zadovolji komunikacione potrebe svih društvenih grupa većinskih i manjinskih, urbanih, ruralnih, manje i više obrazovanih, različitih starosnih i seksualnih grupa, ljudi koji pripadaju političkim strankama i onih koji nisu na taj način angažovani, biračima i onima koji su izborni apstinenti. Niko nema manje ili više prava da očekuje da će na programima javnog servisa dobiti sadržaje koji ga interesuju. Osnovne karakteristike javnog servisa formulisao je 1995. godine teoretičar Erik Barent (Eric Barendt), a preuzima ih Tobi Mendel:

1. Opšta geografska dostupnost;
2. Briga za nacionalni identitet i kulturu,
3. Nezavisnost u odnosu i na državu i komercijalne interese;
4. Nepristrasnost programa;
5. Širina i raznovrsnost programa;
6. Značajan udeo u finansiranju sredstvima dobijenim naplatom od korisnika (Mendel, 2001: 7)

Sa stanovišta prakse, ali i teorijskog pristupa javnom servisu ne bi bilo pogrešno, naprotiv, bilo bi sasvim saglasno misiji javnog servisa, pomenutim Barentovim karakteristikama dodati i da javni servis, u svakom segmentu svog sadržaja, treba da stremlji najvišim standardima kvaliteta.

Devedesetih godina prošlog veka u Evropi je u nekoliko važnih dokumenata artikulisan stav evropske medijske politike prema javnom servisu. Dogodilo se to pre svega Praškom rezolucijom iz 1994. Rezolucijom Evropskog parlamenta iz 1996. i Amsterdamskim ugovorom iz 1997. godine. Ovi dokumenti, kako bi to rekao teoretičar Mekvejl, sadrže filozofiju medija javnog servisa, kao ugaonog kamena demokratije, a ne samo javne sfere i medijskog sistema.

Radiodifuzija kao servis javnosti – kako u slučaju radija, tako u slučaju i televizije – podržava vrednosti koje odlukuju političke, pravne i društvene strukture demokratskih društava, uz posebno poštovanje ljudskih prava, kulturnog i političkog pluralizma.

Praška rezolucija, usvojena na Ministarskoj konferenciji Saveta Evrope, Prag 1994.

Praška rezolucija govori o javnom servisu kao „referentnoj tački za sve pripadnike javnosti, kao suštinskog faktora pluralističke komunikacije koja je svima dostupna i koja odbacuje svaku kulturnu, polnu, versku i društvenu diskriminaciju“. U ovom dokumentu se govori o javnom servisu kao forumu za javnu debatu i mogućnosti iskazivanja najširih mišljenja, o nepristrasnosti i podređenosti programa najširoj publici, kao i o tome da se kvalitet ne sme podrediti zahtevima tržišta.

Dve godine kasnije na sličan način i Evropski parlament je formulisao ulogu i značaj medijskih organizacija javnog servisa ili javne radiodifuzije kako je tada bilo uobičajeno da sa naziva ovaj tip medija.

Radiodifuzija kao servis javnosti predstavlja pomoć informisanom građanstvu, sredstvo je uzornog pluralizma koji različite grupe u društvu povezuje u zajednički govor koji oblikuje javno mnjenje.

Uspostavlja standard kvaliteta i popularnih programa koji se masovno prate.

U službi je interesa manjina i vodi računa o svim različitim grupama koje čine stanovništvo zemlje.

Pružila nepristrasne i potpuno nezavisne informacije – kako svojim ukupnim pokrivanjem, tako i temeljnim faktografskim programima koji su u stanju da zadobiju poverenje publike.

Ima značajnu ulogu u podsticanju javne debate koja je od vitalnog značaja za stvarno funkcionisanje demokratije i predstavlja forum za debate svih grupa i organizacija u društvu.

Rezolucija Evropskog parlamenta, usvojena 1996. godine

Bez obzira na jasne stavove najviših evropskih institucija i organizacija o javnom servisu, krajem prošlog veka jačalo je osporavanje ovakvog oblika medijske organizacije, koje traje i danas. Osporavanja su dolazila kako iz prakse, tako i iz domena medijske teorije. Oni koji su smatrali da javni servis nije više potreban, kao pružalac medijskih usluga, naglašavali su njegov privilegovan položaj, s obzirom da se finansira iz javnih prihoda koje država određuje zakonom. Ovo je najčešće bila, a i danas je, teza komercijalnih emitera, odnosno vlasnika komercijalnih radija i televizija koji se žale na nelojalnu konkurenciju i nemogućnost ubiranja većeg profita za koji smatraju da im pripada na osnovu uložene investicije. Opasnost namere potiskivanja javnih medijskih servisa od strane komercijalnih, uočio je i teoretičar Karol Jakubovič (Karol Jakubowicz). – „Kad raste moć komercijalnih medija, oni su u stanju da utiču na politiku vlade sve više i više. Jedan od njihovih ciljeva u tome je svakako marginalizacija medija javnog servisa kao tržišne konkurencije. Oni javni servis radiodifuzije predstavljaju kao izuzetak danas, a verovatno je da će ga definisati kao anomaliju sutra, a beskorisan atavizam, dug prošlih vremena, prekosutra.“ (Jakubowicz, 2003: 147)

Ovakvim mišljenjima podršku su davali i anaitičari koji su tvrdili da javni medijski servisi nisu nezavisni, da su to, zapravo državni, vladini mediji, koje vlade pojedinih država koriste za promociju sopstvene politike i interesa. Evropa, međutim, nije prihvatila ovakve stavove, već je još više nastavila da podržava opstanak i razvoj medija javnog servisa, naglašavajući obaveze država, članica Evropske unije, ali i onih koje su samo članice Saveta Evrope, da omoguće nesmetan rad javnih servisa i da ih podrže pre svega u njihovoj nezavisnosti i stabilnom finansiranju. Drugim rečima, argumentacija o privilegovanom položaju javnih servisa pa i o tome da ih države često zloupotrebljavaju u propagandne svrhe, nije mogla da bude jednostavno odbačena, ali je novi pristup bio, da, ako su u smislu finansiranja privilegovani, to je zato što se od njih zahteva ono što se od svih drugih medija ne može zahtevati. Programska raznovrsnost, sadržaji za sve društvene grupe i pojedince i to na najvišem nivou kvaliteta, pokrivanje signalom celokupne nacionalne teritorije, uzorno, nepristrasno informisanje, obaveza da se javnost obavesti o svim događajima i pojavama iz politike, privrede, kulture, sporta, uz proizvodnju kvalitetnih obrazovnih, umetničkih programa i programa za manjine – to su visoki zahtevi koji na taj način ne stoje pred ostalim medijima, ma kako se i od njih očekuje da doprinesu pluralizmu sadržaja i konkurenciji kvaliteta. Takva očekivanja i obaveze od javnog servisa zapravo doprinose važnom razjašnjenju – ovakvi programi ne mogu da budu jeftini, ali se, s obzirom na njihovu javnu funkciju, u potpunosti može opravdati javno finansiranje. To je razlog što je Protokolom o sistemu javne radiodifuzije, koji je sastavni deo Amsterdamskog ugovora, naglašena obaveza država da osiguraju finansiranje javnih servisa.

Visoke ugovorne strane ,

Uzimajući u obzir da je sistem javne radiodifuzije u državama članicama povezan s demokratskim, društvenim i kulturnim potrebama svakog društva i s potrebom očuvanja pluralizma medija, sporazumele su se o sledećim odredbama za tumačenje koje se prilaže Ugovoru o osnivanju Evropske zajednice:

Odredbama ugovora o osnivanju Evropske zajednice ne dovodi se u pitanje nadležnost država članica da osiguraju finansiranje javne radiodifuzije ako je to finansiranje radiodifuznim organizacijama odobreno radi ostvarenja odgovornosti i ovlašćenja iz područja javne usluge...

Amsterdamskim ugovorom, kao delom sopstvenog regulatornog okvira, Evropa je, bar formalno, odagnala pritiske na javni servis u pogledu njegovog povlašćenog finansiranja. Dokument koji je akcentovao nezavisnost i autonomiju ove vrste medijske organizacije, usvojen je godinu dana ranije, kao Preporuka br. R(96)10 o garantovanju nezavisnosti javnog servisa radiodifuzije. Preporuka podseća na „izuzetnu ulogu javnog servisa radiodifuzije kao ključnog faktora pluralističkih komunikacija dostupnih svima“ i konstatuje potrebu „da se načela nezavisnosti javnog servisa radiodifuzije ostvaruju onako kako su izložena u Praškoj rezoluciji“. Aneksom ovog dokumenta se preporučuje vladama država članica Saveta Evrope da u svoje zakone unesu odredbe koje garantuju nezavisnost javnih servisa.

Pravni okvir koji reguliše radiodifuzne organizacije javnog medijskog servisa treba jasno da odredi njihovu uređivačku nezavisnost i institucionalnu autonomiju, naročito u oblastima kao što su:

- *programska šema;*
- *konceptija i proizvodnja programa;*
- *uređivanje i prezentacija vesti i programa o aktuelnim događajima;*
- *organizacija delatnosti servisa;*
- *izbor, zapošljavanje i rukovođenje osobljem unutar servisa;*
- *kupovina, iznajmljivanje, prodaja i korišćenje roba i usluga;*
- *upravljanje finansijskim sredstvima;*
- *priprema i izvršavanje budžeta;*
- *pregovaranje, priprema i potpisivanje pravnih akata koji se odnose na poslovanje servisa;*

- *zastupanje servisa u pravnim postupcima i prema trećim licima.*

Preporuka br. R(96)10 o garantovanju nezavisnosti javnog servisa radiodifuzije, usvojio Komitet ministara Saveta Evrope 1996. godine

Ova Preporuka govori o dve ravni nezavisnosti: rukovođenju i finansiranju. U pogledu rukovođenja insistira se na tome da članovi rukovodećih tela treba da rade isključivo u interesu javnog servisa, da ne smeju da imaju nikakav sukob interesa i da ne mogu da primaju nikakve naloge ili instrukcije od bilo kog lica ili tela, osim onih koji su nadležni za nadzor javnih servisa. Što se finansiranja tiče, od država se očekuje da stvore „siguran i transparentan način finansiranja koji garantuje sredstva neophodna za ostvarivanje njihovih zadataka“.

Regulatorni okvir Evropske unije je devedesetih godina reagovao još jednim važnim dokumentom koji se odnosi na sve medije, ali se u njemu posebno apostrofira javni servis. To je Preporuka Br.(99)1 o merama za unapređenje medijskog pluralizma, koja naglašava važnost raznovrsnosti saržaja, pre sega u oblasti informisanja i ostvarivanja interesa svih društvenih grupa, uključujući jezičke, socijalne, ekonomske, kulturne ili političke manjine. U ovom dokumentu evropska medijska politika je naglasila važnost javne kontrole nad programima javnih servisa, upravo radi uticaja javnosti na programsku raznovrsnost.

Države-članice treba da ispituju načine za razvoj oblika u kojima bi se javni radiodifuzni servisi konsultovali sa javnošću; ti oblici mogu da obuhvate formiranje savetodavnih programskih odbora, kako bi u njihovoj programskoj politici bile odražene potrebe i zahtevi različitih društvenih grupa.

Preporuka Br.(99)1 o merama za unapređenje medijskog pluralizma, usvojio Komitet ministara Saveta Evrope, 1999. godine

U ovom dokumentu se pominje i skora budućnost digitalizacije, pa se državama preporučuje da regulatorno predvide pravilo „obaveznog prenosa“ za kablovske mreže i druga sredstva distribucije signala javnih servisa. U pogledu finansiranja značajno je da dokument predviđa da se radi održivosti stabilnog finansiranja javnih servisa, uz javne prihode mogu koristiti i komercijalni izvori.

Komunikacija sa građanima, publikom, slušaocima i gledaocima je nešto na čemu se u mnogim dokumentima evropskog regulatornog okvira za medije insistira kada je reč o javnom servisu. S jedne strane radi se o kontroli javnosti koja je za očuvanje statusa ove medijske organizacije veoma bitna, a sa druge o boljem ostvarivanju javnog interesa za šta su konsultacije sa predstavnicima najšireg društva dragocene.

Države članice treba da pozovu javne medijske servise da uvedu određene oblike javnih konsultacija, koje mogu podrazumevati kreiranje savetodavnih struktura, koje će, gde je to moguće, odražavati raznovrsnost društva, kako bi omogućile da se želje i zahtevi javnosti pretoče u programsku politiku.

Države članice treba da usvoje mehanizme kojima će se zagwarantovati nezavisnost javnih medijskih servisa, koja ima vitalan značaj za zaštitu od kontrole jedne ili više političkih društvenih grupa. Te mehanizme treba uspostaviti u saradnji sa civilnim društvom.

Preporuka CM/REC(2007)2 o medijskom pluralizmu i raznovrsnosti sadržaja medijskog sadržaja, usvojio Komitet ministara Savet Evrope, 2007. godine

Vidljivo je da se u Preporuci o medijskom pluralizmu iz 2007. godine, koristi naziv „javni medijski servis“, umesto javna radiodifuzija ili javni RTV servis, što koincidira sa promenom okolnosti prouzrokovanom uvođenjem novih tehnologija. Radio i televizijski servisi više nisu „emiteri“, već, kako ih naziva Direktiva o audio-vizuelnim medijskim servisima, provajderi medijskih sadržaja, odnosno usluga. Odnos prema javnosti definisan je i u jednom od novijih dokumenata Saveta Evrope koji se direktno odnosi na javne medijske servise i govori o upravljanju ovim medijima.

Javni medijski servisi na kraju i u suštini računaju polazu javnosti. Međutim, javnost je sačinjena od sve složenijeg spektra institucionalnih i drugih aktera:

- država predstavlja javnost – putem vlade i parlamenta, kao i putem drugih nezavisnih regulatornih i nadzornih tela
- javnost direktno kao publika i građani učesnici;
- javnost koju predstavljaju grupe civilnog društva i šire interesne zajednice.

Preporuka CM/REC(2012)1 o upravljanju javnim medijskim servisima, usvojio Komitet ministara Saveta Evrope 2012. godine

Može se zaključiti da Evropa svojom medijskom politikom i regulatornim okvirom u potpunosti podržava opstanak i razvoj medijskog modela javnog medijskog servisa, imajući u vidu sve izazove i protivrečnosti savremene medijske situacije prouzrokovane političkim, komercijalnim, tehnološkim, regulatornim, aspektima.

U pokušaju redefinicije medija u novim okolnostima, u Rejkjaviku je 2009. godine održana međunarodna konferencija, koja je donela nekoliko važnih dokumenata, u kojima se visoko mesto i dalje rezerviša za javni medijski servis.

Medijski javni servisi, imajući uređivačku nezavisnost i institucionalnu autonomiju, doprinose raznolikosti medija i pomažu u delovanju protiv rizika od zloupotrebe moći u situaciji velike koncentracije medija i novih komunikacionih usluga. Oni stoga predstavljaju osnovnu komponentu medijskog okruženja u našim demokratskim društvima.

Politička deklaracija Prve konferencije ministara nadležnih za medije članica Sveta Evrope, usvojena u Rejkjaviku 2009. godine

Na istoj konferenciji u Rejkjaviku usvojen je poznati dokument: Ka novom poimanju medija, koji još jednom potvrđuje značaj javnih medijskih servisa u novom medijskom okruženju.

Još jedan važan element za obezbeđivanje pristupa pouzdanim izvorima informacija predstavljaju pravi, nezavisni i adekvatno finansirani medijski javni servisi. Za sada, ne baš sve države članice Saveta Evrope nude takve medijske javne servise koji su sposobni da privuku sve segmente društva i doprinesu punom učešću ljudi u političkom, društvenom i kulturnom životu.

Rezolucija: Ka novom poimanju medija, Rejkjavik, 2009. godine

Kada je dve godine kasnije, na osnovu Rezolucije o novom poimanju medija, usvojena Preporuka o novom poimanju medija, i u njoj je naglašeno posebno mesto za javne servise koji takav položaj treba da zadrže i u digitalnom dobu.

Javni medijski servisi, dakle, treba da imaju posebno mesto u novom medijskom okruženju i trebalo bi da budu opremljeni za pružanje visokokvalitetnih i inovativnih sadržaja i usluga u digitalnom okruženju.

Preporuka CM/REC(2011)7 o novom poimanju medija, usvojio Komitet ministara Saveta Evrope, 2011. godine

Još jedan noviji dokument, usvojen u Beogradu 2013. godine, utvrđuje ulogu medija javnog servisa u novoj tehnološkoj eri.

Očuvanje ključne uloge medija u digitalnoj eri opravdava da se, uporedo s postojanjem komercijalnih medija, pruža dalja podrška postojanju dobro finansiranih, održivih, nezavisnih, visokokvalitetnih i etičkih medijskih javnih servisa, koji pružaju prepoznatljiv sadržaj na svim servisima i platformama.

Politička deklaracija: Sloboda izražavanja i demokratija u digitalnoj eri, usvojena na Konferenciji ministara nadležnih za medije i informaciono društvo, Beograd, 2013. godine

Evropski dokumenti koji se odnose na oblast medija i oni koji direktno govore o javnim medijskim servisima i oni koji tretiraju neka

druga važna pitanja javne sfere, naglašavaju veliku važnost javnog servisa za demokratiju svakog društva. Za demokratski razvoj svake zemlje, u proceduralnom i suštinskom smislu, poseban značaj ima period u kome se politički akteri bore za vlast i sam trenutak izbora. Ovaj proces je često merilo demokratije i stepena društvenog razvoja, prava slika političkih odnosa u jednoj zemlji. Mediji imaju veoma značajnu ulogu u periodima predizbornih kampanja i zato im je i u regulatornom okviru Evrope posvećena dužna pažnja u vezi sa ovim pitanjem. Sa demokratskog stanovišta posebno je bitno da stranke i kandidati, koji učestvuju u izbornoj utakmici, imaju ravnopravan medijski tretman, što se posebno očekuje od elektronskih medija i to svih, kako javnih tako i privatnih.

Uz poštovanje nezavisnosti uređivačke politike elektronskih medija, regulatorni okviri bi takođe trebalo da predvide obavezu da izbornne kampanje budu praćene na pravičan, izbalansiran i nepristrasan način u svim programskim sadržajima emitera. Takva obaveza bi trebalo da se odnosi i na javne servise i na privatne emitere. Emiteri ne smeju da pružaju privilegovan tretman javnim vlastima u tim programima.

Preporuka CM/REC(2007)15 o merama u vezi sa medijskim praćenjem izbornih kampanja, usvojio Komitet ministara Saveta Evrope 2007. godine

Odredbe ove Preporuke rezultat su uočenog iskustva u jednom broju zemalja, u kojima je praksa privilegovanog odnosa prema nosiocima najviših državnih funkcija u vreme predizbornih kampanja – očigledna. Prateći okolnosti u kojima rade javni medijski servisi u evropskim zemljama, evropske institucije su utvrdile i da način upravljanja često nije adekvatan visokim zahtevima koji se pred ove medijske organizacije stavljaju. To je bio povod za unošenje novih odredaba i formulacija u dokumente koji treba da pomognu stvaranje konzistentnijeg regulatornog okvira u zemljama članicama Evropske unije i Saveta Evrope. O tome govore dva dokumenta usvojena istovremeno 2012. godine. Deklaracija o upravljanju javnim medijskim servisima konstatuje činjenicu da transformacija nekadašnjih državnih radio televizija u jednom broju zemalja nije završena i da stoga postoje problemi adekvatnog upravljanja.

Za javne medijske servise, tranzicija sa državne televizije na javne medijske servise, tek treba da bude završena. Izazov je kako osiguravanje nezavisnosti od države tako i sticanje poverenja publike koristeći tu nezavisnost za ostvarivaje prave uređivačke autonomije. Za sve javne medijske servise, biće neophodne nove veštine i pristupi, a u nekim slučajevima i zamena postojećih dugogodišnjih načina funkcionisanja.

Deklaracija Komiteta ministara o upravljanju javnim medijskim servisima, usvojena 2012. godine

Na osnovu pomenute Deklaracije, usvojena je i Preporuka o upravljanju javnim servisom, koja eksplicitno pominje mogućnost uspostavljanja i oblika spoljnog upravljanja ovim medijskim organizacijama.

Komiteta ministara preporučuje državama članicama da unaprede i ojačaju i, gde je neophodno, povećaju pogodno pravno i finansijsko okruženje, uključujući spoljno upravljačko uređenje za organizacije javnog medijskog servisa, crpeći inspiraciju iz dodatnih vodećih principa, time garantujući nezavisan i održiv razvoj javnog medijskog servisa i da će biti osposobljen za izazove tehnološkog progresa i uređivačke konkurencije.

Preporuka KM/Rec(2012)1 Komiteta ministara o upravljanju javnim medijskim servisom, usvojena 2012. godine

Evropska medijska politika je svestrano razradila model javnog medijskog servisa uviđajući i neminovnost promena u konceptu pružanja javnih medijskih usluga. Podržavajući i dalje institucionalni oblik organizacija javnog medijskog servisa, Evropa prihvata mogućnost da programske usluge, karakteristične za javni servis, mogu da pružaju i komercijalni emiteri, u onoj meri u kojoj su spremni da proizvedu sadržaje koji odgovaraju principima i kvalitetu javnog servisa. Ovakav pristup može da smanji napetost između javnih i komercijalnih radija i televizija i da omogući ravnopravnu utakmicu u pružanju medijskih

usluga, a da zdravom konkurencijom podstakne i jedne i druge medije da rade još bolje i više u javnom interesu. Podsetimo se osporavanja javnog servisa od strane predstavnika medijskog biznisa, na koje je ukazao Karol Jakubovič, a na koje ukazuje i Lens Benet (Lance Bennett): „Ponovljeni konzervativni napadi na javnu radiodifuziju naizmenično tvrde da ona odražava pristrasnost, i da je opasno da takav sistem uopšte postoji, jer on može biti popustljiv prema pritisku vlade na sadržaj.” (Bennett, 2007: 265)

I na kraju svih podsećanja na to šta je javni medijski servis, čemu služi i kakve su mu funkcije, i u najnovije doba ostaje suštinsko insistiranje na tri uslova: politička i uređivačka nezavisnost, stabilno finansiranje i javna kontrola. Nezavisnost i autonomija javnih servisa je crvena nit koja ih razlikuje od nekadašnjih i današnjih državnih radio televizija. Mediji namenjeni svima i finansirani od svih ne smeju da budu pod bilo čijim uticajem, pa ni pod uticajem države i vladajućih struktura. Što se finansiranja tiče, iskustvo je pokazalo da je najbolji neki od oblika naplate od slušalaca i gledalaca bez obzira da li se to zvalo pretplata, taksa ili nekako drugačije. Ovi načini finansiranja zahtevaju još čvršću vezu sa salušaocima i gledaocima, kako primećuje teoretičar Džems Karan (James Curran). – „Javni emiteri, koji se finansiraju od pretplate, licence ili javne subvencije, su pod ogromnim pritiskom da se povežu sa svim delovima društva kako bi opravdali svoja dalja javna sredstva. Svaki dokaz da oni gube svoj zahtev kod dela publike, obično rezultira hitnom unutrašnjom intervencijom i zahteva korektivne akcije.“

Kada je javna kontrola u pitanju to podrazumeva, kako evropski dokumenti predviđaju, ali i kako iskustvo razvijenih medijskih sistema pokazuje, čitavu paletu institucionalizovanih kontakata i razmena mišljenja sa slušaocima i gledaocima. Na taj način se istovremeno omogućava uticaj javnosti na uređivačku koncepciju i toj istoj javnosti podnose izveštaji o radu, poslovanju i trošenju javnog novca i, kao što primećuje Karan, dobija podrška za dalje javno finansiranje. Evropa javni medijski servis smatra delotvornim akterom demokratizacije javne sfere i društva u celini. To je sadašnji stav, ali i projekcija za budućnost.

Literatura:

- Bennett, W. L. (2007) *News, The Politics of Illusion*, Pearson Longman, New York
- Curran, J. (2011) *Media and democracy*, Routledge, London
- Feintuck, M. & Varney, M. (2008) *Media Regulation, Public interest and The Law*, Edinburg University Press, Edinburg
- Jakubowicz, K. (2003) Bringing Public Service Broadcasting to Account, in Lowe, G. F. & Hujanen, T. *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*, Goteborg, Nordicom
- Mek Kvin, D. (2000) *Televizija*, Clio, Beograd
- McQuail, D (2003) *Media Accountability and Freedom of Publication*, Oxford University Press, Oxford
- Mendel, T. (2001) *Javna radiodifuzija, uporedni pravni pregled*, Medija centar, Beograd
- Morli, D. Robins, K. (2003) *Britanske studije kulture*, Geopoetika, Beograd
- Radojković, M. (1984) *Savremeni informaciono-komunikacioni sistemi*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd
- Veljanovski, R. (2005) *Javni RTV servis u službi građana*, Clio, Beograd

Dokumenti:

- Model zakona o radiodifuziji kao servisu javnosti, ITU/BDT i UNESCO, 1998
- Praška rezolucija, usvojena na Ministarskoj konferenciji Saveta Evrope, Prag 1994.
- Rezolucija Evropskog parlamenta, usvojena 1996. godine
- Amsterdamski ugovor/Protokol o sistemu javne radiofuzije, Amsterdam 1997.
- Preporuka br. R(96)10 o garantovanju nezavisnosti javnog servisa radiodifuzije, usvojio Komitet ministara Saveta Evrope 1996. godine
- Preporuka Br.(99)1 o merama za unapređenje medijskog pluralizma, usvojio Komitet ministara Saveta Evrope, 1999. godine

- Preporuka CM/REC(2007)2 o medijskom pluralizmu i raznovrsnosti sadržaja medijskog sadržaja, usvojio Komitet ministara Savet Evrope, 2007. godine
- Preporuka CM/REC(2012)1 o upravljanju javnim medijskim servisima, usvojio Komitet ministara Saveta Evrope 2012. godine
- Politička deklaracija Prve konferencije ministara nadležnih za medije članica Sveta Evrope, usvojena u Rejkjaviku 2009. godine
- Rezolucija: Ka novim poimanju medija, Rejkjavik, 2009. godine
- Preporuka CM/REC(2011)7 o novom poimanju medija, usvojio Komitet ministara Saveta Evrope, 2011. godine
- Politička deklaracija: Sloboda izražavanja i demokratija u digitalnoj eri, usvojena na Konferenciji ministara nadležnih za medije i informaciono društvo, Beograd, 2013. godine
- Preporuka CM/REC(2007)15 o merama u vezi sa medijskim praćenjem izbornih kampanja, usvojio Komitet ministara Saveta Evrope 2007. godine
- Deklaracija Komiteta ministara o upravljanju javnim medijskim servisima, usvojena 2012. godine
- Revidirana Direktiva o audio-vizuelnim medijskim servisima, usvojio Evropski parlament 2007. godine

POGLAVLJE I

ANALIZA INFORMATIVNIH PROGRAMA JAVNIH SERVISA

dr Jovanka Matic

UDK: 316.774:654.191/.7(497.113)
316.774:654.191/.7(497.11)

ANALIZA INFORMATIVNIH PROGRAMA REPUBLIČKOG I POKRAJINSKOG JAVNOG SERVISA

Sažetak: Prvo poglavlje bavi se analizom centralnih informativnih emisija RTS-a na srpskom jeziku i RTV-a na srpskom i mađarskom jeziku, kao i kolažnih dnevnih informativnih emisija, magazinskih emisija, debatnih emisija, informativnih hibridnih formata i jutarnjih programa oba javna servisa.

Osnovni zaključak je da Informativni programi nisu dosegli standard kojima se „omogućava slobodno formiranje i izražavanje mišljenja slušalaca i gledalaca“ (Zakon o javnim medijskim servisima član 7. Tačka 1).

Centralne informativne emisije ne poštuju zakonsku obavezu da nepristrasno obrađuju politička, istorijska, privredna, socijalna, zdravstvena i druga pitanja „omogućavajući ravnopravno sučeljavanje različitih stanovišta“ (član 7, tačka 7. – Zakona o javnim medijskim servisima).

Tematski prioriteti emisija informativnog programa odražavaju interese političke elite. U njima se izbegavaju kontroverzne teme. Centralna izvršna vlast ima privilegovan tretman u odnosu na druge društvene subjekte. Građani nisu adekvatno reprezentovani, kao ni drugi subjekti koji su nosioci kritičkog, ili alternativnog mišljenja. Informativnost dnevnih kolažnih emisija počiva na pružanju obilja informacija kroz veliki broj priloga, koji izveštavaju o aktuelnim dnevnim događajima i o temama iz svakodnevnog života, kao i o zanimljivim pojavama, događajima i pojedincima. Njihovu mozaičnu strukturu čine žanrovski raznovrsni prilozima, koji se nadovezuju jedan na drugi najavama voditelja.

Za javni servis je važno da osim navedenih ima i emisije u polemičkoj dijaloškoj formi i emisije u punom debatnom obliku. Koncept međusobnog sučeljavanja strana sa suprotnim gledištima pokazao se kao delotvoran, informativan i atraktivan u ponudi oba javna servisa. Takođe su značajni za ostvarivanje javnog interesa i hibridni informativni formati jer je njihova struktura kompilacija i analitičkih tematskih istraživačkih televizijskih paketa i izazovnih polemičkih intervjua u studiju, kao i nekih inovativnih rešenja u pogledu forme i strukture emisija u čemu su se ogledali i RTV i RTS. Nakon centralnih informativnih emisija, koje donose odgovore na pet osnovnih novinarskih pitanja, u dnevnim kolažnim informativnim emisijama, hibridnim formatima, debatnim polemičkim emisijama i magazinskim emisijama sa većim, ili manjim, uspehom, oba javna servisa posvećuju pažnju onom poslednjem, petom pitanju: zašto i kako?

Istraživanje informativnog programa RTS-a i RTV-a vodilo se percepcijom informativnog programa kao najvažnijeg dela programske produkcije javnog medijskog servisa. Njegove uloge u razvoju demokratskog poretka ostvaruju se kroz kvalitetan informativni program. Za razliku od komercijalnih medija koji tretiraju publiku kao potrošače, javni medijski servis razvio se na ideji da opslužuje publiku koju čine aktivni članovi zajednice sa potrebom da se dobro informišu, kako bi umeli da racionalno donose odluke o razvoju svoje zajednice, u svom interesu.

Prema podacima regulatornog tela za elektronske medije, informativni program čini oko trećine ukupno emitovanog programa¹ glavnih kanala televizije javnih servisa, RTS1 i RTV1. Njegov udeo je oscilirao tokom godina od kako se obavlja redovni godišnji monitoring produkcije javnih servisa. U televizijskoj produkciji RTS-a on se kretao od 30% do 36%, dok je u televizijskom programu RTV-a primetan trend stalnog povećanja udela informativnog programa, od 24% 2010. godine do 40% 2015. godine. U radio produkciji javnih servisa informativni program takođe čini oko trećine ukupnog emisionog vremena. On je obimniji u programu Radio Beograda 1 nego Prvog programa radija RTV, gde je 2015. godine zabeleženo smanjenje udela informativnih emisija na 20%.

Tabela 1: Udeo informativnog programa u ukupnom emisionom vremenu (u%)

	RTS 1	RTS 2	RTV 1	Radio Beograd 1	Radio1 RTV
2009	31	19			
2010	30	18	24		
2011	31	19	26		
2012	32	14	33		
2013	32	18	36	34	32
2014*	36	18	37	38	32
2015	34	17	40	34**	20***

* 1. januar–12. avgust 2014.

** 2–15. oktobar 2015

*** 2–8. oktobar 2015.

Izvor: Regulatorno telo za elektronske medije

¹ Ukupno emisiono vreme se odnosi na sve emitovane programske sadržaje, uključujući reprize, reklame, itd.

Cilj istraživanja, metodologija i fokus analize

U istraživanju je primenjen analitički pristup koji se oslanja na teorijsku osnovu tradicije kulturnih studija. U njoj se mediji tretiraju kao institucije reprezentacije i osmišljavanja, a ne reflektovanja stvarnosti kao u ogledalu. Iz velikog broja događaja i pojava novinari odabiraju neke kao relevantne za javnost i sakupljene informacije oblikuju u narativne strukture, oslanjajući se na profesionalna pravila. Novinarski proizvodi predstavljaju jednu od mogućih interpretacija stvarnosti, koja se oslanja na profesionalne kriterijume selekcije i uređivačku politiku medija.

U koncipiranju istraživanja informativnog programa javnih servisa RTS-a i RTV-a razmatrane su obaveze i programski standardi koje definiše Zakon o javnim medijskim servisima (2014). Ovaj zakon je donet da bi se preciznije utvrdila načela na kojima se zasniva delatnost javnog servisa u odnosu na raniju regulativu sadržanu u Zakonu o radiodifuziji (2002). Međutim, Zakon se ne bavi posebno informativnim programom i njegovim ciljevima, već utvrđuje načela, vrednosti i ciljeve u odnosu na celokupan program javnog servisa.

Kao najopštije ciljeve koje treba da ostvare raznovrsni sadržaji javnog servisa, uključujući i informativne, Zakon navodi „ostvarivanje ljudskih prava i sloboda, razmenu ideja i mišljenja, negovanje vrednosti demokratskog društva, unapređivanje političke, polne, međunacionalne i verske tolerancije i razumevanja, kao i očuvanje nacionalnog identiteta srpskog naroda i nacionalnih manjina“ (Član 3).

Na drugom mestu (član 7), precizirajući šta čini javni interes koji javni medijski servis ostvaruje kroz svoje programske sadržaje, Zakon navodi da to, pored ostalog, uključuje „istinito, blagovremeno, potpuno, nepristrasno i profesionalno informisanje građana i omogućavanje slobodnog formiranja i izražavanja mišljenja slušalaca i gledalaca na teritoriji Republike Srbije, autonomne pokrajine i lokalne samouprave (tačka 1), poštovanje i predstavljanje osnovnih ljudskih prava i sloboda, demokratskih vrednosti i institucija i unapređivanje kulture javnog dijaloga (tačka 2), poštovanje privatnosti, dostojanstva, ugleda, časti i drugih osnovnih prava i sloboda čoveka (tačka 3), poštovanje i podsticanje pluralizma političkih, verskih i drugih ideja i omogućavanje javnosti da

bude upoznata sa tim idejama, ne služeći interesima pojedinih političkih stranaka i verskih zajednica, kao ni bilo kom drugom pojedinačnom političkom, ekonomskom, verskom i sličnom stanovištu ili interesu (tačka 4); nepristrasno obrađivanje političkih, istorijskih, privrednih, socijalnih, zdravstvenih, kulturnih, obrazovnih, naučnih, ekoloških i drugih pitanja, omogućavajući ravnopravno sučeljavanje različitih stanovišta (tačka 7), besplatno i jednako predstavljanje političkih stranaka, koalicija i kandidata koji imaju potvrđene izborne liste za republičke, pokrajinske ili lokalne izbore, u vreme predizborne kampanje (tačka 8), blagovremeno obaveštavanje o aktuelnim zbivanjima u svetu i o naučnim, kulturnim i ostalim civilizacijskim dostignućima” (tačka 12).

Navedene zakonske odredbe su u skladu sa teorijskim konceptom javnog servisa kao ključne institucije moderne demokratije u službi javnosti. Ona se ostvaruje kroz dva toka aktivnosti. Jedan je pružanje informacija građanima o zbivanjima od interesa za zajednicu, kako bi se oni kao obavešteni pojedinci uključili u javnu debatu i razne društvene aktivnosti, a drugi je predstavljanje potreba, interesa, preokupacija i mišljenja građana drugim građanima i nosiocima vlasti. Na ovaj način javni servis obavlja nekoliko važnih uloga: on je izvor pouzdanih i raznovrsnih informacija, predstavlja forum za javnu debatu o pitanjima od zajedničkog interesa i deluje kao mehanizam kontrole obavljanja funkcija koje su građani delegirali svojim izabranim predstavnicima u institucijama vlasti.

Da bi se ostvarila zakonska odredba o mogućnosti „slobodnog formiranja mišljenja slušalaca i gledalaca” informativna ponuda javnog servisa, dakle, treba da bude nezavisno formirana, zasnivajući se na profesionalnim načelima i treba da bude veoma raznovrsna, kako tematski, tako i u pogledu subjekata koji zastupaju različite ideje. Da bi javni servis omogućio „slobodno izražavanje mišljenja slušalaca i gledalaca” neohodna je odgovarajuća reprezentacija građana i njihovih udruženja.

Analiza je stoga fokusirana na nekoliko aspekata informativnih emisija: njihovu tematsku strukturu, strukturu subjekata čije se aktivnosti i mišljenja predstavljaju i nivo profesionalnog angažmana novinara.

Utvrđivanje tematske strukture informativnih emisija treba da pokaže da li postoji pluralizam tematskih sadržaja u informativnoj ponudi. Suština novinarskog posla je selekcija, pa se istraživanjem primenjene tematske selekcionne matrice želi ukazati na to koje teme se izdvajaju kao dominantne i kojim društvenim grupama je najbliža medijska lista tematskih prioriteta. Ovim se demonstrira „agenda setting” funkcija medija, odnosno njihova uloga u etabliranju liste prioriteta u javnoj sferi. Medijska istraživanja su pokazala da, bez obzira da li publici nameću neko stanovište o temama o kojima izveštavaju, mediji neminovno svojom selekcijom informacija neke teme ističu kao prioritete i javnosti ih nude (ili nameću) kao teme o kojima ona treba da razmišlja i formira stav.

Istraživanje subjekata čije se aktivnosti i mišljenja predstavljaju ima cilj da utvrdi kako javni servis raspodeljuje mogućnost publiciteta, odnosno kojim socijalnim pozicijama se omogućuje da upoznaju ostale članove društva sa svojim aktivnostima i mišljenjima. U prirodi medijskog informisanja je da najveću pažnju poklanja onim institucijama koje zbog vrste posla kojim se bave raspolazu sa najviše informacija i čije aktivnosti imaju najsnažnije efekte na većinu, što su u oba slučaja institucije vlasti. Javni servis, međutim, kao institucija demokratskog poretka, ima obavezu da poveže građane sa procesima odlučivanja, da ih stimuliše da učestvuju u demokratskim procesima i da im omogući da utiču na one koji donose odluke, pa da stoga posveti veliku pažnju reprezentaciji građana i njihovih udruženja. Posebna pažnja u analizi se stoga posvećuje prisutnosti glasa građana, tj. njihovoj šansi da kažu drugima o sebi, svom mestu u svetu i viđenju tog sveta.

Praćenjem vrednosne usmerenosti stavova subjekata koji se pojavljuju u informativnim emisijama utvrdiće se takođe pluralizam mišljenja, ali i stepen u kome javni servis funkcioniše kao nosilac kritičkih mišljenja o vlasti i time njen kontrolor.

U pogledu profesionalnog angažmana novinara, analiza se bavi žanrovskom vrstom priloga kojima se obrađuju dnevni događaji i aktuelne teme, tj. utvrđivanjem u kojoj meri se njima pristupa analitički i temeljno umesto samo faktografski.

Analiza informativnih programa javnih servisa uključuje centralne informativne emisije radija i televizije RTS-a i RTV-a, njihove dnevne informativne kolažne emisije, debatne emisije i juturne programe.

Centralne informativne emisije RTS-a i RTV-a

Analizom su obuhvaćene dve centralne informativne emisije republičkog javnog servisa RTS: TV Dnevnik koji se emituje svakog dana od 19.30 časova na Prvom programu televizije i radio emisija Novosti dana koja se emituje svakog dana od 15 časova na Prvom programu Radio Beograda. Iz produkcije pokrajinskog javnog servisa analizirane su tri emisije: TV Dnevnik koji se prikazuje svakog dana na Prvom Programu RTV-a od 17 časova, TV Vojvođanski dnevnik od 22 časa i radio emisija Novosti koja se emituje svakog dana od 15 časova na Prvom programu radija RTV-a (nekadašnjeg Radio Novog Sada).

Istraživanje je obuhvatilo period od 24 sedmice – od polovine januara do kraja juna 2016. godine.

Primenjen je rotacioni uzorak za taj period. Za dnevne emisije on je podrazumevao jednu emisiju iz svake sedmice, i to tako da naizmenično budu zastupljeni svi dani u sedmici. Uzorak je uključio emisiju od ponedeljka iz prve sedmice, od utorka iz druge sedmice, od srede iz treće sedmice itd, pa opet od ponedeljka iz osme sedmice itd. Od ovog pravila se odstupilo u nekoliko slučajeva, kako bi se u analizu uključile emisije emitovane u nekim posebnim danima, kao što su 29. februar – dan prestupne godine, 8. mart – Dan žena, 12. mart – godišnjica ubistva predsednika Vlade Srbije 2003. godine i 1. maj – Međunarodni dan rada, a za koje se smatralo da imaju poseban društveni značaj i da će analiza emisija iz tih dana umesto „običnih” dana bolje pokazati kako se javni servis odnosi prema potrebama javnosti. Kada bi se u uzorak uvrstio neki od ovih „posebnih” dana, pravilo uključivanja svake osme emisije je nastavljano. U ukupnom uzorku svaki dan u sedmici je zastupljen sa po tri ili četiri puta.

U istraživanju je korišćena metoda kvantitativno-kvalitativne analize sadržaja. Jedinica analize je bio informativni prilog. Za svaki prilog je registovana dužina, žanr, povod izveštavanja, audio-vizuelna prezentacija i opšta tema (tj. tematska grupa) o kojoj se u njemu govori (politika, ekonomija, kultura, svetski događaji, itd). Produbljena analiza je napravljena kod subjekata, jer je registrovan svaki subjekt čije aktivnosti ili mišljenja se predstavljaju, kao i akteri o kojima oni izražavaju vrednosno kvalifikovano mišljenje (pozitivno, negativno, neutralno).

Ukupno je analizirano 2.237 informativnih priloga centralnih informativnih emisija: 528 priloga TV Dnevnika RTS-a, 512 priloga Novosti dana RTS-a, 354 priloga Dnevnika RTV-a, 448 priloga Vojvođanskog dnevnika i 395 priloga emisije Novosti radija RTV-a.

Tabela 2: Karakteristike centralnih informativnih emisija

	Ukupan broj priloga	Prosečan broj priloga u emisiji	Prosečno trajanje jednog priloga (minuti)
RTS: Dnevnik	528	22	1:25
Radio Beograd: Novosti dana	512	21	1:24
RTV: Dnevnik	354	15	1:13
Radio RTV: Novosti	395	16	1:02
RTV:Vojvođanski dnevnik	448	19	1:17

O čemu se izveštava u informativnim emisijama

Centralne informativne emisije na radiju i televiziji izveštavaju o najvažnijim događajima koji su obeležili tekući dan. Format centralnih informativnih emisija je davno ustanovljen i nije mnogo menjan tokom decenija. To su emisije od 20 do 30 minuta, sa oko dvadesetak informativnih priloga koje najavljuju voditelji. Prilozi su tematski grupisani, pa iako tematski segmenti nisu obleleženi, publika ih jasno prepoznaje kao delove emisije koji izveštavaju o događajima u svetu, odnosima zemlje sa svetom, unutrašnjim političkim i ekonomskim događajima, društvenim temama koje se uglavnom odnose na zdravstvo, obrazovanje ili aktuelnu socijalnu pojavu, dok su na kraj emisije smešteni prilozi o kulturi, sportu i vremenu.

U glavnim TV i radio emisijama oba javna servisa govorilo se o mnoštvu tema. Sve emisije imale su bar po nekoliko priloga o 17 analitički razvrstanih grupa tema, a izveštavale su i o nekim temama koje nisu bile predviđene istraživačkim kodeksom.

Svaka emisija, i pored velike raznovrsnosti, imala je jasne tematske prioritete o kojima se govorilo češće nego o nekim drugima.

U svakoj pojedinačnoj emisiji preovlađivale su četiri teme. To su domaća politika, ekonomija, sport i događaji u svetu. Između 50% i 60% sadržaja centralnih informativnih emisija govorilo je o ove četiri teme (najviše RTS Dnevnik – 64%). Ako se ovome doda i tema odnosa Srbije sa svetom, udeo pet tematskih prioriteta se penje između 60% i 70% (71% u slučaju RTS Dnevnika). Redosled prioriteta tema se donekle razlikovao, ali, osim u jednom slučaju, nijedna druga od preostalih 12 analitički izdvojenih tema nije dobila više pažnje od navedenih pet.

Tabela 3: Tematska struktura centralnih informativnih emisija (u %)

Tema	RTS: Dnevnik	Radio Beograd: Novosti dana	RTV: Dnevnik	Radio RTV: Novosti	RTV: Vojvodanski dnevnik
Politika/ delatnost vlasti	21	17	21	10	16
Svet i region	13	20	10	19	7
Sport/ rekreacija	19	7	16	7	17
Ekonomija	11	10	9	15	9
Svet - Srbija	7	8	8	11	7
Kultura	4	6	4	6	11
Vreme	5	7	6	6	5
Prošlost - ratni zločini, suđenja	4	3	4	3	5
Zdravlje/ zdravstvo	3	3	2	3	4
Obrazovanje/ nauka	2	2	3	4	4
Druge socijalne teme	2	2	2	3	3
Mediji/ informisanje	1	2	4	2	3
Kosovo	1	2	3	3	2
Kriminal, korupcija, pravosuđe	2	2	1	2	1
Drugo	5	9	7	6	6

Posvećivanje velike pažnje politici, ekonomiji i međunarodnim događajima je tradicionalna karakteristika informativnih emisija RTS-a i RTV-a. Novo u njima je prioriteta pažnja data sportskim događajima, pre svega na televiziji. Ova promena je verovatno uzrokovana velikim brojem važnih sportskih takmičenja održanih u Srbiji tokom perioda monitoringa (evropski šampionat u vaterpolu, evropsko prvenstvo u malom fudbalu), pripremanja domaćih sportista za predstojeće Olimpijske igre, kao i redovnim praćenjem svih takmičenja u kojima su učestvovali teniseri iz Srbije, posebno svetski teniski prvak Novak Đoković. Sve emisije imaju poseban segment o sportu, a svaki od njih imao je bar po nekoliko priloga o sportskim događajima.

Politički događaji i teme dospeli su na vrh prioriteta tema zbog toga što se u vreme monitoringa odvijala izborna kampanja za vanredne republičke i redovne pokrajinske i lokalne izbore. Sa izuzetkom emisije Novosti radija RTV-a, sve emisije su obavljale obavezu javnog servisa da ravnomerno izveštava o predizbornim aktivnostima izbornih učesnika. U poslednjem danu iz uzorka pre održavanja izbora (17. april) Dnevnik RTS-a je objavio 17 priloga o izbornim aktivnostima stranaka, Novosti dana Radio Beograda 15, a Dnevnik RTV-a 11 priloga.

Političke teme bile su najdominantnije u TV Dnevnicima RTS-a i RTV-a jer su u njima izborne vesti bile najbrojnije.

Osim izbornim događajima, TV Dnevnik RTS-a je u izveštavanju o političkim temama posvetio pažnju još samo aktivnostima predsednika Srbije (Nikolić potpisao zakon o saradnji sa NATO, Nikolić u poseti Moskvi, Nikolić obišao vojnu vežbu, itd) i svim javnim nastupima predsednika Vlade, dok su druge političke teme dobile veoma mali publicitet.

Aktivnosti predsednika Vlade Aleksandra Vučića praćene su u ovoj emisiji u starom, udvoričkom maniru državne televizije. Prilozi su bili znatno duži od standardnih, pasivno su prenosili govor premijera, koji se kao pojedinačna ličnost najduže direktno obraćao publici i nisu ispitivali kontekst događaja. Neaktivnim novinarskim pristupom RTS Dnevnik je omogućavao premijeru da državni marketing koristi radi promocije vladajuće partije koja je učestvovala u tri istovremena izborna

procesa. U 24 Dnevnika bilo je sedam pojedinačnih priloga o aktivnostima premijera dužih od pet minuta (najduži, izveštaj o otvaranju železničke stanice Prokop u Beogradu, trajao je šest i po minuta), dok je prosečna dužina priloga u ovoj emisiji iznosila jedan minut i 25 sekundi. Pomenuta poslednja emisiji iz uzorka pre održavanja izbora sadržala je pet priloga o aktivnostima premijera Vučića.

Nakon izbora, premijer Vučić je na konferenciji za medije negativno komentarisao to što je RTS izvestio o njegovom susretu sa predsednikom Rusije Putinom posle priloga sa izjavom jednog hrvatskog analitičara o tada aktuelnoj temi negativnog odnosa Hrvatske prema otvaranju Poglavlja 23 u pregovorima Srbije i EU. RTS je objavio izveštaj o ovom događaju, sa Vučićevim komentarom da je za RTS hrvatski analitičar važniji od Putina², a ni tada ni kasnije uredništvo nije reagovalo na očigledno mešanje premijera u uređivačku politiku republičkog javnog servisa.

Pokrajinski TV Dnevnik od 17 časova, kao i republički, dao je primat politici na nacionalnom nivou u odnosu na pokrajinske političke teme. Predsednik pokrajinske vlade Bojan Pajtić bio je predmet izveštavanja dva puta u 14 emisija pre izbora, a republički premijer 20 puta. Ipak, u ovom Dnevniku se o izborima govorilo na analitički način, kroz obradu teme o troškovima izborne kampanje, sve manjeg izlaska na izbore, važnosti koju birači poklanjaju programima stranaka u odnosu na njihove lidere, itd. Pokrajinska vlada dobila je publicitet tek nakon formiranja nove, posle izbora za Skupštinu Vojvodine. Novo rukovodstvo RTV-a, postavljeno posle izbora, intenziviralo je pojavljivanje Vučića u Dnevniku. U emisiji od 21. juna on je bio predmet izveštavanja u pet priloga za redom.

Dok su televizijske emisije dale primat politici, u obe centralne radio emisije dominirale su vesti iz sveta. Redovno se izveštavalo o svim velikim svetskim temama, kao što su rat u Siriji, migrantska kriza, odnosi Velike Britanije i EU, opasnosti od terorizma, predsednički izbori u SAD. Ovako velika pažnja svetskim događajima pre je ostatak refleksa državnog radija iz vremena kada je on funkcionisao u zemlji koja je bila važan akter međunarodnih odnosa nego odraz uvida u relevantnost teme za svakodnevni život građana.

² Komentar je glasio: „Aj što je Đenero važniji od mene, nego što je važniji i od Putina“.

Ekonomske teme su u oba javna servisa poslednjih godina dobila veći značaj od politike. Zbog pojačane aktivnosti stranaka, to sada nije bio slučaj, ali se ekonomija našla među tematskim prioritetima, naročito u izveštavanju centralne emisije radija RTV-a. Posle događaja u svetu, ekonomska zbivanja su dobila najviše pažnje u ovoj emisiji (15% udela u tematskoj strukturi, nasuport 10% udela političkih tema).

Sve ostale teme, osim kulture, posebno u Vojvođanskom dnevniku (11% priloga), dobile su mali značaj. Naročito je opao značaj ranije dominantnih tema, kao što su kriminal, korupcija i aktivnosti pravosuđa i događaji i pojave u vezi sa Kosovom (u ovu temu je uvršćeno sve što se tiče zbivanja na Kosovu, kao i političkih pregovora u vezi sa Kosovom). Obe su bile zastupljene sa po 1% do 3% u ukupnom broju priloga.

Uprkos tome što su govorile o raznovrsnim temama, centralne inofrmativne emisije su nudile oskudnu sliku realnosti. Novinarska selekcija je izdvajala samo neke trake stvarnosti, zanemarujući pitanja koja najviše opterećuju svakodnevni život građana. U pregledima najvažnijih zbivanja dana našle su se informacije o odustajanju radnika rudnika Resavice od štrajka, o pripremi zakona o javnim preduzećima, o budžetskoj pomoći otvaranju novih radnih mesta, pregovorima sa MMF-om, problemu partijskog zapošljavanja. Ipak, nedostajale su novinarske priče o socijalnom standardu, o ekonomskom rangiranju Srbije u odnosu na druge zemlje u regionu, o životu nezaposlenih, o povećanju cena, itd. Zanemareni su problemi u zdravstvenom sistemu, pojačani trend odlaska mladih iz zemlje, raširenost korupcije, itd. U svim emisijama su marginalizovane kontroverzne teme ili kontroverzni aspekti obrađenih tema. U velikom broju priloga o političkim temama u Dnevniku RTS-a samo jedan je govorio o pokrajinskim izborima, jedinim čiji je rezultat donekle bio neizvestan. U ovoj emisiji nije bilo pomena o građanskom protestu Ne da(vi)mo Beograd, o razlozima otkazivanja premijerove posete Americi, itd. Da u zemlji ima političkih podela, moglo se saznati samo iz izbornih blokova koji su predstavljali aktivnosti i vladajućih i opozicionih partija. Iako su građani saznali mnoštvo informacija, to nisu bile informacije o temama koje su im od životnog interesa.

O kome se izveštava u informativnim emisijama

Akteri novinarskih priča su određene društvene institucije, grupe ili pojedinci bilo kao nosioci aktivnosti (predmet izveštavanja), ili kao izvori informacija ili mišljenja. Oni su zajedničkim imenom označeni kao subjekti informativnih priloga. Izbor subjekata o kojima se izveštava ili koji se pojavljuju u programu deo je profesionalne kompetencije novinara i rezultat uređivačke politike koja definiše čije su aktivnosti i mišljenja relevantna za javnost. Dominantno prisustvo nekih subjekata, kao i odustvo drugih, stvaraju određenu sliku stvarnosti koja favorizuje neke interese i vrednosti više nego druge. Obaveza javnog servisa u ovom pogledu je da publici ponudi pluralizam glasova i da teme razmatra iz različitih uglova koji nose i suprotstavljena mišljenja.

Istraživanje je veoma detaljno registrovalo subjekte koji se pojavljuju u informativnim emisijama. Praćen je svaki subjekt koji je govorio uživo, a u vestima u kojima nije bilo tonskih govornika registrovani su subjekti koji su bili predmet izveštavanja. Kako je u jednom prilogu bilo moguće registrovati više subjekata, njihov broj je veći od broja priloga.

Ukupno je registrovan 3.651 subjekat i to: 906 u Dnevniku RTS-a; 711 u Novostima dana Radio Beograda; 604 u Dnevniku RTV-a; 812 u Vojvođanskom dnevniku; i 618 u Novostima radija RTV-a.

Jedan prilog u proseku je uključivao manje od dva subjekta (1,6). Veliki broj priloga govorio je o aktivnostima i viđenjima realnosti samo jednog subjekta (institucije, grupe ili pojedinca).

U analiziranim emisijama izrazito su dominirale tri grupe subjekata čija su dela ili mišljenja bila predmet izveštavanja. To su predstavnici državnih organa, predstavnici političkih partija i strani subjekti. Ove tri grupe činile su od 50% do 60% svih subjekata (najviše u Dnevniku RTS-a – 61%, a najmanje u Vojvođanskom dnevniku – 51%).

Tabela 4: Struktura subjekata o kojima se izveštava (u %)

	RTS: Dnevnik	Radio Beograd: Novosti dana	RTV: Dnevnik	Radio RTV: Novosti	RTV: Vojvođanski dnevnik
Državne institucije	20	25	19	27	23
Strani subjekti	27	20	21	26	17
Političke partije	14	11	16	6	11
Građani	8	8	6	7	7
Sportski subjekti	9	3	8	4	10
Ekonomski subjekti	5	6	5	6	5
Srtručnjaci	3	6	3	3	2
Udruženja građana	3	3	4	5	4
Subjekti iz oblasti informisanja	1	6	9	1	4
Kulturni subjekti	2	3	2	3	5
Obrazovni subjekti	1	1	1	8	1
Zdravstveni subjekti	1	2	1	2	3
Verski subjekti	1	1	1	1	1
Kosovski subjekti	1	1	1	1	1
Nacionalne manjine	0	0	0	0	1
Subjekti iz socijalne zaštite	0	0	0	0	0

Posebne društvene grupe	2	0	1	0	4
Drugi subjekti	2	4	2	0	1

Velika učestalost pojavljivanja članova partija posledica je odvijanja izborne kampanje tokom perioda analize, dok je intenzivno prisustvo predstavnika vlasti i stranih subjekta tradicionalna karakteristika informativnih emisija. Uzimajući u obzir da su većinu stranih subjekata činili visoki državni funkcioneri inostranih institucija (predsednici stranih država, predstavnici institucija EU, strani ambasadori u Srbiji, državni i politički subjekti iz susednih zemalja, itd), u analiziranim emisijama je preovlađivao govor političke elite. Od domaćih subjekata, predstavnici vlasti su ubedljivo najprivilegovanija grupa društvenih subjekata koja dobija publicitet u informativnim priložima, pa se može reći da je govor ovih emisija dominantno govor vlasti.

Od svih predstavnika državnih institucija, najveću pažnju dobili su predstavnici centralne izvršne vlasti, i to najviši funkcioneri Vlade. U odnosu na nju, zakonodavna i sudska vlast su potpuno marginalizovane (najviše do 1% među svim registrovanim subjektima). Pokrajinska vlast takođe je zanemarena. Čak i u informativnim emisijama pokrajinskog javnog servisa češće se govorilo o aktivnostima centralne izvršne vlasti nego pokrajinske i lokalne vlasti.

Tabela 5: Struktura državnih subjekata (u %)

	RTS: Dnevnik	Radio Beograd: Novosti dana	RTV: Dnevnik	Radio RTV: Novosti	RTV: Vojvodanski dnevnik
Zakonodavna vlast	0	0	1	1	1
Republička izvršna vlast	12	14	10	14	9
Sudska vlast	1	1	0	0	1
Pokrajinska/ lokalna vlast	1	2	4	5	8
Druge državne institucije	6	8	4	7	4

Osim predstavnika vlasti i partija, jedini domaći subjekti koji su značajnije reprezentovani su građani, sportski subjekti i ekonomski subjekti.

Građani su četvrta grupa po učestalosti pojavljivanja među subjektima informativnih priloga. Oni čine između 6% i 8% svih subjekata.

Iako se građani u informativnim emisijama pojavljuju relativno često, analiza njihove reprezentacije pokazuje da oni nisu relevantan izvor informacija. Građani dospevaju u vesti najčešće kao učesnici nekih događaja ili svedoci zbivanja. Ponekad se intervjuišu „obični” građani kako bi reflektovali javno mnjenje o pojedinim pitanjima. Teme o kojima građani govore, međutim, nisu one koje njih same najviše interesuju i koje su od najvećeg značaja za njihov život, ali i za druge učesnike društvenog života. Građani su u analiziranim emisijama govorili o tome kako proslavljaju Uskrs, Prvi maj, da li daju krv, šta misle o donatorstvu organa, da li vakcinišu decu, da li imaju poverenja u ispravnost mesa koje kupuju, šta misle o poseti britanskog princa Čarlsa Beogradu i Novom Sadu, kakvi su im utisci o određenim turističkim mestima ili šta treba uraditi sa se privuku strani turisti, itd. Zabeleženo je tek nekoliko slučajeva u kojima građani govore o kontroverznim pitanjima, kao što je položaj Hrvata u Subotici, ili u kojima im je dozvoljeno da iskazuju političke stavove, i to u priložima o izborima.

Marginalizovani su subjekti iz oblasti kulture, obrazovanja, zdravstva i socijalne zaštite.

Učešće stručnjaka, kao nosilaca nezavisnog, argumentovanog mišljenja, iznosilo je 3% među svim subjektima. U ovome se u pozitivnom smislu izdvojila samo emisija Novosti dana Radio Beograda, u kojoj su stručnjaci činili 6% svih subjekata.

Uređivačka politika je ignorisala brojne posebne društvene grupe, kao što su penzioneri, nezaposleni, domaćice, deca i omladina, nacionalne manjine. U većini slučajeva, ako se uopšte pojavljuju, oni su u ukupnom broju subjekata zastupljeni najviše sa 1%, u jednom slučaju sa 2% (Vojvodanski dnevnik).

U dve posmatrane informativne emisije RTS-a, među ukupno

1.617 subjekata o kojima se izveštavalo, nije bilo nijednog tinejdžera, nijednog studenta, nijednog penzionera, nijednog nezaposlenog, a pojavio se samo jedan invalid. Pokrajinski servis je utoliko osetljiviji prema ovim društvenim grupama, da se među 2.034 subjekta u njegovim TV i radio emisijama našlo 17 studenata, 11 penzionera, devet nezaposlenih, pet tinejžera i pet invalida. Najveću otvorenost za ove društvene grupe iskazao je Vojvodanski dnevnik RTV-a.

Preferencije koje uređivačka politika ima prema određenim subjektima najbolje se vide u mogućnostima koje im se daju da u programu govore uživo.

U svim emisijama najčešće su se čuli predstavnici državnih institucija, a među njima najčešći su bili državni funkcioneri iz centralne izvršne vlasti.

Tabela 6: Dužina tonskog govora subjekata (u sekundama)

	RTS: Dnevnik	Radio Beograd: Novosti dana	RTV: Dnevnik	Radio RTV: Novosti	RTV: Vojvodanski dnevnik
Strani i međunarodni subjekti	3677	1619	1153	251	1276
Zakonodavna vlast	44	38	98	71	61
Izvršna vlast	3787	1996	1093	1166	1004
Sudska vlast	56	56	0	0	0
Državna administracija	1016	304	128	0	239
Nezavisne institucije i agencije	107	161	114	458	136
Policijska i vojska	41	53	47	97	153
Pokrajinske i lokalne institucije vlasti	144	310	504	466	1220
Kosovski subjekti	144	159	64	31	38

Vladajuće političke partije	1431	310	410	83	391
Opozicione partije	1068	704	934	215	677
Ekonomski subjekti, privatni sektor	384	715	334	370	815
Ekonomski subjekti, javni sektor	344	261	37	214	123
Zdravstvene institucije	240	448	110	248	385
Institucije socijalne zaštite	19	46	0	10	0
Kulturne institucije i umetnici	465	520	390	362	816
Obrazovne i naučne institucije	291	140	202	476	358
Mediji i novinari	318	213	1587	92	251
Verske institucije	63	119	58	87	234
Institucije nacionalnih manjina	45	0	0	32	63
Sportske i rekreativne institucije	864	423	393	25	927
Stručnjaci	775	1535	505	376	468
Udruženja građana	626	378	422	379	465
Građani kao potrošači, korisnici usluga	10	171	9	172	13
Građani učesnici događaja, svedoci	734	489	371	317	406
Građani kao vox populi	299	175	52	0	331
Građani u drugoj ulozi	138	103	20	0	20
Deca	64	12	23	21	37
Tinejdžeri	0	0	9	0	9

Đaci	102	62	74	15	177
Studenti	0	0	0	33	127
Penzioneri i stari	0	0	22	0	155
Nezaposleni	0	0	0	0	28
Osobe sa invaliditetom	0	40	0	0	129
LGBT populacija	0	0	0	0	0
Druga društvena grupa	0	0	7	12	7
Drugo	0	188	3	0	3

U informativnim emisijama javnog servisa malo su zastupljene žene. Muškarci su bili brojniji od žena kao subjekti tri do četiri puta. Nešto povoljniji tretman žena iskazale su TV emisije RTV-a nego ostale analizirane emisije. U Vojvođanskom dnevniku RTV-a bilo je 24% žena naspram 67% muškaraca (ostali subjekti nisu rodno određeni), a u Dnevniku RTV-a 70% muškaraca i 20% žena. U preostale tri emisije žene su činile 15% ili 16% svih rodno registrovanih subjekata, a muškarci oko 60%, tj. četiri puta više.

Izbor subjekata o kojima se izveštava u centralnim informativnim emisijama nije omogućio razmenu mišljenja između vlasti i drugih društvenih grupa, posebno građana. U njima nije bilo dovoljne raznovrsnosti subjekata u pogledu njihovih socijalnih pozicija i uloga. Sa manje od prosečno dva subjekta u jednom informativnom prilogu o jednoj temi nije se mogao obezbediti pluralizam mišljenja.

Kako se izveštava u informativnim emisijama

Novinari daju oblik informacijama kroz odgovarajuće žanrovske forme. Neke od njih su jednostavne i uglavnom usmerene na činjenice, kao što su vesti i izveštaji, dok su druge složenije i analitički orijentisane, uključujući konsultovanje stručnih mišljenja ili ukazivanje na kontekst u kome se događaji odvijaju, ili na njihove uzroke i posledice.

Analitičko izveštavanje zahteva veći profesionalni napor, ali mnogo bolje služi potrebi publike da formira mišljenje, jer analitičke forme novinarskih priloga dublje zahvataju predmete izveštavanja i obično sadrže raznovrsna mišljenja. Odlika kvalitetnih medija je visok kvalitet analitičkog izveštavanja.

U svim centralnim informativnim emisijama bilo je malo analitičkih priloga. U proseku, 88% njihovog sadržaja predstavljeno je kroz jednostavne faktografske forme vesti i izveštaja, dok je samo 11% priloga sadržalo analitičke elemente. Ovako redukovana žanrovska struktura emisija delimično je bila uzrokovana odvijanjem izborne kampanje, koja su u javnim servisima već decenijama prati gotovo isključivo na faktografski način.

Tabela 7: Žanrovska struktura informativnih emisija (u %)

	RTS: Dnevnik	Radio Beograd: Novosti dana	RTV: Dnevnik	Radio RTV: Novosti	RTV: Vojvođanski dnevnik
Vest	54	52	50	70	44
Izveštaj	38	35	34	25	39
Tematski paket	7	11	11	4	15
Intervju	1	1	4	0	2
Drugo	0	1	1	1	0

Iako je dominacija vesti i izveštaja uobičajena karakteristika centralnih informativnih emisija, od javnog servisa se očekuje da ipak značajan broj tema i događaja obradi na analitički način, kako bi omogućio publici da o njima formira dobro zasnovano mišljenje.

Uređivačka politika i RTS-a i RTV-a opredelila se da novinarima glavnih informativnih emisija dodeli samo ulogu revnosnih beležnika dnevnih događaja. Oni su se tek sporadično upuštali u tumačenje događaja. Čak šta više, u svim analiziranim emisijama vesti su bile izrazito dominantna forma informativnih priloga. Vesti na radiju i televiziji obično nisu originalan, autorski proizvod radio i TV novinara.

Oni vesti preuzimaju iz novinskih agencija, ili ih oblikuju na osnovu saopštenja raznih institucija ili izjava objavljenih u drugim medijima. Takve vesti obično su u istom obliku dostupne i svim drugim medijima. Velikim oslanjanjem na vesti informativne emisije umanjuju originalnost i ekskluzivnost javnog servisa. U TV Dnevnicima RTS-a i RTV-a čak je po 50% emitovanih priloga pripadalo najjednostavnijem žanru vesti, dok je rekord držala emisija Novosti radija RTV-a sa udelom vesti od 70%.

Autorski izveštaji su najčešća forma produkcije novinara javnog servisa. Oni su vešti u pravljenju informativnih i relevantnih izveštaja. Međutim, pored veoma kvalitetnih izveštaja, u analiziranim emisijama su registrovani i izveštaji sa minimalnim profesionalnim angažmanom, koji se svodi na praćenje događaja po unapred pripremljenom protokolu i prepričavanje izjava učesnika događaja. U televizijskim dnevnicima, TV urednici se ne libe da jednostavne izveštaje najavljuju kao istraživačke priloge i kada u njima novinari samo prikupe nekoliko izjava ili iznose podatke koje je pripremio neko drugi.

Izrazito mali udeli analitičkih priloga registrovani su u emisiji Novosti radija RTV-a (4%) i u TV Dnevniku RTS-a (7%). Analitički pristup izveštavanju najviše je negovao TV Vojvođanski dnevnik RTV-a (15%), zatim Novosti dana Radio Beograda (12%), pa TV Dnevnik RTV-a (11%). Najčešći analitički prilozima imaju formu tematskih paketa. Dnevnik RTS-a posebno se odlikuje velikim kvalitetom paketa, sa ekskluzivnim izjavama i informacijama, odabirom relevantnih sagovornika i istraživačkim novinarskim angažmanom.

Uredničke smene u RTV-u u maju 2016. godine za posledicu su imale smanjenje žanrovskog diverziteta emisija pokrajinskog javnog servisa. Novo uredništvo ukinulo je praksu da se u TV Dnevniku emituje kratak intervju sa gostom emisije Pravi ugao kao najava ove emisije, prikazivane odmah posle Dnevnika. Ovo je umanjilo i žanrovsku raznolikost i analitičnost sadržaja Dnevnika RTV-a. U Vojvođanskom dnevniku udeo autorskih izveštaja sa trećine priloga povećan je na polovinu, dok je udeo analitičkih tematskih paketa opao sa 17% na 10%.

Pored nedostatka analitičkog pristupa u izveštavanju, centralne informativne emisije karakterisala je dominacija pozitivnog govora

u poređenju sa neutralnim i negativnim. U analizi su registrovani svi stavovi koje su iskazivali subjekti o jasno naznačenim drugim društvenim akterima (ili o sebi) i njihova vrednosna orijentacija.

U Dnevniku RTS-a subjekti koji su bili predmet izveštavanja izneli su pozitivan stav o nekom akteru koji je relevantan za temu u 58% slučajeva, negativan u 22%, a neutralan u 16% (u 4% i pozitivan i negativan). Negativna vrednovanja uglavnom su iskazivali izborni učesnici – opozicione stranke o rezultatima vlasti, a predstavnici vlasti o svojim političkim protivnicima. U Novostima dana Radio Beograda pozitivne kvalifikacije drugih aktera su registrovane u 38% slučajeva, neutralne u 31%, a negativne u 29% (u 2% mešovite).

U Dnevniku RTV-a 47% stavova sadržalo je pozitivnu orijetnaciju, 25% neutralnu a 23% negativnu (5% i pozitivnu i negativnu). U Vojvođanskom dnevniku pozitivna vrednosna orijentacija govora subjekata informativnih priloga je preovlađivala sa 53% u odnosu na neutralnu od 22% i negativnu od 20% (5% mešovite). Nakon uredničkih smena u RTV-u udeo pozitivnog govora se povećao sa 51% na 58%. I u radio emisiji RTV-a je nakon promene uređivačke orijentacije došlo do promena u strukturi stavova subjekata, pa su pozitivni povećani sa 44% na 45%, a negativni smanjeni sa 21% na 15%.

Ogledalo uređivačke politike

Centralne informativne emisije republičkog i pokrajinskog javnog servisa imaju veliku i vernu publiku. Posebno je cenjen TV Dnevnik RTS-a koji spada među najgledanije emisije javnog servisa. Međutim, popularnost ovih emisija nije dokaz njihovog kvaliteta.

Analiza informativnih priloga ovih emisija iz prve polovine 2016. godine – o čemu oni izveštavaju, o kome izveštavaju i kako izveštavaju – pokazala je da su, pored nespornih kvaliteta, pre svega u profesionalnosti novinara i prezentaciji priloga – ove emisije karakterisale značajne slabosti. One u izboru tema izveštavanja, subjekata kao nosilaca aktivnosti ili mišljenja i nivoa profesionalnog angažmana nisu dosegle standarde

javnog servisa kojima se ostvaruju njegove poželjne uloge.

Iako su imale širok tematski opseg, centralne informativne emisije nisu bile tematski dovoljno raznovrsne. U svakoj pojedinačnoj emisiji preovlađivalo je pet tema. To su domaća politika, ekonomija i sport, događaji u svetu i odnosi Srbije sa svetom. Ovim temama bilo je posvećeno oko 60% sadržaja, a u slučaju TV „Dnevnika” RTS-a čak 71%. Osim ekonomije, nijedna druga od prioriternih tema javnog radija i televizije nije bila deo svakodnevnih preokupacija građana u prvoj polovini 2016. godine. Čak i kada su novinari obrađivali teme koje građane najviše interesuju, u izveštavanju su izbegavani kontroverzni aspekti ovih tema. Umesto reflektovanja interesovanja građana, centralne informativne emisije su svojim mehanizmima selekcije produbljivale raskorak između medijske i građanske tematske agende.

Javniservisisuusvojim informativnim emisijama izneverili građane i izborom subjekata o čijim aktivnostima i mišljenjima izveštavaju. Oni su favorizovali tri grupe subjekata – domaći državni establišment, domaće partijske lidere i strani državni establišment. Partijski lideri, a posebno opozicioni, našli su se ovde iz situacionog razloga – zbog održavanja vanrednih parlamentarnih izbora. Predstavnici centralne izvršne vlasti bili su najfavorizovaniji društveni subjekt od 37 grupa subjekata. Subjektima van upravljačkih struktura data je mala mogućnost da u javnu sferu unesu svoje definicije stvarnosti i na društvenoj agendi promovišu ona društvena pitanja koja oni smatraju relevantnim za javnost. Građani jesu bili predstavljeni u ovim emisijama, ali ne na relevantan način.

Apsolutno preovlađujući novinarski pristup izveštavanju – čak i do 90% – bio je faktografski. Izostao je značajniji udeo priloga u kojima se objašnjava kontekst događaja, kopa ispod površine, predstavljaju interpretacije događaja iz različitih vizura, insisitra na pluralizmu ideja i slobodi kritičkog mišljenja, definišu problemi, ali nude i rešenja. Nizak stepen profesionalnog angažmana stvorio je disbalans u strukturi stavova koje je publika mogla da čuje – svuda je preovlađivao pozitivni govor. Kritički stavovi dolazili su uglavnom od lidera opozicionih stranaka, kojima su javni servisi davali publicitet zbog zakonske obaveze predstavljanja aktivnosti izbornih učesnika.

Ignorišući brojne kontroverze društvenog života, dajući primat definicijama javnog interesa koje formuliše državni establišment, birajući govornike u programu koji ne iskazuju kritičke stavove, centralne informativne emisije republičkog i pokrajinskog javnog servisa nisu pomogle ni slobodnom formiranju ni i izražavanja mišljenja svoje publike, kako njihov cilj navodi Zakon o javnim medijskim servisima.

Selekciona matrica uređivačke politike nije se odnosila neutralno prema različitim interesima u društvu i idejama, kako RTS-u i RTV-u nalaže Zakon, već je bolje usluživala interese vlasti nego drugih društvenih subjekata. Ovo je naročito vidljivo u tretmanu vrha republičke izvršne vlasti i nove pokrajinske vlasti nakon izbora u Vojvodini, koji su imali privilegovan pristup publicitetu.

Ako se o centralnim informativnim emisijama republičkog i pokrajinskog javnog servisa može govoriti u metafori ogledala, treba se priseliti Hakslijeve mudrosti da ogledalo uvek odražava sliku onoga ko ga drži. Slike stvarnosti koje su proizvodile ove emisije odražavale su uređivačku politiku RTS-a i RTV-a, a nisu na adekvatan način reprezentovale stvarnost koju njihova publika živi.

dr Jovanka Matic

UDK: 316.774:654.191/.7(497.113)
316.774:654.191/.7(497.11)

NEWS AND INFORMATION PROGRAMMING OF THE SERBIAN NATIONAL AND VOJVODINA REGIONAL PUBLIC SERVICE BROADCASTERS (RTS AND RTV)

Summary: The subjects of the analysis in the first chapter are the central current affairs programs in the Serbian and Hungarian languages, relating to RTV (Radio Television of Vojvodina), and in the Serbian language, relating to RTS (Radio television of Serbia), daily collage news programs, magazine programs, discussion programs, current affairs hybrid formats, morning programs. The role of public broadcasters in the development of a democratic order is achieved mainly through quality current affairs programs.

The main conclusion is that current affairs programs have not reached the standards which “allow the free formation and expression of the listeners’ and viewers’ opinions” (Public Broadcasting Act, Article 7, Section 1). The central current affairs programs do not respect the legal obligation to impartially handle the political, historical, economic, social, healthcare and other issues “enabling equal confrontation of different points of view” (Public Media Service Act, Article 7, Section 7).

Thematic priorities of the current affairs programs reflect the interests of the political elite. Controversial topics are avoided. Central executive authorities receive privileged treatment compared to other social entities. The citizens are not adequately represented, nor are other entities which possess critical or alternative opinions. The actual value of the daily collage news programs is based around providing plenty of information through a large number of features, reporting on current events and topics from everyday life, as well as on interesting phenomena, events and individuals. Their mosaic structure consists of features of various genres which are linked to each other by presenter’s announcements. For the public broadcaster, it is important, in addition to the above mentioned, that broadcasts focused on discussion and dialogue exist, as well as broadcasts centered on the complete debate format. The concept of mutual confrontation of parties with opposing viewpoints proved to be effective, informative and attractive when it comes to what both of these public broadcasters have to offer. The current affairs hybrid formats are also important for the realization of public interest because their structure is a compilation of both analytical thematic research television packages and challenging polemical interviews in the studio, as well as some innovative solutions in terms of form and structure of programs, which are reflected in both RTV and RTS. In addition to central current affairs programs which give answers to five basic journalistic questions, in daily collage news programs, hybrid formats, discussion programs and magazine programs, both broadcasters, more or less successfully, pay attention to that last, fifth question: why and how?

The analysis of the news and information programming of Radio Television of Serbia and Radio Television of Vojvodina, the national and regional public service broadcasters (PSBs), was lead by the perception that the news and information programmes are the most important part of their output. The public service purposes related to the development of a democratic system are efficiently accomplished through high-quality news and information programmes. In contrast to commercial media, which treat the audience as consumers, public service broadcasting has been established on the idea of serving the public which consists of active members of the community who want to be well-informed in order to make rational decisions on the development of their own community, in their own best interests.

According to the data of the regulatory authority for electronic media, the news and information programmes make a third of all hours of output on the main TV channels of PSBs, RTS1 and RTV1.¹ This share varied since 2009, when the Regulator started conducting the regular yearly monitoring of the content production of PSBs. As far as RTS's television production is concerned, it ranged from 30% to 36%, while in the RTV's output there is a noticeable trend of constant increase of the contribution of news and information programmes, ranging from 24% in 2010, to 40% in 2015. On the radio, news and information programmes also take up a third of the air time on the First radio channels. They are more present in Radio Belgrade 1 schedules, than in Radio RTV, where in 2015 they were reduced to just 20% of the total air time.

Table 1: Percentage of total air time taken up by news and information programmes

	TV RTS 1	TV RTS 2	TV RTV 1	Radio Belgrade 1	Radio 1 RTV
2009	31	19			
2010	30	18	24		
2011	31	19	26		
2012	32	14	33		
2013	32	18	36	34	32
2014*	36	18	37	38	32
2015	34	17	40	34**	20***

* 1 January – 12 August .2014

** 2–15 October 2015

** 2–8 October 2015

Source: *Regulatory authority for electronic media*

¹ All hours of output include reruns, commercials, etc.

Research goal, methodology and focus of analysis

The research of the news and information programmes of RTS and RTV uses the analytical approach that relies on a theoretical foundation behind the cultural studies tradition. In this framework, the media are treated as institutions of representation and signifying, not as mirror-like reflections of reality. From a large number of events and occurrences journalists select those which they deem relevant for the public. They shape the collected information into meaningful narrative structures, while adhering to professional rules and standards. Journalistic products represent one of the many possible interpretations of reality; which is produced according to professional standards of selection and editorial policies.

The analysis of the RTS and RTV news programming rests on the public service purposes as set out in the 2014 Law on Public Service Broadcasting. This law was adopted in order to determine more precisely the mission of public service broadcasting, in contrast with the previous regulations found in the 2002 Broadcasting Law. However, the Law of 2014 does not specifically deal with the news and information programmes and their goals, but rather with the values, principles and goals of the entire output of the public service broadcaster.

The Law on Public Service Broadcasting stipulates that the public service broadcaster shall serve the public interest and lists the following general goals its programmes should accomplish: “the exercising of human rights and freedoms, the exchange of ideas and opinions, nurturing the values of a democratic society, advancing political, gender, international and religious tolerance and understanding, as well as preserving the national identity of the Serbian people and national minorities” (Article 3).

Another article of the Law (Art. 7), while specifying what exactly is the public interest that the PSB should pursue, states that, among other things, it includes “truthful, timely, complete, impartial and professional provision of information for the citizens, and the enabling of the free formation and expression of the opinions of the listeners and viewers

on the territory of the Republic of Serbia, the autonomous province and local self-government (item 1), respect for and representation of basic human rights and freedoms, democratic values and institutions, and advancing the culture of public dialog (item 2), respect for privacy, dignity, reputation, honour and other basic human rights and freedoms (item 3), respect and promotion of pluralism in political, religious and other ideas and facilitation of the public's familiarity with those ideas, without serving the interests of individual political parties or religious organizations, or any other individual political, economic, religious or similar standpoint or interest (item 4); impartial coverage of political, historical, economic, social, healthcare, cultural, educational, scientific, environmental and other issues, enabling equal encounters of different viewpoints (item 7), free of charge and equal representation of political parties, coalitions, and candidates that have confirmed electoral lists for the republic, provincial, or local elections during pre-election campaigns (item 8), timely provision of information about current events in the world and about scientific, cultural and other achievements of our civilization" (item 12).

The aforementioned regulations are in accordance with the theoretical concept of public service broadcasting as a key institution of a modern democracy in the service of the public. This service is achieved through two flows of activities. The first is providing the citizens with the information about events relevant to the community in order for the people, as informed individuals, to get involved in public debate and other various social activities, while the second is representing the needs, interests, concerns and opinions of citizens towards other citizens and holders of public office. In this way the public service broadcaster performs several important roles: it is a source of reliable and diverse information, serves as a forum for public debate about issues of mutual interest, and acts as a control mechanism of the performance of those functions which citizens delegated to their chosen representatives in the government institutions.

In order to meet the regulation concerning the possibility of "the free formation of opinions by the viewers and listeners", the news offer of

the PSB should be independently formed, and be based on professional standards. In addition, it should be highly diverse both in terms of themes covered and the news actors who represent various ideas and viewpoints. In order for the PSB to enable the "free expression of the opinions of viewers and listeners", it should provide an appropriate representation of the citizens and their associations.

The analysis is therefore focused on several aspects of the news and information programmes: their thematic structure, the structure of actors whose activities and opinions are covered, and the level of professional engagement of journalists as authors of news stories.

Identification of the thematic structures of news and information programmes should show whether there is diversity in the themes covered. The essence of journalism is selection. The investigation of the applied thematic selection matrices therefore is done in order to show which topics are chosen as dominant and which social groups are closest to the media's list of thematic priorities. This demonstrates the "agenda setting" function of media.

A goal of investigating the social actors whose activities and opinions are presented is to determine how the public service broadcasters distribute the possibility of publicity, or in other words, which social positions are given a chance to introduce other members of society with their activities and opinions. It is in the nature of journalistic work to give most attention to those institutions which, by the very type of activities they perform, possess the most information and whose activities have the strongest effect on the majority of the population, which, by both of these definitions, are the institutions of government. However, the public service broadcaster, as an institution of the democratic order, has an obligation to connect the citizens with the processes of decision making, to stimulate them to participate in democratic processes and to enable them to influence the decision makers and therefore to give great attention to the representation of the citizens and their associations. The analysis hence pays special attention to the presence of the voices of the citizens, i.e. their chance to speak to others about themselves, their place in the world and their view of the world.

Identification of the value orientations of the attitudes of actors covered in the news programmes aims at establishing a pluralism of opinions, but also the extent to which the public service broadcaster functions as a bearer of critical thinking, especially in relation to the government.

As far as professional engagement of journalists is concerned, the analysis deals with a genre-type of news reports which cover daily events and issues, or in other words, determines to what extent they are treated analytically and thoroughly, instead of just factually.

The analysis of news and information programmes of public service broadcasters RTV and RTS includes their central news bulletins on the radio and television, daily information collage shows, debate shows and their morning programmes.

The central news bulletins of RTS and RTV

The analysis encompasses two central news programmes of the Serbian national public service broadcaster RTS: TV Dnevnik (Daily News), which is broadcast every day at 7.30 pm on the First television channel, and a radio show Novosti dana (News of the Day), which airs every day at 3 pm on the First program of Radio Belgrade. Considering the production of the Vojvodina regional public service broadcaster RTV, three programmes were analyzed: TV Dnevnik, which is broadcast every day on the First channel of RTV at 5 pm, TV Vojvodjanski dnevnik (Vojvodina Daily News) at 10 pm and the radio show Novosti (News), which airs every day at 3 pm on the First channel of RTV radio - former Radio Novi Sad.

The research encompassed 24 weeks of the news programming – from the second half of January to the end of June in 2016.

A rotating sample was applied during that period. It consisted of one bulletin from each week, so as to include all weekdays in an alternating fashion. The sample included a Monday programme from

the first week, a Tuesday programme from the second week, Wednesday programme from the third week, etc., then again a Monday programme from the eighth week.² In the overall sample, each weekday was included three or four times.

The research used the quantitative-qualitative content analysis.

The unit of analysis was a news item. Each news item was classified according to the following categories – the placement, length, genre, the motive for reporting, audio-visual presentation and general topic (that is, thematic group) being discussed (politics, economy, culture, world events, etc.). When it comes to the news actors, a more detailed analysis was carried out, registering every actor whose activities or opinions were presented, as well as the actors who were the objects of their value judgments and qualifications (positive, negative, neutral).

Overall, 2237 news reports were analyzed from the central news bulletins: 528 items of TV Dnevnik on RTS channel, 512 items of Novosti dana on Radio Belgrade, 354 items of TV Dnevnik on RTV channel, 448 items of TV Vojvodjanski dnevnik on RTV channel and 395 items of the RTV radio programme called Novosti.

² In couple of cases this pattern was not followed, in order to add certain programmes that were broadcasted on particular days, such as 29th February – a leap year day, 8th March – Women's Day, 12th March – the anniversary of assassination of the Serbian Prime Minister in 2003, and 1st May – Labour Day. The programmes on these days were considered to be of special social significance, therefore thought to be more representative of the way public media service relates to the public needs. Whenever the sample included one of these "special" days, it was continued with the rule of including every eighth programme.

Table 2: Characteristics of the central news bulletins

	Total number of news items	Average number of news items in a bulletin	Average duration of one news item (minutes)
RTS: Dnevnik	528	22	1:25
Radio Belgrade: Novosti dana	512	21	1:24
RTV: Dnevnik	354	15	1:13
Radio RTV: Novosti	395	16	1:02
RTV:Vojvodjanski dnevnik	448	19	1:17

What do the central news bulletins talk about

Central news bulletins on the radio and television inform about the most important events that have marked the current day. The format of the primetime news bulletins was established a long time ago and has not been significantly changed over the decades. These are the programmes lasting around 20 to 30 minutes, with about 20 or so news items announced by the host. The items are thematically grouped. Even though the thematic segments of a bulletin are not labelled according to the topic, the audience clearly recognizes them as the parts of the programme which report about the world events, country's relations with the world, internal political and economic events, social topics referring mainly to health, education or a timely social occurrence, whereas the news reports about culture, sport and weather are placed at the very end of the programme.

The analyzed radio and TV primetime news bulletins of both public service broadcasters covered a variety of topics. All the programmes consisted of at least a few items about one of 17 analytically arranged topic groups, yet they have also been reporting about certain topics that were not predicted by the coding protocol.

Despite the notable diversity, each programme had its distinct thematic priorities which were discussed more frequently than some other ones.

All newscasts were dominated by four topics. These are internal politics, economy, sport and world news. Between 50% and 60% of news items covered these four topics (to the largest extent RTS's Dnevnik - 64%). If the topic of Serbia's relationship with the world is to be added to the mentioned set of topics, the percentage of the five thematic priorities increases to between 60% and 70% (71% in the case of RTS's Dnevnik). The order of priority topics was slightly different in the analyzed news bulletins; however, none of the remaining 12 analytically selected topics, except only in one case, got more attention than those five above mentioned.

Table 3: Thematic structure of the central news bulletins (in %)

Topic	RTS: Dnevnik	Radio Belgrade: Novosti dana	RTV: Dnevnik	Radio RTV:	RTV:
Politics/government activities	21	17	21	10	16
The world and region	13	20	10	19	7
Sport/recreation	19	7	16	7	17
Economy	11	10	9	15	9
The World - Serbia	7	8	8	11	7
Culture	4	6	4	6	11
Weather	5	7	6	6	5
The Past – war crimes, trials	4	3	4	3	5
Health/Health System	3	3	2	3	4
Education/science	2	2	3	4	4
Other social topics	2	2	2	3	3
Media/information	1	2	4	2	3
Kosovo	1	2	3	3	2
Crime, corruption, legal system	2	2	1	2	1
Miscellaneous	5	9	7	6	6

Dedicating great attention to politics, economy and international events is traditionally characteristic of news programmes of RTS and RTV. What is new is the priority given to sporting events, predominantly on television. This change is probably due to a great number of important sporting competitions held in Serbia during the monitoring period (European Championship of Water polo, European Mini football Championship), the preparations of national athletes for the forthcoming Olympic Games, as well as to the regular following of all the competitions including Serbian tennis players, especially the world number one tennis player Novak Djokovic. All the programmes have a special segment dedicated to sport, and each of them had a couple of items about sporting events.

Political events and topics surfaced to the top of the priority topics because the time of the monitoring coincided with the election campaign for the early parliamentary elections and regular provincial and local elections. With the exception of the RTV's radio bulletin *Novosti*, all the other news programmes fulfilled a duty of the public service broadcasters to provide a balanced reporting about the pre-election activities of the election participants. On the last sampled day before the elections (17th April),³ RTS's *Dnevnik* aired 17 news items about the campaign activities of the political parties, Radio Belgrade's show *Novosti dana 15*, and RTV's *Dnevnik* 11 items.

Political topics were prevalent in TV *Dnevnik* of both RTS and RTV, since the news pieces about elections were the most numerous ones.

When reporting about political topics, apart from covering the election-related events, RTS's TV *Dnevnik* dedicated attention to the activities of the Serbian president Tomislav Nikolic (Nikolic signed the Law on cooperation with NATO, Nikolic visited Moscow, Nikolic visited military exercise, etc) and to all the public appearances of the Prime Minister, whereas other political topics gained very little publicity.

³ The elections were held on 24 April 2016.

RTS's TV *Dnevnik* covered the activities of the Prime Minister Aleksandar in the old-fashioned, servile manner of the state television. These news items were significantly longer than the standard ones. They passively presented the speech of the Prime Minister who, as a separate individual, spent the most time addressing the public. They never questioned the context of events. Opting for this passive journalistic approach, RTS's *Dnevnik* enabled the Prime Minister to use the state marketing for the sake of promotion of the governing party which participated in the three simultaneous election processes. Seven news items about the Prime Minister's activities in 24 newscasts of *Dnevnik* were longer than five minutes (the longest one, the report about opening of the railway station Prokop in Belgrade lasted six and a half minutes), while the average length of a news report in this programme was one minute and 25 seconds. The aforementioned final bulletin from the sample before the elections were held consisted of five news reports about Prime Minister Vucic's activities.

After the elections, at a press conference, Prime Minister Vucic commented negatively on the fact that RTS had placed the report about his meeting with the president of Russia, Vladimir Putin, after the news item with a Croatian analyst discussing the timely topic at the time of Croatia's negative attitude towards the opening of Chapter 23 of the negotiations between Serbia and the EU. RTS covered the Prime Minister's press conference and aired Vucic's comment that RTS considered the Croatian analyst to be more important than Putin.⁴ Neither then, nor later, did the RTS editorial board react to this explicit and obvious interference of the Prime Minister in the editorial policy of the national public service broadcaster.

The main news bulletin of the regional public broadcaster RTV, TV *Dnevnik* at 5 pm, similar to the national broadcaster, gave primary importance to nationwide politics in comparison to regional politics. The activities of the president of the regional government Bojan Pajtic, leader of the Democratic Party that was in opposition to the republic

⁴ The comment stated: "Its one thing if Gjenero [name of the Croatian analyst] is more important than me, but a whole another thing if he's more important than Putin".

government led by the Serbian Progressive Party, were reported two times in 14 news bulletins before the elections, while the national Prime Minister was mentioned 20 times in that period. Still, in this particular news bulletin, the elections were discussed in an analytical way, through topics of expenses of the election campaign, the declining voter turnout, the importance of party programmes to the voters compared to their leadership, etc. The regional government got publicity only after the new cabinet was established, led by Vucic's party, after the elections for the Assembly of Vojvodina. The new management of RTV, appointed after the elections, has intensified Vucic's appearances in RTV's Dnevnik. The news bulletin on 21 June aired 5 reports in a row on the activities of the Prime Minister.

While TV newscasts gave primary importance to politics, both of the central radio shows were dominated by the international news. They featured orderly reports on most important international topics, such as the war in Syria, the migrant crisis, the relations between Great Britain and the EU, terrorism threats, the presidential elections in the USA. Such great attention towards world events is rather a remaining reflex of the national radio from the time when it functioned in a country (Yugoslavia) that was an important actor in international relations, than the consequence of the professional insight in the relevance of these topics for the daily lives of the citizens.

In recent years, the economic topics have become more important than politics in the programmes of both public service broadcasters. That was not the case in the first half of 2016, primarily because of the increased activities of the political parties facing the elections. Yet, economy got on the list of thematic priorities, especially in the reports of the RTV central radio newscast. Following world events, economic developments received the most attention in this programme (15% of all news items, opposed to 10% of items covering political topics).

All of the other topics were given low importance in the analyzed news programmes, except for culture, especially in Vojvodjanski dnevnik (11% of the news reports). The relevance of previously dominant topics, such as crime, corruption, activities of the judiciary, and the issue of

Kosovo (everything related to events in Kosovo and political negotiations concerning Kosovo was sorted under this topic), had declined notably. Both of these topics were covered in 1% to 3% of the reports.

Despite the fact that they discussed different topics, the central news bulletins of RTS and RTV offered a scarce picture of reality. The journalistic selection included just glimpses of reality, while neglecting the issues that burden the everyday lives of citizens the most. The daily reviews of the most important events of the day provided the stories about Resavica miners giving up on strike, about the preparation of the Law on Public Enterprises, about the funding of new workplaces from the state budget, successful negotiations with IMF, the issue of political influence on employment. There were no news stories about the life standards, about the economic rating of Serbia in comparison to other countries in the region, about the unemployed, about price increases, etc. The problems with the healthcare system, the rising trend of young adults leaving the country, the spread of corruption, were all neglected. All of the primetime newscasts marginalized the controversial topics or controversial aspects of the covered topics. From a huge number of reports about politics in RTS's Dnevnik only one covered regional elections, the only one held, whose results were uncertain. This news bulletin never mentioned the civil protest "Ne da(vi)mo Beograd (Don't let Belgrade d(r)own)", about the reasons of cancelling the Prime Minister's visit to the USA, etc. One could learn of political divisions in the country only from the news on election campaigning that presented activities of both the ruling and opposition parties. Even though the citizens gained a lot of information, that information was not of their vital interest.

Who gets the spotlight in the central news bulletins

The actors of journalistic stories are certain public institutions, groups or individuals, be it as the carriers of activities or sources of information and opinions. The choice of actors whose activities are covered of who appear live in the programme is part of the professional competence of journalists and the result of the editorial policy which

defines whose activities and opinions are relevant to the public. The dominant presence of some actors, as well as the absence of others, creates a picture of reality which favours some interests and values more than others. The responsibility of the public broadcaster in this regard is to bring pluralism of voices to the audience and let the topics be discussed from different angles, which also carry confronted opinions.

The research listed the actors appearing in the primetime newscasts in great detail. Every subject that had a live appearance was tracked, and in news which had no voiced speakers, all the mentioned actors were registered as well. As one news report could have many actors, their number was higher than the number of news items.

The total number of listed actors was 3651, of which 906 in, 711 in Radio Belgrade's Novosti dana, 604 in RTV's Dnevnik, 812 in Vojvodjanski dnevnik and 618 in radio RTV's Novosti.

A single news item included less than two subjects on average (1,6). A great number of news stories covered the activities and viewpoints of just one actor (institutions, groups or individuals).

There were three dominant groups of actors whose activities or opinions the news reports focused on: representatives of governing bodies, representatives of political parties and foreign actors. These three groups constituted 50% to 60% of appearances of all news actors (mostly in RTV's Dnevnik with 61%, and the least in Vojvodjanski dnevnik, with 51%).

Table 4: Structure of news actors (in %)

	RTS: Dnevnik	Radio Belgrade: Novosti dana	RTV: Dnevnik	Radio RTV: Novosti	RTV: Vojvodjanski dnevnik
State Institutions	20	25	19	27	23
Foreign actors	27	20	21	26	17
Political parties	14	11	16	6	11
Citizens	8	8	6	7	7

Sport actors	9	3	8	4	10
Economic actors	5	6	5	6	5
Experts	3	6	3	3	2
Civil unions	3	3	4	5	4
Media actors	1	6	9	1	4
Cultural actors	2	3	2	3	5
Educational actors	1	1	1	8	1
Healthcare actors	1	2	1	2	3
Religious actors	1	1	1	1	1
Kosovo actors	1	1	1	1	1
National minorities	0	0	0	0	1
Social protection actors	0	0	0	0	0
Special social groups	2	0	1	0	4
Other subjects	2	4	2	0	1

The high frequency of the appearance of political party members in news items is the consequence of the timing of the analysis matching the time of the election campaign, while the intense presence of government representatives and foreign actors is a traditional feature of domestic newscasts. Taking into account that most of the foreign actors consisted of high ranked government officials of foreign institutions (presidents of foreign countries, the representatives of institutions of the EU, foreign ambassadors in Serbia, government and political leaders from neighbouring countries, etc.), the analyzed programming was dominated by the discourse of the political elite.

Out of all of the native actors, government representatives were without a doubt the most privileged group of all social actors that gained publicity in news reports, so it can be noted that the discourse of these programmes is the discourse of the government.

Of all the representatives of state institutions, the representatives of the central executive branch of power received the most attention, especially the highest government officials. Compared to the executive authorities, the legislative and judicial authorities were completely marginalized (taking mostly up to 1% among appearances of all the listed actors). The provincial government was neglected as well. Even the news bulletins of the regional public service broadcaster RTV talked more often about the activities of the central executive officials than the provincial and local governments.

Table 5: Structure of state actors (in %)

	RTS: Dnevnik	Radio Belgrade: Novosti dana	RTV: Dnevnik	Radio RTV: Novosti	RTV: Vojvodjanski dnevnik
Legislative authorities	0	0	1	1	1
Central executive authorities	12	14	10	14	9
Judicial authorities	1	1	0	0	1
Provincial/ local government	1	2	4	5	8
Other state institutions	6	8	4	7	4

Beside government and party representatives, the only local actors that are notably represented are the citizens, sport actors and economic actors. Citizens are the fourth group according to the frequency of

appearance among news actors. They make up between 6% and 8% of all actors' appearances.

Although citizens appear quite often in newscasts, the analysis of their representation showed that they are not relevant sources of information. Citizens usually become news as participants of certain events or witnesses of some incidents. "Regular" citizens are sometimes interviewed in order to reflect public opinion on certain matters. However, the topics the citizens talk about are not the ones that concern them the most nor are they of the greatest importance for their lives, and the lives of their fellow citizens. In the analyzed news bulletins, citizens talked about how they celebrate Easter and International Workers' Day, whether they donate blood, what they think on organ donation, whether they vaccinate their children, if they have trust in safety of the meat they buy, how they see the visit of Charles, Prince of Wales, to Belgrade and Novi Sad, how impressed they are with certain tourist resorts, etc. There were only few recorded cases where citizens talked about controversial issues, such as the position of Croats in Subotica, or in which they were allowed to express their political views, and these were only the reports concerning the future elections.

Actors from the fields of culture, education, healthcare and welfare were marginalized.

Involvement of experts, as bearers of independent, reasoned opinion, totalled 3% of all shown actors. Only the bulletin Novosti dana by Radio Belgrade stood out, positively, in which 6% of all actors were experts.

Editorial policy ignored numerous special social groups, such as pensioners, the unemployed, housewives, children and young adults and national minorities. In most cases, if appearing at all, these groups constituted a total of 1%, and in one case 2% (Vojvodjanski dnevnik) of appearances of all news actors.

In two analyzed news programmes at RTS, among the total of 1617 actors that were reported about, there was not one teenager, not one

student, not one retired person, not one unemployed person, and only one disabled person actually appeared. The regional public broadcaster was inasmuch more sensitive towards these social groups that among the 2034 actors in its TV and radio shows there were 17 students, 11 retired people, 9 unemployed people, 5 teenagers and 5 disabled people. Vojvodjanski dnevnik by RTV proved as the most open and accepting of these social groups.

The editorial preferences towards certain news actors are best illustrated by the chances given to these actors to speak live. Representatives of state institutions were heard most often in the news items, with the privileged position taken by the executive government officials.

Table 6: Speech length of news actors (in seconds)

	RTS: Dnevnik	Radio Belgrade: Novosti dana	RTV: Dnevnik	Radio RTV: Novosti	RTV: Vojvodjanski dnevnik
Foreign and international actors	3677	1619	1153	251	1276
Legislative authorities	44	38	98	71	61
Executive authorities	3787	1996	1093	1166	1004
Judicial authorities	56	56	0	0	0
State administration	1016	304	128	0	239
Independent state institutions and agencies	107	161	114	458	136
Police and military	41	53	47	97	153
Provincial and local government	144	310	504	466	1220
Kosovo actors	144	159	64	31	38
Ruling political parties	1431	310	410	83	391
Opposition political parties	1068	704	934	215	677

Economic actors, private sector	384	715	334	370	815
Economic actors, public sector	344	261	37	214	123
Health care actors	240	448	110	248	385
Social protection actors	19	46	0	10	0
Cultural actors	465	520	390	362	816
Educational and scientific actors	291	140	202	476	358
Media and journalists	318	213	1587	92	251
Religious actors	63	119	58	87	234
National minority actors	45	0	0	32	63
Sports and recreation actors	864	423	393	25	927
Experts	775	1535	505	376	468
Civic associations	626	378	422	379	465
Citizens as consumers, customers	10	171	9	172	13
Citizen participants in events, witnesses	734	489	371	317	406
Citizens as vox populi	299	175	52	0	331
Citizens in other role	138	103	20	0	20
Children	64	12	23	21	37
Teenagers	0	0	9	0	9
Schoolchildren	102	62	74	15	177
University students	0	0	0	33	127
Retired and elderly people	0	0	22	0	155
Unemployed	0	0	0	0	28
People with disabilities	0	40	0	0	129
LGBT population	0	0	0	0	0
Other social groups	0	0	7	12	7
Other	0	188	3	0	3

Women are poorly represented in the newscasts of public service broadcasters. Men as news actors outnumbered women three to four times. The RTV's TV newscasts displayed a somewhat more favourable treatment of women than other analyzed shows. In RTV's Vojvodjanski dnevnik, there were 24% of women versus 67% of men (the rest of the subjects were not characterized according to their gender), while in Dnevnik of RTV there were 70% of men and 20% of women. In the three remaining newscasts, women made up 15% or 16% of all actors (that had their gender registered), while men made up 60%, or four times more.

The choice of the actors whose activities or opinions were covered in central news bulletins of RTS and RTV did not enable the exchange of opinions between authorities and other social groups, especially the citizens. These programmes did not display enough diversity in terms of social positions and roles on news actors. Featuring less than two actors in a single news items, PSBs could not provide a desired pluralism of opinion.

How do the journalists cover the issues

Journalists shape information through adequate genre forms. Some of them are simple and mostly focused on hard facts, such as news pieces and event reports. Others are more complex and analytically oriented. They include consulting experts and pointing out the context in which the events take place, or the causes and consequences of the events covered.

Analytical reporting demands greater professional effort, but it better serves the needs of the audience to form an opinion, due to their deeper insight into the issues covered and the presence of different opinions.

All analyzed primetime news programmes had only a few analytical features. On average, 88% of their content was presented through simple and purely factual news forms, while just 11% of items included analytical

elements. Such reduced genre diversity of news bulletins was partially caused by the election campaign, which has been for decades covered by PSBs in a purely factual fashion.

Table 7: Genre structure of news bulletins (in %)

	RTS: Dnevnik	Radio Belgrade: Novosti dana	RTV: Dnevnik	Radio RTV: Novosti	RTV:
News	54	52	50	70	44
Reports	38	35	34	25	39
Thematic packages	7	11	11	4	15
Interviews	1	1	4	0	2
Other	0	1	1	1	0

Even though the dominance of news pieces and event reports is a common feature of main news bulletins, the public broadcaster is still expected to analytically process a significant number of events and issues, in order to allow the audience to form a non-biased opinion on them.

The editorial policies of both PSBs chose to grant only the role of a diligent notary of daily events to the journalists of central news programmes. They only occasionally engaged in the interpretation of the events. Moreover, in all the news programmes analyzed, a simple factual news piece was the distinctly dominant form of news items. News pieces presented on the radio and television are usually not authentic and original products of radio and TV journalists. They take the news stories from news agencies, or shape them on the basis of news releases from various institutions or statements published by other media. Agency news is available in the same form to all other types of media. By heavily relying on the simple, factual news pieces, primetime news bulletins diminish the originality and exclusivity of the public service broadcasters. In RTS's TV Dnevnik and RTV's TV Dnevnik, as much as 50% of broadcast items belonged to the simple genre of hard news, while the record holder was the RTV's radio show Novosti with a news share of 70%.

The most common form of news items in the central newscasts are authorized journalistic reports on single events. Journalists of both PSBs are skilful in creating relevant and informative reports. However, apart from high-quality reports, in the analyzed programmes, the newscasts included reports with minimal professional engagement, that amount to only following the organized events according to the arranged protocol and retelling statements of the participants of the event. In TV news bulletins, TV editors do not hesitate to announce simple reports as investigative features, even when the journalists gathered only several statements, or simply disclose information acquired and arranged by someone else.

Exceptionally small shares of analytical items were registered in the radio show Novosti of RTV (4%) and RTS's TV newscast Dnevnik (7%). The RTV's programme Vojvodjanski dnevnik nurtured the analytical approach towards reporting the most (15%), followed by the radio show Novosti dana of Radio Belgrade (12%) and RTV's bulleting Dnevnik (11%). The most common analytical features take the form of the thematic package. RTS's Dnevnik is especially characterized by high-quality packages with exclusive statements and information, a selection of relevant interlocutors, as well as possessing real investigative-oriented journalistic engagement.

Editorial dismissals and shifts in May of 2016 in RTV resulted in reduction of genre diversity of news programmes of the regional public broadcaster. The new editorial board revoked the usual practice of Dnevnik, a brief interview with the guest of the TV show Pravi ugao as an announcement for it, which was broadcast immediately after Dnevnik. This move reduced both diversity of genres and analytical content of RTV's Dnevnik. In Vojvodjanski dnevnik, the share of the journalistic reports increased from one-third to one-half of the programme, while the share of analytical thematic packages dropped from 17% to 10%.

In addition to the lack of the analytical approach to reporting, central news bulletins were characterized by the dominance of positive speech in comparison to neutral and negative. The analysis registered all opinions which news actors expressed on clearly specified other social actors (or themselves) and their value orientation.

In RTS's Dnevnik, news actors expressed a positive opinion on an actor relevant for the topic in 58% of the cases, negative in 22% and neutral in 16% (in 4% both positive and negative). Negative evaluations were mainly expressed by the election participants – the opposition parties about the current government's results, and the representatives of the government on their political opponents. In Radio Belgrade's newscast Novosti dana positive qualifications of other actors were recorded in 38% of cases, neutral in 31% and negative in 29% (in 2% combined).

In RTV's Dnevnik, 47% of the attitudes were positive, 25% neutral and 23% negative (5% both positive and negative). In Vojvodjanski dnevnik, positive value orientation of speech of the news actors prevailed with 53%, compared to 22% of neutral and 20% of negative (5% combined). After the editorial shift in RTV, the share of positive speech in this news bulletin increased from 51% to 58%. In the RTV's radio programme, after a change of editorial orientation, the structure of actors' attitudes was also modified, so the positive increased from 44% to 45% and negative were reduced from 21% to 15%.

Mirror of the editorial policy

Primetime news bulletins of the national and regional public broadcasters have a large and loyal audience. RTS's TV programme Dnevnik is especially valued and is among the most watched programmes of this public broadcaster. However, the popularity of these programmes is not a proof of their quality.

The analysis of the news items of central newscasts from the first half of 2016 – what they report, about whom and how they report – showed that, besides their undisputable qualities in professionalism of journalists and attractive presentation, these programmes also had some significant weaknesses. In their choice of topics covered, as well as the choice of actors representing certain activities and opinions, and the level of professional engagement of journalists, they did not reach the standards needed for the public service broadcasters to achieve their desired roles and influences.

Although they did have a broad thematic scope, primetime news bulletins were not sufficiently thematically diverse. In all of the newscasts, five themes were prevalent. These are domestic politics, economy, sport, world events and the relations between Serbia and the world. About 60% of their content was based around these issues, and in the case of RTS's TV Dnevnik as much as 71%. Apart from economic issues, none of the other priority topics in the newscasts were a part of the daily concerns of citizens in the first half of 2016. Even when journalists did cover the topics that people were the most interested in, the reporting avoided their controversial aspects. Instead of reflecting the interests of citizens, central newscasts' selection mechanisms were just broadening the gap between the media and the civil thematic agenda.

Public service broadcasters also failed citizens by their selection of news actors. They favoured three groups of actors – domestic state establishment, local party leaders and the current establishment of foreign states. Party leaders, especially from the opposition, only found themselves in the news because of one situational reason – the holding of early parliamentary elections. Among the 37 groups of news actors, representatives of the central executive branch of power were the most favoured social actor. Actors outside the governing structure were given very few opportunities to bring forward their definitions of reality to the public sphere and to promote the social issues that they consider relevant on the social agenda to the public. Although the citizens were represented in these programs, it has not been done in a relevant way.

The predominant journalistic approach to reporting – sometimes even up to 90% - was purely factual. What was missing was a more significant share of items that explain the context of the events, dig beneath the surface, offer the interpretations of events from different points of view, insist on the idea pluralism and freedom of critical thinking, define problems, but also offer solutions. A low degree of professional engagement created an imbalance within the structure of attitudes that the audience was allowed to hear – positive speech was prevalent in all of the newscasts. Critical attitudes came mainly from the leaders of the opposition parties, to whom the public broadcasters gave publicity due to a legal obligation to present activities of election participants.

By ignoring the many controversies of social life, giving primacy to the public interest definitions formulated by the state establishment, choosing speakers in the programmes who do not express critical attitudes, central news bulletins of both national and regional public broadcasters did not help neither in free formation nor expression of the opinions of its audience, as their purposes are outlined by the Law on Public Service Broadcasting.

The selection matrix of editorial policy was not neutral towards different interests in society, and different ideas, as is required by the aforementioned Act for both RTS and RTV. It better served the interests of the power holders than of other social actors. This is clearly evident in the treatment of the central top executive authorities and the new provincial government after the elections in Vojvodina, both of which were very privileged in the amount and type of publicity they received.

If one can use the metaphor of a mirror when speaking about central news bulletins of the national and regional public service broadcasters, than one should remember Aldous Huxley's insight – a mirror always provides a reflection of its holder. The pictures of reality created by these programs reflect the editorial policies of RTS and RTV, and not the reality in which their audiences live in.

dr Jovanka Matic

UDK: 659.444(497.113)
659.444(497.11)

DNEVNE INFORMATIVNE KOLAŽNE TV EMISIJE RTS-a I RTV-a

Oba javna servisa emituju dnevne informativne kolažne TV emisije o dnevnim aktuelnostima i pričama iz svakodnevnog života. Republički javni servis ima dve takve emisije: *Ovo je Srbija* koja izveštava o događajima i pojavama u lokalnim mestima širom Srbije i *Beogradska hronika* koja se odnosi samo na zbivanja u glavnom gradu. Pokrajinski servis je po ugledu na *Beogradsku hroniku* emitovao emisiju *Novosadske razglednice*. Ova emisija je kasnije nazvana *Razglednice* i proširila je fokus sa novosadskih tema na zbivanja širom lokalnih mesta u Vojvodini¹. Emisije su deo informativne ponude Prvog programa televizije RTS-a tj. RTV-a.

Sve navedene emisije se emituju svakog radnog dana u popodnevno vreme i traju 40-50 minuta. *Ovo je Srbija* počinje od 15 časova, *Beogradska hronika* od 17:45 časova, a *Razglednice* od 17:50 časova. Priloge najavljuje voditelj iz studija, s tim što voditelji *Beogradske hronike* i *Razglednica* vode i razgovore sa studijskim gostima.

Uzorak za analizu činila su 23 izdanja emisije *Ovo je Srbija*, 24 izdanja *Beogradske hronike* ukupnog trajanja 16 sati i 36 minuta i 20 izdanja *Razglednica* u trajanju od 17 sati i 37 minuta².

¹ U novoj šemi TV programa RTV-a od jeseni 2016. godine, emisija *Razglednice* je podeljena na dve, pa prva pod nazivom Vojvodinom pokriva teme iz svakodnevnog života u celoj Vojvodini, a druga, *Novosadske razglednice*, samo u Novom Sadu.

² Uz manja odstupanja, uzorak je isti za ove emisije i obuhvata njihova izdanja od 18. i 26. januara; 3, 11, 19, 29. februara; 8, 16, 24, 28. marta; 1, 5, 13, 21, 29. aprila; 2, 10, 18, 26. maja; 3, 6, 14, 22, 30. juna 2016. godine. U nekim slučajevima odstupilo se od planskog uzorka iz tehničkih razloga.

Metodom kvantitativno-kvalitativne analize sadržaja analizirano je 387 priloga emisije *Ovo je Srbija*, 300 priloga *Beogradske hronike* i 321 prilog emitovan u *Razglednicama*.

Tri koncepta informativnih kolaža

Informativnost dnevnih kolažnih emisija počiva na pružanju obilja informacija kroz veliki broj priloga, koji izveštavaju o aktuelnim dnevnim događajima i o temama iz svakodnevnog života, kao i o zanimljivim pojavama, događajima i pojedincima. Njihovu mozaičnu strukturu čine žanrovski raznovrsni prilozi, koji se nadovezuju jedan na drugi najavama voditelja. Smenjivanje izveštaja, intervju, vesti, reportaža i tematskih analiza čini ih dinamičnim i atraktivnim. Svaka emisija u proseku ima 15 priloga (*Ovo je Srbija* ima 17, *Beogradska hronika* 13, a *Razglednice* 16).³ Dnevni događaji su od one vrste koja nije toliko značajna da bi se našla u centralnoj dnevnoj informativnoj emisiji, ali je važna za širi krug ljudi i njihov svakodnevni život. U Beogradu i Novom Sadu su to komunalne teme i kulturni, sportski, humanitarni ili drugi događaji od značaja za stanovnike ovih gradova, a iz ostalih delova zemlje lokalni aspekti događaja širih razmera, poput elementarnih nepogoda, sezonskih poljoprivrednih događaja, javnih manifestacija nacionalnog ili regionalnog značaja. U tretmanu ne-dnevnih aktuelnosti emisije se donekle razlikuju. Dok *Beogradska hronika* neguje teme opšteg značaja (ishrana dece, ostvarivanje prava potrošača na reklamaciju, mobing, nove vrste posla preko Interneta), emisija *Ovo je Srbija* akcenat stavlja na isključivo lokalne priče. Nekada su one relevantne kao lokalna ilustracija pojave karakteristične za celu zemlju (lokalni slučaj nestale bebe, nebriga za kulturnu baštinu), a nekada su usko lokalnog karaktera (problemi stanara zgrade u Užicu koji ne mogu da poprave lift, iako za to imaju sredstva). Emisija *Razglednice* kombinuje dva koncepta, pa se bavi i temama od opšteg značaja (problemi starog stanovništva, cene školskih udžbenika, terapija jahanjem) i onima koje su samo lokalnog karaktera (loš kvalitet lokalnog puta).

³ Analizom su obuhvaćeni samo informativni prilozi, a blok pojedinačnih kratkih vesti u nizu, ako ga je bilo, nije uključen u analizu, sem ako se odnosio na izbornu kampanju, kada je tretiran kao jedan prilog.

Razlike u konceptu vidljive su u različitim žanrovskim strukturama emisija.

Tabela 1: Žanrovska struktura emisija

Žanr	Ovo je Srbija	Beogradska hronika	Razglednice
Vesti	33	25	9*
Izveštaj	56	21	58
Intervju	2	18	14
Tematski paket	6	12	13
Reportaža	3	9	5
Drugo	0	15	1
	100	100	100

*Svaka emisija *Razglednica* je sadržala poseban blok dnevnih vesti, koji nije uključen u analizu.

Emisija *Ovo je Srbija* je imala najmanju žanrovsku raznovrsnost. U njoj su dominirale jednostavnije vrste priloga. Vesti i izveštaji mnogobrojnih dopisnika o aktuelnim događajima, kako onima šireg značaja tako i onima od usko lokalnog, činili su 89% ukupnog broja priloga. Analitički prilozi, koji zahtevaju intenzivniji profesionalni angažman i pronalaženje aspekta lokalnih pojava koji su interesantni za nacionalno gledalište, bili su retki (6%), kao i intervju (2%) i reportaže (3%).

Žanrovski najbogatija i profesionalno najkompetentnija bila je *Beogradska hronika*. U njoj je najviše živog govora, što je čini veoma dinamičnom. Među autorskim izveštajima, kojih je bilo dvostruko manje nego u druge dve emisije (21%), bilo je veoma mnogo živih uključenja reportera koja su se odnosila na dnevne aktuelnosti bitne za stanovnike prestonice. Preovlađivali su analitički prilozi, oni koji dublje zahvataju teme, nude kontekst, različite uglove gledanja, traže uzroke i rešenja ili se bave zanimljivim pojavama i ljudima (18% studijskih intervju, 12% analitičkih tematskih paketa i 9% reportaža). Emisija je obilovala (15%)

i mešovitim žanrovskim formama (kombinacijom reportaža i tematskih priloga, živog izveštaja i intervjua). Osobenost *Beogradske hronike* ogledala se i u drugim vidovima iskakanja iz tradicionalnih žanrovskih formi. U njoj postoji redovna rubrika *Gledaoci reporteri*, u kojoj se predstavljaju fotografije koje gledaoci šalju da bi ilustrovali neki problem koji ih muči (otpala fasada na zgradi, nevolje zbog poplava, neupotrebljiv put) ili interesantan događaj. U studiju je nastupao dečiji hor Kolibri, iako ova vrsta događaja nije karakteristična za emisiju.

Mešoviti koncept *Razglednica* iskazao se u kombinaciji dva navedena žanrovska modela. U njima je bilo mnoštvo detaljnih autorskih izveštaja o aktuelnim događajima (55%), a malo vesti, uz veliki broj studijskih intervjua i analitičkih paketa (27% ukupnog broja priloga).

Konceptualne razlike između emisija iskazale su se i kroz vrstu povoda koje njihova uredništva biraju da bi obradili neki događaj ili temu. Ovaj izbor zavisi od profesionalnih kapaciteta, ali je u ovakvoj vrsti emisija očekivano visoko učešće priloga kreiranih na inicijativu novinara u odnosu na one koji nastaju kao praćenje organizovanih događaja na koje su novinari pozvani i o kojima su unapred obavješteni. U emisiji *Ovo je Srbija* trećina priloga (32%) je nastala profesionalnom samoinicijativom, odnosno odlukom uredništva da oni interesuju javnost ili da zaslužuju pažnju javnosti, iako nemaju aktuelni povod. U *Beogradskoj hronici* to je bio slučaj sa nešto više od polovine priloga (54%), a u *Razglednicama* sa nešto manje od trećine (29%).

O spontanim, neorganizovanim događajima najčešće je izveštavala *Beogradska hronika* (22% svih priloga), zatim *Ovo je Srbija* (15%), pa *Razglednice* (11%). Ostali prilozima nastali su praćenjem događaja koje su organizovale institucije vlasti i one van državnih struktura. U *Razglednicama* su izrazito preovlađivali ovi drugi: čak polovina priloga nastala je praćenjem događaja koji su organizovani van institucija vlasti (49%) i to je u ovoj emisiji bio i najčešći povod izveštavanja, dok su događaji u organizaciji vlasti bili povod za 11% priloga. U emisiji *Ovo je Srbija* ove dve vrste povoda su bile relativno izjednačene: događaji organizovani van struktura vlasti bili su predmet 29% priloga, a oni zvanični 24% priloga. *Beogradska hronika*, naprotiv, iako sa najvećim profesionalnim

kapacitetima, i najvećim učešćem medijske samoinicijativnosti, dala je dvostruku prednost događajima u organizaciji vlasti (16%) nego onima van nje (8%).

Na orijentaciju emisija da budu servis vlasti ili servis javnosti u značajnoj meri je uticalo njihovo različito ponašanje tokom izborne kampanje. Emisija *Ovo je Srbija* se nije uključila u praćenje aktivnosti izbornih učesnika, iako se u mestima iz kojih su izveštavali dopisnici intenzivno odvijala kampanja za lokalne izbore. Politika i inače nije tema ovih emisija, pa je i u toku kampanje zadržana standardna orijentacija emisije da više pažnje daje događajima pokrenutim od strane nedržavnih institucija, ali i da redovno prati pseudodogađaje, neskrivene promotivne događaje i druge događaje koje organizuju organi lokalne vlasti u okviru nepolitičkih tema.

Nasuprot emisiji *Ovo je Srbija*, *Beogradska hronika* se uključila u izveštavanje o izbornoj kampanji, i to na tri načina. Uveden je poseban blok izbornih vesti u kome su kratko predstavljene predizborne aktivnosti mnogih stranaka. Istovremeno, redovno su praćene sve aktivnosti najviših funkcionera gradske uprave Beograda koje su imale promotivni značaj za vladajuću partiju, iako su se krile iza državnog marketinga, a u studiju su gostovala dva najviša predstavnika gradske vlasti. RTS je, dakle, jednu od najgledanijih informativnih emisija (posle *Dnevnika*) stavio u ulogu promocije aktuelne vlasti tokom izborne kampanje.

Emisija *Razglednice* nije izveštavala o izborima i nije direktno kroz svoje priče od pokrajinskog značaja favorizovala pokrajinsku vlast, koja se na pokrajinskim izborima borila za opstanak. Ipak, u njoj je takođe iskazan pristrasan odnos prema gradskoj vlasti, koja je bila suprotne političke orijentacije od pokrajinske. I ovde su promotivne aktivnosti gradonačelnika Novog Sada praćene po meri redovnog događaja, iako su jasno bile organizovane kao predizborni događaji u službi mobilizacije biračke podrške.

Informativnost, relevantnost i ekskluzivnost sadržaja

Sa svojim mnoštvom priloga, analizirane emisije su informativne jer govore o mnoštvu tema, bilo da su one u vezi sa aktuelnim dnevnim događajima ili pojavama od dugoročnijeg značaja.

Emisija *Ovo je Srbija* odlikovala se velikom raznovrsnošću informacija iz 72 mesta⁴ širom Srbije.

U njoj su primarne teme bile ekonomija (19% priloga), zdravstvo (13%), socijalne teme (11%), kultura (11%), obrazovanje (10%) i komunalne teme (10%). Uređivačka orijentacija emisije *Ovo je Srbija* naglašeno je okrenuta od politike, pa su političke teme bile zastupljene samo u 4% priloga.

Međutim, emisija *Ovo je Srbija* ima problem sa izborom relevantnih tema za nacionalnu publiku. U njoj se prečesto izveštava o lokalnim događajima koji su od uskog značaja samo za sredinu iz koje prilog dolazi. Takvi su, na primer, prilozi o maskenbalu predškolaca u Nišu, požaru u stambenoj zgradi u Prokuplju, rekonstruisanoj ambulanti u Pirotu, novim prostorijama Centra za socijalni rad u Vlasotincu, obnovljenoj klanici u Novoj Varoši, novoj ambulanti u selu u opštini Blace, sukobima između zaposlenih u Domu zdravlja u Kuršumlji, itd. U ovakvim slučajevima RTS preuzima neprirodnu ulogu lokalnog medija.

Uloga emisije je mnogo značajnija kada govori o opštim problemima i temama zajedničkim za celu populaciju, ističući njihova lokalna obeležja, kao na primer o poplavama i njihovim posledicama u određenim regionima, problemima pčelara u lokalnim sredinama, o vraćanju novca

⁴ To su Aleksandrovac, Aleksinac, Arandelovac, Arilje, Bajina Bašta, Bela Crkva, Blace, Bor, Bosilegrad, Bujanovac, Valjevo, Varvarin, Vlasotince, Vranje, Vrnjačka Banja, Vršac, Golubac, Gornji Milanovac, Žitište, Zrenjanin, Ivanjica, Jagodina, Kikinda, Kladovo, Kovačica, Knić, Knjaževac, A Kovin, Kosjerić, Koceljeva, Kragujevac, Kraljevo, Kruševac, Kuršumlja, Kučevo, Leposavić, Leskovac, Loznica, Lučani, Ljubovija, Medveđa, Niš, Nova Varoš, Novi Pazar, Novi Sad, Opovo, Pančevo, Piroto, Plandište, Požarevac, Priboj, Prijepolje, Prokuplje, Požega, Svilajnac, Sečanj, Smederevo, Sokobanja, Sremska Kamenica, Subotica, Surdulica, Šabac, Tekija, Trgovište, Trstenik, Čuprija, Ub, Užice, Horgoš, Čajetina, Čačak, Šid.

roditeljima koji su plaćali veću cenu obdaništa, legalizaciji objekata sagrađenih bez dozvole, napuštanju sela, uzbunjivačima u zdravstvu, itd. Ona je korisna i kada pokriva velike događaje bar regionalnog značaja koji se tradicionalno održavaju u lokalnim centrima, kao što su „Borini dani” u Vranju, „Dani komedija” u Jagodini, „Nušićevi dani” u Smederevu, itd. Njeni najoriginalniji i najekskluzivniji sadržaji tiču se lokalnih inicijativa koje mogu biti od koristi za druga mesta, kao što su odluka lokalne vlasti u Prokuplju da iz budžeta plaća sportske treninge deci i omladini, ponuda besplatnih treninga iz borilačkih veština za žene u Kragujevcu, radionice za obolele od retkih bolesti u Bajinoj Bašti, pomoć udruženja građana u Leskovcu ženama obolelim od raka, otvaranje kafića u kome rade osobe sa smetnjama u razvoju i organizovanje Festivala nauke u Nišu, programi protiv nezaposlenosti u Trgovištu, povećana sadnja malina u Sandžaku, itd. Dodatno, ova emisija je korisna i zanimljiva kada govori o izuzetnim lokalnim pojedincima, njihovim talentima i uspesima, kao što je žena iz Pirota koja je osvojila vrhunske medalje na svetskom kupu za majstore pice, Pančevcu koji pravi neobične gitare ili gestovima humanosti koje ostvaruju grupe građana.

Relevantnost i ekskluzivnost tema u emisiji *Ovo je Srbija* je umanjena i naglašenom orijentacijom na pozitivne priče. U njoj je izrazito preovlađivalo pozitivno vrednovanje aktera koji su izdvojeni kao važni za temu izveštavanja. Čak 74% registrovanih stavova je sadržalo pozitivno vrednovanje aktera/objekta o kojima se govorilo u prologu. Negativnih stavova je bilo znatno ređe (13%), a još ređe je bilo neutralnih stavova (9%), uz veoma malo onih u kojima je vrednovanje bilo i pozitivno i negativno (4%). Ovo pokazuje da selekciona matrica emisije ne zadire dublje u probleme svakodnevnog života lokalnih sredina, već neguje nekontroverzne priče koje slikaju neproblematičnu stvarnost, iako ona za mnoge građane u sredinama o kojima se izveštava to nije.

Tabela 2: Tematska struktura emisija

Teme	Ovo je Srbija	Beogradska hronika	Razglednice
Komunalne teme	10	21	8
Ekonomija	19	8	12
Kultura	11	11	14
Obrazovanje	10	7	12
Zdravstvo	13	7	8
Socijalne teme	11	9	6
Vreme i el. nepogode	8	7	7
Sport	3	6	12
Crna hronika	0	11	2
Politika	4	3	5
Drugo	11	10	14

Beogradska hronika najčešće se bavila komunalnim temama (21%), događajima iz oblasti kulture (11%), crnom hronikom (11%), socijalnim temama (9%), ekonomskim temama (8%), obrazovanjem (7%), vremenskim prilikama (7%), zdravstvom (7%) i sportom i rekreacijom (6%).

Pored tematske raznovrsnosti, informativnosti emisije je doprineo visok udeo živih uključenja reportera, bilo u vezi sa aktuelnim komunalnim temama, nesrećama i udesima ili o velikim kulturnim i sportskim događajima. *Beogradska hronika* neguje tradicionalni pristup zaštite prava građana kroz prikazivanje njihovih problema (krađa cevi za gasnu instalaciju, kvarovi servisnih mreža, nevolje izazvane vremenskim neprilikama, itd) i traženju odgovora kod nadležnih.

Kulturni događaji ovde tradicionalno imaju veliki publicitet, jer Beograd jeste najveći kulturni centar Srbije, pa su kulturna zbivanja u gradu značajna za široko gledalište. Ekskluzivnost u tretmanu kulture postizana je kako kvalitetnim prikazima kulturnih događaja, tako još više ekskluzivnim i relevantnim razgovorima sa kulturnim poslenicima u studiju (glumci Seka Sablić, Sergej Trifunović, Marko Živić, Marko

Janketić, glumci predstave „Iza kulisa“, glumci predstave „Priča se po gradu“, brojni muzičari, dirigent dečjeg hora Kolibri, itd).

Ova emisija je relevantna ne samo za Beograđane već i za druge gledaoce pre svega zbog svoje prezentacije tema koje imaju širi značaj od lokalnog, a koje su predstavljene temeljno, iz raznih uglova i uz konsultaciju stručnjaka. Na analitičan način, na primer, u emisiji se govorilo o zanimanju „life coach“ (trener života) i obmanama u ovom poslu, problemima sa kojima se sreću kreditni žiranti, o otkrivanju retkih bolesti kroz laboratorijske analize, zašto je prezentacija državnih budžeta komplikovana, obimu krađa robe na pijacama, korišćenju društvenih mreža od strane školskih nastavnika, radu odeljenja za visoko tehnološki kriminal, itd. Gosti u studiju diskutovali su sa voditeljicama emisije o novom obliku zavisnosti koji je vezan za mobilni telefon i internet, o zvezdama školskog života, o spinovanju u javnoj komunikaciji, o bioinženjeringu, o koristima od DNK analize, novim odnosima u porodici. Reportaže su govorile o interesantnim događajima i pojavama koje su van neposrednog individualno iskustva – kako Kinezi koji žive u Srbiji proslavljaju kinesku Novu godinu, o aktivnostima vojnih ronilaca, o radu Vojne policije, ženama vatrogascima, bebama rođenim 29. februara, o svakodnevnom životu baka (na Dan baka), personalizovanim poštanskim markama, itd.

Ipak, kao i u emisiji *Ovo je Srbija*, dominantan tretman tema u *Beogradskoj hronici* je bio pozitivan. Gotovo polovina izrečenih identifikovanih stavova (49%) bila je pozitivna u odnosu na aktere o kojima su govorili. Neutralnih stavova bilo je 35%, a negativnih 13% (i pozitivnih i negativnih 3%). Četiri najčešća predmeta stava su bile privredni subjekti u javnoj svojini (12%), kulturni subjekti (11%), građani (11%) i institucije gradske vlasti (9%).

Insisiranje na pozitivnim pričama, kao i odnos prema gradskoj vlasti, umanjili su značaj *Beogradske hronike* u funkciji servisa građana. Emisiju odlikuje nekritičan stav prema gradskoj upravi i gradskim komunalnim preduzećima. On je posebno bio naglašen tokom izborne kampanje. U sklopu redovnog izveštavanja, a mimo bloka izbornih vesti, praćene su sve aktivnosti gradskih čelnika čiji cilj je bio promocija vlasti pred izbore. U studiju su gostovali gradonačelnik Beograda Siniša Mali

i gradski menadžer Goran Vesić, zatim direktori Gradskog vodovoda, GSP-a, Parking servisa, kojima je data prilika da govore o planiranim aktivnostima i o obećanjima, a ne o rezultatima prethodnog rada.

Kao i druge dve emisije, i *Razglednice* su se odlikovale velikom tematskom raznovrsnošću. U prvom planu su bili kultura (14% priloga), ekonomija (12%), obrazovanje (11%) i sport (11%), a u drugom komunalne teme (8%), socijalne teme (8%), zdravstvo (8%) i vreme (7%).

Emisija je najčešće izveštavala o događajima i aktivnostima raznih subjekata u Novom Sadu, a zatim u drugim gradovima u Vojvodini. Ukupno je registrovano 27 mesta kao lokacije subjekata o kojima se izveštavalo.⁵ Odnos centra i unutrašnjosti je rešen na zadovoljavajući način, jer su iz lokalnih mesta birani događaji od šireg značaja i kao ilustracije opštih problema. Publicitet su dobijali svi važni kulturni događaji u Vojvodini – pozorišne premijere, festivali (Festival vina i Tamburica fest u Novom Sadu, internacionalni festival u Pančevu), koncerti, izložbe, aktivnosti i jubileji institucija kulture (kandidatura Novog Sada za prestonicu kulture 2020, predstavljanje knjige Nebojše Popova u Zrenjaninu), a u studiju su gostovali mnogi od aktera kulturnih događaja i aktivnosti (muzičar Vasil Hadžimanov, direktorka Muzeja savremene umetnosti Vojvodine). Događaji i teme od značaja za prosvetu, učenike, studente i roditelje su takođe bile brojne, bilo da je reč o završnim testovima u školama, upisima na fakultete, cenama udžbenika, letnjim školama u prirodi za decu, nagradama za najbolje diplomatske i seminarske radove, aktivnostima škola i učenika (učenici osnovne škole u Kaću su napravili robota).

I ovde je negovan pristup brige o problemima sa kojima se susreću građani, kako Novog Sada, tako i drugih mesta – nedostatak struje i vode, neasfaltirane ulice, divlje deponije, nedostatak rasvete i gradskog prevoza, nebezbednost liftova, loš kvalitet puteva, nemogućnost korišćenja parkinga; a novinari su nastojali da od nadležnih dobiju informacije o mogućim rešenjima ovih problema.

⁵ To su Bela Crkva, Zrenjanin, Indija, Senta, Apatin, Žitište, Beočin, Ada, B. Gradište, Titel, Irig, Kula, Ruma, Vrbas, Vršac, Bačka Palanka, Odžaci, Sremska Mitrovica, Subotica, Pećinci, Sombor, Novi Kneževac, Bečej, Pančevo, Sremski Karlovci, Šid, Kikinda.

Slično *Beogradskoj hronici*, u *Razglednicama* su se prilozi o dnevnim aktuelnostima (najčešće u formi izveštaja) smenjivali sa kvalitetnim i relevantnim analitičkim priložima. Tematski paketi su na produbljen način pratili teme od šireg javnog značaja, kao što su raskorak između cene minimalne potrošačke korpe i prosečnih plata, problemi starih, dobrovoljno penziono osiguranje, zapošljavanje invalidnih lica, odlazak lekara iz zemlje, kvalitet ishrane, položaj radnika, zaostajanje Srbije u stepenu energetske efikasnosti, skidanje pozorišne predstave sa repertoara u Zrenjaninu i Leskovcu, itd. Često je analitički prilog o nekoj takvoj temi produbljivan razgovorom u studiju (na primer, posle analitičkog priloga o terapiji bolesne dece jahanjem, o tome se u studiju razgovaralo sa predstavnicom udruženja koje tu terapiju ostvaruje, a nakon priloga o kvalitetu mesa sa stručnjakom iz Institua za prehrambene tehnologije).

Pažnja se poklanjala mnogim posebnim društvenim grupama, kao što su stari (problemi populacije trećeg doba, proslava 70 godina Udruženja penzionera u Subotici), deca (otvaranje Novosadskog dečijeg leta, saveti logopeda), invalidi, (sport za invalide, zapošljavanje invalida), kao i humanitarnim akcijama koje su iskazivale solidarnost sa ranjivim grupama (Kuka dobrote, itd).

Relevantnost sadržaja je postignuta i praćenjem nekih ekskluzivnih tema, kao što su sve manja upotreba fiksnog telefona, uvođenje on-line pijace u Novom Sadu, primena aplikacije za mobilni telefon o slobodnim parking mestima, itd.

Do promene uredničke politike nije bilo skrivanja događaja od javnog značaja koji su iskazivali političke ili ekonomske sukobe oko raznih vrsta prava. Zabeležen je politički sukob u skupštini Bele Crkve, protest sindikata prosvete, štrajk bivših radnika PIK Bečej, protest taksista u Novom Sadu, protesti somborskih poljoprivrednika oko zakupa državnog poljoprivrednog zemljišta, itd. Nakon smene uredništva u maju 2016. godine, takvi prilozi su nestali iz emisije.

U celini, međutim, i *Razglednice* su negovale odsustvo kritičkog govora. Svega 10% identifikovanih vrednovanja koja su iznošena u tretmanu tema bili su negativni prema nekom društvenom akteru. Preovlađivalo je pozitivno vrednovanje (44%), iako u balansiranom odnosu sa neutralnim tretmanom aktera (43%).

Reprezentovanje društvenih institucija i grupa

U sve tri emisije, među mnoštvom subjekata o čijim aktivnostima ili mišljenjima se izveštavalo, preovlađivale su dve grupe: građani i državni službenici – najviše lokalni.

Građani su se najviše pojavljivali u ulozi učesnika događaja ili svedoka zbivanja, zatim kao potrošači i korisnici usluga, a u mnogo manjoj meri kao reprezentanti javnog mnjenja. U emisiji *Ovo je Srbija*, na primer, pitali su ih da li redovno plaćaju račune, koliko često se smeju, šta očekuju od bolnice koja je dobila akreditaciju, šta misle o ženama vozačima, koliko su zadovoljni biciklističkim stazama u svom gradu, itd.

U emisiji *Ovo je Srbija*, građani su činili 25% od ukupno 719 pomenutih subjekata, dok su državni subjekti to bili u 21% slučaju. Sledeći najzastupljeniji subjekti su ekonomski (9%), obrazovni (8%), pa kulturne institucije i umetnici (7%). Političke partije se nisu pojavile nijednput.

U emisiji su bili zapostavljeni sportski subjekti (2%), stručnjaci (3%), kao i zdravstveni (4%). Od posebnih društvenih grupa, pažnja je poklonjena samo deci i đacima (5%), invalidima i studentima (po 1%), a zanemareni su penzioneri i nezaposleni.

Tabela 3: Subjekti kao nosioci radnje ili mišljenja

Subjekti	Ovo je Srbija	Beogradska hronika	Razglednice
Građani	25	21	20
Državni	21	20	18
Ekonomski	9	12	8
Kulturni	7	9	8
Obrazovni	8	7	6

Informativni	5	7	3
Stručnjaci	3	3	5
Zdravstveni	4	3	2
Sportski	2	2	5
Udruženja građana	4	0	5
Političke partije	0	4	1
Društvene grupe	8	3	9
Drugi	4	9	10
	100	100	100

U 300 priloga *Beogradske hronike* izveštavalo se o aktivnostima ili mišljenjima 649 subjekata. I ovde su građani bili nešto brojniji (21%) od predstavnika države (20%). Brojni su bili ekonomski subjekti (12%, više iz javnog - 46 subjekata, nego privatnog sektora - 30), predstavnici kulturnih institucija i umetnici (9%), kao i obrazovnih (7%) i informativnih institucija (7%). Predstavnik partija je bilo 4%, (16 iz vladajućih, a 15 iz opozicionih). Svi ostali subjekti su bili marginalizovani, posebno stručnjaci (3%), zdravstveni subjekti (3%), sportski (2%). Udruženja građana su bila ignorisana, kao i posebne društvene grupe.

U *Razglednicama* je registrovano 659 subjekata. Građani su bili zastupljeni u 20% slučajeva, a državni funkcioneri i službenici u 18%. Od državnih funkcionera pojedinačno se najčešće pojavljivao gradonačelnik Novog Sada Miloš Vučević. Slede zatim ekonomski subjekti (8%), kulturni (8%), obrazovni (6%). Ova emisija se od drugih izdvojila po većoj pažnji udruženjima građana (5%), stručnjacima (5%) i posebnim društvenim grupama (9%) – posebno đacima, penzionerima i invalidima. Međutim, u vojvođanskoj emisiji nije bilo predstavnika institucija nacionalnih manjina. Oni su pomenuti samo dva puta među 659 subjekata.

Iako dnevne informativne kolažne emisije govore o temama koje oslikavaju svakodnevni život građana, u njima se građani, iako često ekranizovani, nisu pojavili u značajnoj ulozi. Oni su u sve tri emisije predstavljeni kao pasivni posmatrači zbivanja, kao ljudi koji trpe probleme u čijem rešavanju je javni servis spreman da pomogne, kao publika kulturnih i sportskih događaja, ali veoma retko kao aktivni i angažovni članovi društva koji učestvuju u javnim poslovima.

Iako ni u jednoj od tri analizirane emisije nije bilo mnogo političkih tema, predstavnici vlasti su bili ti koje su novinari pitali o najraznovrsnijim temama, od komunalnih, preko socijalnih, do sporta i rekreacije. Dominacija političara u centralnim informativnim emisijama javnog servisa tako se prenela i u informativne kolažne emisije koje se ne bave politikom, već svakodnevnim životom građana.

Osim neadekvatne reprezentacije građana, analizirane emisije karakteriše i neadekvatna reprezentacija žena. U sve tri emisije muškarci su izrazito dominirali nad ženama. U emisiji *Ovo je Srbija* muškarci su činili 52% svih subjekata, a žene upola manje – 22%. Ostalima se pol nije mogao opredeliti, ili su bili mešoviti. Najmanji stepen diskriminacije žena je zabeležen u *Beogradskoj hronici*. Tu je odnos bio 50% naspram 34% u korsit muškaraca. U *Razglednicama* muškarci su među subjektima bili zastupljeni sa 60%, a žene sa 32%.

Promene po meri aktivnog građanina

Dnevne kolažne informativne emisije su za publiku podsticajan medijski format ako su dovoljno dinamične i moderne, a sadržinski raznovrsne i relevantne. Primer takve emisije je *Beogradska hronika* RTS-a, koja se od druge dve izdvojila po bogatstvu novinarskih formi izražavanja i velikom udelu živog govora, kao i čestim žanrovskim oblicima koji iskazuju najviši stepen profesionalnog angažmana o temama koje su od interesa za širok krug gledališta. Emisija *Ovo je Srbija* nije pronašla format koji bi je učinio relevantnom za nacionalnu publiku. Ona tek ponekad uspe da u lokalnim pričama nađe nit od interesa za sve gledaoce, a mnogo češće se ponaša kao lokalni medij za pojedine sredine koji izveštava o usko lokalnim temama. Izmena koncepta emisije, koja bi insistirala na pričama o lokalnim obeležjima opšteg problema, događajima od regionalnog a ne usko lokalnog značaja, lokalnim inicijativama koje mogu biti dobar primer za druge delove Srbije i događajima koji promovišu značajne lokalne stvaraoce, mogla bi da ovu emisiju učini mnogo značajnijom za celokupno TV gledalište i značajno obogati informativnu ponudu republičkog javnog servisa, koji se veoma malo bavi lokalnim zbivanjima.

U ovoj emisiji je potrebno i podizanje profesionalnih standarda dopisnika, iako se, po zapažanjima monitora, nekoliko dopisnika izdvaja po kvalitetu izveštavanja. Značajan broj dopisnika obrađuje teme površno i bez kritičkog osvrta.

Emisija *Razglednice* RTV-a je uspešno razvila sopstvenu mozaičnu strukturu koja kombinuje aktuelne izveštaje iz Novog Sada i drugih delova Vojvodine sa tematskim priložima i studijskim razgovorima od šireg značaja. Njeno razdvajanje na dve emisije od jeseni 2016. godine, jednu po ugledu na *Ovo je Srbija* i drugu sličnu *Beogradskoj hronici* (za šta RTV nema dovoljne kadrovske resurse), poništava uspeh već etabliranog formata i dovodi pokrajinski javni servis u problem traženja uspešne forme emisije o životu u celoj Vojvodini koji ni znatno opremljeniji republički servis nije uspeo da reši. Ovaj problem je utoliko teži za RTV jer nova emisija *Vojvodinom* treba da se razlikuje od *Vojvođanskog dnevnika*, kao informativne emisije namenjene publici u pokrajini.

Emisija bi dobila na značaju ako bi uspela da poveća broj tematskih priloga i osnaži novinarsku inicijativu u odabiru tema, da insistira na dubljem novinarskom istraživanju i da ojača kritički stav prema gradskoj vlasti.

Odluka uredništva RTS-a da popularnoj *Beogradskoj hronici* dodeli ulogu predizborne emisije, a posebno način na koji su izborni sadržaji uključeni u tkivo emisije, delovali su u korist partija koje su činile gradsku vlast, a ne gledalaca kao birača. Izborni programi treba da budu posebna vrsta programa, sa jednakim šansama za sve učesnike, dok se inkorporiranjem izbornih sadržaja u postojeće dnevne informativne emisije produžava stara praksa republičkog javnog servisa da omogućuje državnim funkcionerima da koriste državni marketing u svrhu partijske promocije i time stvaraju nejednake uslove za nadmetanje izbornih učesnika, a birači onemogućuju da se pod jednakim uslovima upoznaju sa celokupnim spektrom izbornih platformi.

Obe informativne kolažne emisije RTS-a insistiraju na pokrivanju „lepše strane stvarnosti“. U njima se izbegavaju kontroverzne teme iz društvenog života, a ako ih i ima, one se tretiraju van konteksta

odgovornosti vlasti. *Razglednice* se ovde delimično izdavaju po tome što ne ignorišu društvene kontroverze, ali je u njima kritički govor relativno redak.

Ovakvom orijentacijom dnevne kolažne informativne emisije ne uspevaju da ostvare misiju javnog jervisa. Naglasak na nepolitičkim sadržajima daje im šansu da o svakodnevnom životu govore na način koji će biti i zanimljiv i ekskluzivan, ali će one biti informativno relevantne samo ako ozbiljno tretiraju i one aspekte života koji opterećuju svakodnevicu širokih krugova stanovništva, ne samo u pogledu dostupnosti komunalnih usluga nego i životnih šansi na raznim poljima.

Iako informativne kolažne emisije teže da predstavljaju život građana u njihovim mnogobrojnim nijansama, one zanemaruju upravo te građane kao delatne subjekte koji nisu samo potrošači i publika, već su aktivni stvaraoci okruženja u kome žive. Uz jačanje reprezentativnosti raznih društvenih institucija čiji predstavnici mogu relevantno da govore o izabranoj temi, a posebno ranjivih društvenih grupa – nijedna od analiziranih emisija nije se na adekvatan način bavila problemom nezaposlenih – u ovim emisijama je neophodno ojačati reprezentativnost građana. Ako građani treba da budu glavni protagonisti ove vrste emisija – a oni to po svojoj učestalosti pojavljivanja jesu – javni servis ne treba da se zadovolji time što će građanima dati šansu da predstavljaju svoje emocije i iznesu individualna iskustva, već treba da im omogući da iskažu političko mišljenje i demonstriraju aktivno učešće u donošenju kolektivnih odluka koje imaju uticaja na život zajednice. Građani moraju imati šansu da ospore zvanične politike i predlože alternativna rešenja.

dr Jovanka Matić

UDK: 316.775.4:654(497.11)

DEBATNE EMISIJE RTS-a

RTS ima tri debatne TV emisije: *Upitnik*, *Da Možda Ne* i *Oko*. Sve tri se emituju još od 2008. godine, iako im se koncept u međuvremenu ponešto menjao.

Upitnik se na sajtu RTS-a opisuje kao politički „talk show” koji „otvara sve teme važne za Srbiju i njene građane, bez ambicije da presuđuje ili sugeriše rešenja”. Cilj emisije je da gledaocima omogući da sami donose zaključke na osnovu ponude „različitih mišljenja i pristupa važnim događajima, ličnostima i problemima”¹ koji dolaze od sagovornika u studiju. Emituje se jednom nedeljno, u udarno vreme (od 21 čas) i traje 60 minuta. Autorka i voditeljka emisije je Olivera Jovičević.

Emisija *Da Možda Ne* se reklamira kao „društveno-politički talk show” koji pruža „ozbiljan dijalog, suprotstavljene stavove - pravu debatu”, služi razumevanju duha vremena i predstavlja „sve nijanse Srbije”. Opseg tema je širi, razmatraju se „fenomeni i stereotipi” iz ugla aktera događaja i stručnjaka. Kao i *Upitnik*, emituje se jednom nedeljno, od 21 čas, i traje 60 minuta. U jednoj emisiji se razgovara obično o dve (nepovezane) teme, od kojih svaka okuplja svoju grupu sagovornika. Emisija se završava rubrikom „Heroj nedelje”, posvećenom pojedincu koji se istakao nekim svoji delom na pozitivan način. Autorka i voditeljka je Olivera Kovačević.

Emisija *Oko* emituje se radnim danima u ranim večernjim satima (od 18:25 časova) u trajanju od 30-35 minuta, komplementarno sa magazinskom emisijom *Oko magazin*. Redosled emitovanja dveju emisija nije unapred utvrđen, već zavisi od aktuelnih događaja i pripremljenog materijala. Glavna forma *Oka* je intervju, sa jednim ili više učesnika, ali ponekad je čini dokumentarni film. Emisiju uređuje Gorislav Papić,

¹ <http://www.rts.rs/page/tv/sr/series/20/rts-1/33/upitnik.html>.

dok se u ulozi voditelja, pored Papića, pojavljuju Vesna Damjanić (specijalizovana za ekonomske teme), Jelena Obućina i Dragana Ignjić. Na sajtu RTS-a nije opisana, osim naznake da tretira „najaktuelnije političke, spoljnopoličke, ekonomske i društvene teme“.

Metodologija

U analizi je korišćena metoda kvantitativno-kvalitativne analize sadržaja. Cilj analize je bio da utvrdi konceptualne razlike između debatnih emisija i kako one odgovaraju ciljevima javnog servisa. Utvrđivana je tematska raznovrsnost debatnih emisija, raznovrsnost učesnika debate i angažman novinara u vođenju emisije ka svestranom (širokom, dubokom) sagledavanju teme, tretmanu sagovornika i formi debate.

Analiza je obuhvatila sve emitovane *Upitnike* od januara do juna 2016. godine, ukupno 15 emisija.² Uzorak emisije *Da Možda Ne* je činila po jedna emisija mesečno, pa je analizirano ukupno šest emisija, po rotacionom uzorku koji je obuhvatio različite nedelje u mesecu.³ Uzorak emisije *Oko* je činilo osam emisija od marta do juna 2016. godine.⁴

U vreme kampanje za vanredne parlamentarne i redovne pokrajinske i lokalne izbore aprila 2016. godine sve debatne emisije su bile posvećene izborima. Na to je uticala odluka RTS-a da iskoristi već postojeće programske formate, da bi ispunio svoje posebne obaveze tokom kampanje, umesto da uvede poseban program sučeljavanja izbornih učesnika.

² Uzorak su činile emisije emitovane 19. januara, 26. januara, 2. februara, 9. februara, 16. februara, 23. februara, 1. marta, 8. marta, 22. marta, 29. marta, 5. aprila, 12. aprila, 26. aprila, 17. maja i 7. juna 2016. godine u trajanju od 13 i po sati razgovora.

³ Uzorak su činile emisije emitovane 21. januara, 25. februara, 24. marta, 14. aprila, 19. maja i 2. juna 2016. godine, u trajanju od 6 sati i 25 minuta.

⁴ Uzorak za ovu emisiju je napravljen u kombinaciji sa emisijom *Oko magazin*, tako da obuhvati dve emisije mesečno, različitih dana i različitih sedmica tokom meseca. Tokom unapred određenih datuma emitovane su četiri emisije *Oko magazina* i osam emisija *Oka*, i to 3, 18. i 28. marta, 12. aprila, 12. i 27. maja, 6. i 24. juna 2016. godine, u trajanju od 4 sata i 20 minuta.

Tri koncepta debatnih emisija

Emisija *Upitnik* se ne bavi vrućim i kontroverznim temama. U njoj se razgovara o hronično aktuelnim temama, koje imaju povoda u aktuelnim događajima. Emisija teži da bude mesto za razmatranje pitanja od javnog interesa. Ona to čini na tradicionalan način. Gosti u studiju odgovaraju na pitanja voditelja, a razgovor u trajanju od 60 minuta se odvija sporo jer se sagovornicima daje dosta vremena da iznesu i obrazlože svoja stanovišta. Pitanja voditeljke nisu provokativna, niti ona nastoji da među učesnicima razvije takmičarski odnos i pobedničko-gubitnički rezultat razmene mišljenja. Debata se vodi kao zajednički napor svih učesnika da razmotre razne aspekte teme i dodju do međusobnog razumevanja. Pažnja gledalaca se ne stimuliše konfrontiranjem voditeljke sa sagovornicima, niti podsticanjem njihovog međusobnog sukobljavanja i traženjem slabih tačaka u pojedinima stanovištima. Fokus je na racionalnoj argumenataciji, na konstruktivnom traganju za što više delova odgovora u pogledu rešenja problema, na objašnjavanju društvenog konteksta događaja i njihovih posledica na građane, pre nego na ukazivanju na uzroke problema i imenovanju krivaca po svaku cenu.

Relevantnost emisije se zasniva pre svega na učešću predstavnika vlasti u debati. U idealnom vidu, emisija ugošćuje tri učesnika debate koji predstavljaju tri različite pozicije. Jedna je pozicija vlasti, druga je pozicija nezavisnog stručnjaka, a treća je pozicija aktera koji ima neposredne veze sa temom, bilo da ima lični uvid u njene aspekte ili predstavlja društvenu grupu koju tema najviše dotiče.⁵

Emisija *Upitnik* ni u konceptu ni u izvedbi nije posebno dinamična ni uzbudljiva. Njena dopadljivost se najviše bazira na TV ličnosti voditeljke, odnosno na njenoj naglašeno estetizovanoj, ženskoj pojavi.

⁵ Tipični primeri ovakve emisije bili su *Upitnik* 9. februara o donošenju novog Zakonu o platama u javnom sektoru, u kome su učestvovali ministarka državne uprave i lokalne samouprave Kori Udovički, predsednik Saveza samostalnih sindikata Srbije Ljubisav Orbović i profesor beogradskog Ekonomskog fakulteta Ljubodrag Savić, kao i emisija 16. februara o novim problemima u saradnji Srbije sa Haškim tribunalom za ratne zločine, sa ministrom pravde Nikolom Selakovićem, profesorom Fakulteta političkih nauka Slavišom Orlovićem i advokatom koji je branio mnoge haške optuženike Zdenkom Tomanovićem kao učesnicima.

Emisija *Da Možda Ne* neguje moderan koncept debate, koja ima cilj i da informiše i da zabavi („info-tainment“). U njoj se teži ka ostvarivanju dinamične i burne razmene mišljenja između sagovornika sa suprotstavljenim gledištima. Naglasak je na konfrontaciji sagovornika, koja se podstiče provokativnim pitanjima i komentarima voditelja. Teme su aktuelne i kontroverzne, a sagovornici se biraju upravo po suprotstavljenim stavovima o temi. Vremena za razgovor nema mnogo (manje od 30 minuta), sagovornici se brzo smenjuju, međusobno polemišu, prekidaju jedan drugog u želji da svoje gledište predstave kao nadmoćno. Sukob treba da dovede do pobede jednog gledišta, napadanjem slabih strana protivnika. Publici, koja ovde sedi u studiju i posmatra debatu, dozvoljava se da reaguje na argumente protivnika i da aplauzom nagrađuje pobedničke stavove.

Sagovornici se nadmeću apelujući na emocije publike, a ne na racionalno promišljanje. Voditeljka se nameće svojom ličnošću i takođe naglašeno estetizovanim izgledom, ponekad je sudija, ponekad igra „drvenog advokata“, lako prekida sagovornike, a kada oni dođu u sukob, dozvoljava da se sukob rasplamsa čak i kada on ne služi dubljem razumevanju teme već održavanju pažnje. Obrada teme je prilično površna, jer se nema vremena za duge eksplikacije, a učesnicima se dozvoljava da snagu argumenta postižu umećem sukobljavanja i nametanja svog stanovišta, imenovanjem krivaca a ne nuđenjem rešenja.

U jednoj emisiji obično učestvuju dve ekipe od po tri studijska gosta, obrađujući dve teme. Matrice za izbor sagovornika su različite. Nekada su oni istog profesionalnog profila, ali poznati kao zastupnici različitih orijentacija,⁶ a nekada predstavljaju različite institucije ili društvene grupe koje imaju različit uvid u temu.⁷ Predstavnici vlasti nisu česti učesnici emisije. Kada želi da promovise neku posebnu vrednost, emisija odstupa od originalnog koncepta, pa umesto konfrontirajućih

⁶ Na primer, u debati 21. januara 2016. godine podovom raspisivanja vanrednih parlamentarnih izbora učestvovala su tri analitičara izbora: programski direktor CeSID-a Đorđe Vuković, politikolog Duško Radosavljević i politički analitičar Branko Radun.

⁷ U razgovoru o politizaciji takmičenja za pesmu Evrovizije 19. maja 2016. godine učestvovali su član žirija Srbije za Pesmu Evrovizije Slobodan Marković, pozorišni reditelj Gorčin Stojanović i novinar Zoran Panović.

sagovornika u studio dovodi sagovornike koji svi promovišu istu ideju.⁸

Koncept emisije *Oku* je mešavina koncepata navedene dve emisije. Njena specifičnost je intervju ili grupni intervju, pri čemu se debata u oba slučaja ostvaruje na relaciji voditelj – sagovornik. Akcenat je na aktuelnim događajima koji se objašnjavaju u širem kontekstu. Razgovor je detaljan, ali se odvija brzo i dinamično, uz mnogo pitanja. Voditelj problematizuje stavove i argumente svojih sagovornika, na granici konfrontacije. Ličnost voditelja je dominantna, ali se u razgovoru ne insistira na emocijama već na racionalnim objašnjenjima i argumentima. Broj sagovornika varira, ali su oni dobri poznavaoци teme, bilo da su stručnjaci za oblast, učesnici događaja ili dolaze iz redova donosilaca odluka.

U emisijama *Upitnik* i *Da Možda Ne* tema za razgovor se uvodi novinarskim prilogom, pripremljenim za te emisije. Ovi prilozima imaju visok profesionalni kvalitet jer su informativni i daju naznake osnovnih aspekata teme o kojoj se raspravlja. Ponekad priloga ima i više od jednog uvodnog, nekada se umeću i sagovornici koji nisu u studiju, kako bi se u razgovor uneli novi aspekti i činjenice. U emisiji *Oku* ovakva vrsta priloga je retkost (jedan u osam emisija).

Odnos prema publici je različit. *Da Možda Ne* se odvija u studiju u kome je prisutna i publika. Ipak, ona je samo posmatrač, i može da regulje aplauzom. Raniji oblik emisije je uključivao izabranu publiku koja je mogla da postavi pitanja. U *Upitniku* publika nije prisutna, ali se voditeljka trudi da gledaoce podstakne da se osećaju kao učesnici dijaloga time što im omogućava da pošalju svoja pitanja, koja se čitaju učesnicima razgovora. U *Oku* nema nikakvog učešća publike.

⁸ Takva je bila debata o transplantaciji i donatorstvu organa 25. februara u kojoj su učestvovali predsednik Transplantacione mreže Srbije Dušan Šćepanović, koordinator za transplantaciju organa VMA Đoko Maksić, donorka Marijana Milosavljević i novinarka RTS-a koja izveštava o ovoj temi Ana Stamenković, kao i debata 2. juna o nezasluženo zaboravljenom podvigu pripadnika Vojske u karauli Košare 1999. godine, u kojoj su učestvovali komandant odbrane karaule Ljubinko Đurković, zamenik komandira karaule Vladan Avramović i vojnik u karauli Košare Vojislav Vukašinović.

Tematska raznovrsnost

U 29 analiziranih debatnih emisija obrađeno je mnoštvo tema – ukupno 34. Raspon tema, međutim, znatno je sužen zbog toga što su sve tri emisije u sadržaj uključile sučeljavanje izbornih učesnika tokom kampanje za izbore. Gotovo polovina tema (15) se odnosila na izbore. Registovano je i nekoliko preklapanja tema, iako sa različitim akcentom. Na primer, *Upitnik* i *Da Možda Ne* su se bavili temom saradnje Srbije sa Haškim tribunalom za ratne zločine, ali je u prvoj fokus bio na nepoštovanju naloga Tribunala da mu se izruče troje članova SRS-a zbog nepoštovanja suda, a u drugoj na presudi Tribunala protiv Radovana Karadžića.⁹

Tabela 1: Teme debatnih TV emisija RTS-a

Upitnik	Da Možda Ne	Oko
Izbori (8)	Izbori (4)	Izbori (3)
Regionalni odnosi	Regionalni odnosi (2)	
Haški tribunal	Haški tribunal	
Sport		Sport
Ekonomska politika		
Ekonomska politika		
Smrt diplomata u Libiji		
Nasilje u školi		
	Karaula Košare	
	Transplantacija organa	
	Islamska država	
	Politizacija Evrovizije	
		Politički uticaj ambasada
		Tabloidno novinarstvo
		Brexit
		Popis stanovništva u BiH

⁹ Teme su se donekle podudarale i u razmatranju odnosa u regionu, ali je *Upitnik* bio usmeren na mogućnosti ekonomske saradnje uprkos političkim sukobima, dok je emisija *Da Možda Ne* u dve debate posvećene ovoj temi jednom razmatrala pitanje naoružavanja na Balkanu i odnosa Rusije i NATO, a drugi put uticaj izbornih kampanja na regionalne odnose.

Emisije *Da Možda Ne* i *Oko* bavile su se i svetskim temama, kao što su referendumska odluka Velike Britanije da izađe iz Evropske Unije, borba protiv Islamske države i rat u Siriji, politizacija takmičenja za najbolju pesmu Evrovizije; dok takvih tema u *Upitniku* nije bilo. *Upitnik* je iskočio iz koncepta političke emisije baveći se temom nasilja u školi, čiji izbor nije bio opravdan jer debata nije donela ništa novo o problemu koji već godinama opterećuje društveni život, kao i sportom („Sport - lepša strana Srbije“) koja se donekle bavila državnim sportskom politikom.

Upitnik je prednjačio po izbornom sadržaju. Emitovane su ukupno četiri emisije u sklopu izbornog programa RTS-a, ali su se dodatno još četiri emisije bavile izborima, i to dve pre zvaničnog početka kampanje i dve nakon održavanja izbora. Izborna tema je činila 53% sadržaja centralne političke debatne emisije. Tako velika koncentracija izbornih sadržaja pre je bila potreba izbornih učesnika, posebno vladajuće koalicije, nego birača, jer se pobednik izbora unapred znao. Dve emisije pre početka kampanje razmatrale su pitanje zašto su Srbiji potrebni vanredni izbori i ugostile su tri predstavnika vladajuće koalicije i jednog predstavnika opozicije (u emisiji 2. februara gostovali su predstavnici SNS-a, SPS-a i DS-a, a u emisiji 1. marta predsednik Vlade Aleksandar Vučić čija je odluka bila presudna da se izbori raspišu). Obe emisije su bolje delovale kao platforma za vladajuću partiju SNS da počne izbornu kampanju i pre njenog zvaničnog starta nego kao pokušaj da se gledaocima razjasne razlozi raspisivanja vanrednih izbora. Posebno neuspešna je bila emisija u kojoj je gostovao predsednik Vlade koji se nije obazirao na pitanja voditeljke, već je pričao o uspesima Vlade, a voditeljka nije uspela da razgovor usmeri na najavljenju temu emisije.¹⁰ Interese gledalaca nije zadovoljila ni emisija o izborima za predsednika Srbije 17. maja 2016. godine, jer ovi izbori treba da se održe tek sredinom 2017. godine, iako je razmatrala pitanje zašto se kandidature za ove izbore pojavljuju ovako rano.

¹⁰ Emisija je imala naziv „Vanredni parlamentarni izbori u Srbiji“. Na pitanja voditeljke o mogućim koalicijama i o glavnim izbornim konkurentima SNS-a, čiji je Aleksandar Vučić predsednik, Vučić je odgovorio da je on došao u emisiju kako bi podneo izveštaj narodu, a ne da bi komentarisao predstojeće izbore. Voditeljka ga je podsetila na najavu emisije i temu zbog koje gostuje, ali je Vučić nastavio sa izlaganjem uspeha Vlade. Na kasniju opasku voditeljke: „Evo govorite već 20 minuta, uglavnom ne odgovarajući na pitanja voditelja“, on je odgovorio: „A baš sam se trudio da na svako odgovorim“, čime je polemika završena.

Prema oceni monitora, najveći deo emisija *Upitnik* (60%) je po sadržaju razgovora bio selektivan u obradi teme. Trećina emisija (33%) je ocenjena kao temeljna, jer su u njima analizirani ključni aspekti problema i njihova rešenja, a 7% kao površne, jer samo opisuju problem bez ulaženja u suštinu.

U šest emisija *Da Možda Ne* razgovaralo se o 11 tema. Ni ovde se izabrane teme nisu odnosile na najvažnije društvene kontroverze. Domaće političke teme su izbegnute, osim klasičnih izbornih i pitanja saradnje sa Haškim tribunalom koje ne spadaju u prioritetna pitanja političkog života ni interesovanja građana. Od socijalnih tema razmatrane su samo dve – događaj iz prošlosti koji nije dobio odgovarajuću društvenu spoznaju (borba za karaulu Košare) i transplantacija i donatorstvo organa. Ostalo su bili međunarodni fenomeni, razvoj Islamske države i politički sukobi oko takmičenja za pesmu Evrovizije.

Po oceni monitora, 73% debata je samo selektivno zahvatilo razmatrane teme; 18% je bilo temeljno i dotaklo se ključnih problema i rešenja, a 9% razgovora je bilo površno i samo deskriptivno.

U nekoliko debata voditeljka je dozvoljavala duge i oštre konfrontacije između učesnika i kada one nisu doprinosile objašnjenju teme. Na primer, razgovor o vojnom naoružavanju na Balkanu, sa pitanjem da li je on potencijalna teritorija za sukob NATO-a i Rusije, više se bavio tipom raketa koje planiraju da nabave Srbija i Hrvatska i utvrđivanjem krivca za pogoršanje odnosa između dve zemlje nego centralnim pitanjem, a konfrontacija se odvijala između dva učesnika dijametralno suprotstavljenih stanovišta, direktorke Centra za evroatlantske studije Jelene Milić i vojno-političkog komentatora Politike Miroslava Lazanskog („...malo je prehrabro od nje da ulazi uopšte u polemiku sa mnom o raketama... Gospođo Milić, Vi pojma nemate“). U dve debate, u kojima je učestvovala ista ekipa partijskih lidera (Posledice presude Radovanu Karadžiću i Kakva je politička ponuda na početku političke kampanje), razgovor je bio obeležen neprestanim i dugim verbalnim sukobima između predstavnika SNS-a i DS-a, koji nisu govorili o temi nego o učincima ranije vlasti DS-a i sadašnje vlasti SNS-a.

Najbolje su ocenjeni razgovori u emisiji *Oko*: u 75% emisija evidentiran je temeljan tok debate i analiza ključnih pitanja, a u preostalih 25% razgovor je zahvatio samo neke aspekte teme. Dok su se emisija o sportskoj temi (sukob između Evrolige i Međunarodne košarkaške federacije) i predizborna emisija o ekonomskim programima političkih stranaka odlikovale međusobnim optuživanjima učesnika uz zanemarivanje teme debate, ostali intervjui su bili i dinamični i informativni. Izabrane teme, međutim, osim spoljnopolitičkih (Brexit i sukobi oko popisa stanovništva u BiH) nisu bile ni nove ni originalne.

Iako su bile informativne i relativno temeljne, analizirane debatne emisije su bile problematične po relevantnosti tema izabranih za razgovor. Čak i uz prevagu izbornih tema, debate jesu bile raznovrsne. Međutim, one su se retko bavile gorućim problemima Srbije koje imaju najviše uticaja na život građana, poput vladavine prava, borbe protiv kriminala i korupcije, partijskog zapošljavanja, siromaštva, urušavanja zdravstva i obrazovnog sistema, regionalnih razlika u razvoju, odlaska mladih iz zemlje, napuštanje sela, društvene apatije i anomalije, itd. Jedina takva tema odnosila se na promenu sistema plata u javnom sektoru u emisiji *Upitnik*. U izbornim temama propuštena je tema izbora u Vojvodini, koji su bili najkontroverzniji, jer je samo tu postojala mogućnost smene vlasti. Iako su predizborna sučeljavanja partija dala šansu opozicionim učesnicima da preispitaju učinke vladajuće koalicije, izbor političkih tema nije uključio kontroverzne aspekte vladajućeg režima, kao što su obnavljanje prakse političkih demonstracija, sužavanje prostora za slobodu medija itd, mimo izbornog perioda.

Pluralizam mišljenja

U analiziranih 29 emisija ukupno je učestvovalo 105 sagovornika u studiju (53 u 15 emisija *Upitnika*, 28 u šest emisija *Da Možda Ne* i 24 u osam emisija *Oko*). U svakom *Upitniku* je u proseku učestvovalo između tri i četiri sagovornika, u emisiji *Da Možda Ne* između četiri i pet, a u *Oko* tri. Oni su reprezentovali različite društvene subjekte.

Dve od 29 emisija imale su samo jednog gosta. To je bio slučaj sa *Upitnikom* u kome je učestvovao predsednik Vlade Aleksandar Vučić,

neposredno uoči raspisivanja vanrednih parlamentarnih izbora; i sa emisijom *Oko*, u kojoj je gostovao bivši ambasador SAD u Srbiji Vilijam Montgomeri u razgovoru o uticaju stranih ambasada na politički život u Srbiji.

Najmanja raznovrsnost subjekata registrovana je u *Upitniku*. Najčešći učesnici debate su bili predstavnici političkih partija (19) i centralne i lokalne vlasti (11). Pored njih, gosti *Upitnika* su bili ekonomski subjekti, stručnjaci, novinari, sportisti i predstavnici država regiona.¹¹

Unutar navedenih grupa subjekata nije bilo mnogo raznovrsnosti. Predstavnici vlasti su dolazili iz najviših ešalona izvršne vlasti. Pored premijera, to su bili ministar spoljnih poslova, ministar pravde, ministarka državne uprave i lokalne samouprave, ministar trgovine, turizma i telekomunikacija, ministar sporta i predstavnica Ministarstva prosvete. U emisiji nije bilo predstavnika drugih grana vlasti ni nezavisnih kontrolnih tela. Zaštitnik građana Saša Janković, oko koga je bilo mnogo političkih kontroverzi već duže vremena, izjavio je u novembru 2016. godine da nije pozvan u RTS tokom prethodne dve godine. Učešće izabranih ministara u emisiji bilo je manjkavo i po tome što RTS nije odabrao druge sagovornike koji bi autoritetom svoje funkcije, pozicije i znanja vodili relevantnu raspravu sa predstavnicima vlasti, osim u emisiji u kojoj je gostovala ministarka državne uprave o uvođenju novog sistema plata u javnom sektoru. Emisija *Upitnik* je stoga pre funkcionisala kao mesto sa koga predstavnici vlasti mogu nadmoćno da plasiraju viđenja svoga rada nego kao mesto ispoljavanja odgovornosti vlasti pred javnošću kroz argumentovan dijalog. Pored emisije u kojoj je učestvovao samo predsednik Vlade, takva je bila i emisija o uzrocima smrti dvoje diplomatskih službenika Srbije u Libiji, u kojoj je učestvovao ministar spoljnih poslova, dok se uloga druga dva učesnika (novinar Politike Miroslav Lazanski i bivši ambasador u Libiji) svela na potvrđivanje reči ministra.

U izbornim emisijama ostvaren je balans u broju predstavnika vladajućih (10) i opozicionih stranaka (9), ali ne i u predstavljanju glavnih izbornih oponenta. U osam emisija o izborima učestvovalo je pet predstavnika koalicije oko SPS-a, četiri predstavnika koalicije oko

¹¹ U kategoriju „Drugo“ su uključeni jedan advokat, psihoterapeut i bivši ambasador.

SNS-a (ne računajući Aleksandra Vučića, koji je bio nosilac liste), tri predstavnika DS-a i po jedan predstavnik drugih opozicionih partija, među kojima nije bilo predstavnika liste „Dosta je bilo“ koja se relativno dobro kotirala u predizbornim istraživanjima.

Tabela 2: Studijski učesnici debatnih TV emisija RTS-a

Vrsta subjekta	Upitnik	Da Možda Ne	Oko
Strani	3	1	1
Državni	7	1	
Lokalna vlast	4		
Vladajuće partije	10	5	2
Opozicione partije	9	4	2
Ekonomski subjekti	6		
Stručnjaci	5	3	11
Novinari	4	5	4
Sportski subjekti	2		4
Subjekti iz zdravstva		2	
Subjekti iz kulture		2	
Vojni subjekti		3	
NVO		1	
Građani		1	
Drugi	3		
	53	28	24

U emisiji *Da Možda Ne* lista učesnika je bila mnogo raznovrsnija. Pored predstavnika partija (pet iz vladajućih, a četiri iz opozicionih stranaka), u debatama su učestvovali novinari, stručnjaci, subjekti iz zdravstva, kulture, jedan državni funkcioner (pomoćnik ministra odbrane) i tri predstavnika Vojske, ali i jedan predstavnik nevladine organizacije i jedna građanka u svojstvu donatora organa. Reprezentacija vlasti i opozicije ipak ni ovde nije bila balansirana po sastavu učesnika: za podršku birača su se nadmetala tri predstavnika SNS koalicije, dva člana SPS koalicije i po jedan predstavnik četiri opozicione stranke, među kojima je bio i lider liste „Dosta je bilo“.

Koncept emisije *Da Možda Ne* u znatnoj meri limitira izbor sagovornika, kako zbog usmerenja na učešće aktera događaja o kojima se razgovara tako i zbog dimenzije info-tainmenta koja se u ovoj emisiji neguje. U ulozi stručnjaka se ovde pojavljuju profesionalni poznavaoi teme, ali veoma često i novinari, i to oni koji umeju da govore na popularan način, za laičku publiku. Ovo emisiji obezbeđuje zanimljivost, ali joj oduzima na relevantnosti sadržaja razgovora.

Učesnici emisije *Oko* su bili najmanje raznovrsni. Gotovo polovinu sagovornika su činili stručnjaci (11 od 24), uz novinare koji su specijalizovani za teme o kojima se razgovaralo, pa su i oni bili u ulozi stručnjaka. Emisija se često oslanjala na stručnjake iz nevladinih organizacija (CeSID, Centar za spoljnu politiku, Centar za održivi razvoj i međunarodnu saradnju), ali ih nije tretirala kao predstavnike ovih organizacija nego kao lične poznavaoce teme.

Predstavnik vlasti nije bilo. Pri izboru partijskih predstavnika ostvarena je potpuna ravnoteža, pa su po dva predstavljala najveće vladajuće partije (SNS i SPS), a po dva najjače opozicione (DS i „Dosta je bilo“).

Zajednička odlika sve tri emisije je odsustvo reprezentacije mišljenja građana i veoma neadekvatna reprezentacija žena.

Među 53 sagovornika *Upitnika* bilo je devet žena (17%). Žene su učestvovala u emisiji kao reprezentanti svojih partija (pet), državnog ministarstva, u debati o nasilju u školi (dva od tri učesnika) i o sportu (jedan od četiri učesnika). U emisiji o ekonomiji, jedinoj sa pet učesnika, nije bilo nijedne žene. Nijedne žene nije bilo među brojnim grupama ekonomskih subjekata, stručnjaka i novinara.

U emisiji *Da Možda Ne* učestvovalo je sedam žena među 28 studijskih sagovornika (25%). Najviše ih je bilo među partijskim liderima (tri), dve su bile iz grupe novinara, a po jedna je predstavljala grupe koje nisu bile uopšte zastupljene u drugim emisijama – građane i nevladine organizacije.

U emisiji *Oko* učestvovala je samo jedna žena (4%), novinarka NIN-a Radmila Stanković, dok su preostalih 23 sagovornika bili muškarci. Inače, tri od četiri člana redakcije ove emisije su žene.

Ako emisije po konceptu možda nisu pogodne da u njima učestvuju građani, njihovo mišljenje moglo je biti izraženo u prilogima koji se pripremaju za emisije kao predložak za debatu. Prilozi u *Upitniku* nisu reprezentovali mišljenje građana, osim u jednom slučaju, kada je u uvodu o temi nasilja u školi govorilo nekoliko učenika o svojim iskustvima sa vršnjačkim nasiljem.

U šest emisija *Da Možda Ne* emitovano je 11 priloga, budući da je pet emisija imalo po dve debatne celine, dok je jedna bila posvećena jednoj temi. Samo je u jednom prilogu predstavljeno i mišljenje građana. U emisiji *Oko* pripremljen je samo jedan takav novinarski prilog (o uticaju izborne kampanje na društvenim mrežama) u kome nije predstavljeno mišljenje građana.

Polu-funkcionalnost debatnih emisija

U modernom društvu mediji su najznačajnije mesto javne razmene mišljenja o prioritetnim društvenim pitanjima. Najvažniju ulogu u ovoj funkciji medija imaju debatne emisije. One treba da omoguću raznovrsnim društvenim subjektima da predstave svoja viđenja društvenih kontroverzi, da testiraju oficijelne definicije društva i kroz sučeljavanje argumentacije parcijalnih interesa pomognu da se pronađu optimalna rešenja za zajedničke probleme. Javni medijski servis, koji služi javnom interesu, ima posebne obaveze u ovom pogledu: da proširi granice javne debate mimo oficijelnih stanovišta, da prikaže što širi opseg raznovrsnih mišljenja, neguje kritičku perspektivu i višedimenzionalno i nijansirano sagledavanje problema. Debate su moćan mehanizam razvijanja analitičkog i kritičkog mišljenja građana, građenja kulture tolerancije, promocije javne kontrole procesa donošenja odluka i trošenja javnih sredstava, podsticanja interesovanja građana za javna pitanja i njihovog aktivnog učešća u javnom životu.

Posmatrajući debatne emisije RTS-a iz ovog ugla, analiza pokazuje da su one samo delimično ostvarile svoje poželjne uloge.

Tematski izbor debata bio je oprezan. Izbegnuti su razgovori o gorućim političkim, ekonomskim i socijalnim pitanjima, a njih su u

javni prostor, mimo glavnih tema debate, unosili samo predstavnici opozicionih stranaka u programima izbornih sučeljavanja. Emisije *Da Možda Ne* i *Oko* nisu ni pokušale da problematizuju i kritikuju oficijelne definicije društvenih problema i preispitaju procese donošenja odluka, jer to nije ključni deo njihovog koncepta. Emisija *Upitnik*, koja je jedina bila usmerena na kritičko promišljanje državnih politika, uspevala je to samo delimično, i to po pitanjima ekonomske politike.

Opseg predstavljenih mišljenja bio je ograničen. Izostalo je mišljenje raznih relevantnih aktera - zaposlenih, na primer, u debatama o ekonomskoj politici, prosvetnih radnika ili centara civilnog društva u razgovoru o nasilju u školi, nezavisnih aktera u oceni tragičnog događaja u Libiji, itd. Kritički diskurs, kao i teme, bio je doziran, a praktično dozvoljen samo partijskim liderima. Sve debatne emisije su ignorisale mišljenje građana, ali su se na isti način odnosile i prema njihovim udruženjima, čak i kada su ona specijalizovana za teme o kojima se debatuje.

Emisija *Oko* je po izboru tema i sastavu učesnika imala prevashodno informativnu ulogu. U osam emisija nije se pojavio nijedan nosilac vlasti. Teme emisija su obrađene detaljno, kroz dijalog izvanredno pripremljenih voditelja sa autoritativnim sagovornicima. Ipak, cilj razgovora nije bio ni testiranje oficijelnih stanovišta, ni reprezentacija pluralizma mišljenja, ni podsticanje građana na javni angažman. Debate su ovde služile da publici omoguće šire razumevanje problema, da podstaknu njeno analitičko razmišljanje i da neguju kulturu dijaloga.

I u emisiji *Da Možda Ne* informativnost, dinamičnost i interesantnost su bili važniji od relevantnosti debate kao vida komuniciranja društva sa samim sobom. Ona nije uspela da ostvari svoj poželjni imidž emisije koja pruža „ozbiljan dijalog“ i „pravu debatu“ i predstavlja „sve nijanse Srbije“. Umesto relevantne razmene mišljenja radi postizanja konsenzusa u rešavanju problema zajednice i kritičkog razmatranja procesa donošenja odluka, ova emisija je po temama, sastavu učesnika i angažmanu voditeljke pre imala zabavno-informativnu i pomalo prosvetiteljsku ulogu (promocija donatorstva organa, podsećanje na vojne heroje). U njoj je bilo vidljivo nastojanje izgradnje socijalne kohezije oko pozitivnih vrednosti koje se ostvaruje na nezahtevan način, uz elemente dinamičnosti i zanimljivosti. Tome služi i poseban

segment emisije sa nagrađivanjem „heroja nedelje“. Kultura dijaloga u debatama koje su pretendovale da budu relevantne, kada se razgovaralo o kontroverznim pitanjima, ovde je uzmakla pred imperativom postizanja dinamičnosti i zanimljivosti.

Emisija *Upitnik*, najambicioznija od tri analizirane, samo je delimično uspela da otvori „sve teme važne za Srbiju i njene građane“ i ponudi raznovrsna mišljenja. Koncipirana kao mehanizam kontrole vlasti, čije najviše državne funkcionere kritički propituje o važnim političkim pitanjima, procesima i odlukama, ona se nije usudila da na dnevni red stavi goruća društvena pitanja niti da predstavnike vlasti suoči sa žestokim i relevantnim kritičarima. Ipak, emisija je ostvarila neke druge uloge, posebno u pogledu negovanje kulture tolerancije i podsticanja kritičkog i analitičkog mišljenja gledalaca.

Javni servis RTS tek treba da razvije format debatne TV emisije koja će ostvarivati sve poželjne uloge ovog medijskog formata. Početni korak u tom pravcu treba da bude razdvajanje redovnih debatnih emisija od specijalizovanog predizbornog programa sučeljavanja stranaka.

DEBATNE TV EMISIJE RTV-a

RTV je u periodu monitoringa programa imao četiri debatne studijske TV emisije: *Sučeljavanje*, *Pravi ugao*, *Presija* i *U nedostatku dokaza*. U analizu su uključene prve tri.

Sučeljavanje se na sajtu RTV-a opisuje kao emisija koja „uspostavlja debatu u kojoj akteri političkog i društvenog života sučeljavaju stavove i nude ideje za bolji život građana”. Emituje se jednom nedeljno, uživo, u udarno vreme (od 21 čas) i traje 60 minuta. Autori i voditelji emisije su bili Dejan Suvajdžić i Aleksandra Popović.

Pravi ugao je dijaloška emisija o aktuelnim političkim temama. Može se tumačiti kao nastavak emisije *Jedan na jedan*, koju je do marta 2015. godine vodila Danica Vučenić. Koncept konfrontirajućeg intervjua je zadržan, ali je od maja 2016. emisija dobila novi naziv i novu voditeljku, Ljubicu Gojić, koja je kao i Danica Vučenić ranije bila novinarka B92. Emisija se preporučuje kao mesto za dijalog i sučeljavanje različitih stavova u kome učestvuju relevantni akteri političke, društvene i kulturne scene. Emituje se četiri puta nedeljno (od ponedeljka do četvrtka) od 17:20, posle centralne informativne emisije *Dnevnik* i traje 30 minuta.

Emisija *Presija*¹ je nova, originalna TV emisija koju njen autor i voditelj Zoran Panović, glavni urednik dnevnog lista Danas, najavljuje kao večernju školu medijske pismenosti. U noj se govori o načinu na koji mediji izveštavaju o raznim događajima i fenomenima modernog sveta i kako utiču na njihovu percipciju kod publike, kao i o političkim događajima iz vizure novinara. Emituje se jednom nedeljno, u kasnim satima (od 22:40) i traje 60 minuta.

¹ Emisija ima dva naziva, *Presija* i *Pres i ja*.

Analiza je obuhvatila po šest izdanja svake emisije, prikazanih od januara do juna 2016. godine, dakle po jednu mesečno, po rotacionom uzorku.²

Koncepti debatnih emisija

Emisija *Sučeljavanje* obrađuje aktuelne kontradiktorne političke i spoljno-političke teme, kako one koje se tiču Vojvodine, tako i teme od značaja za celu Srbiju. Ona ima klasičnu formu političke debate: u studiju su četiri učesnika, suprotstavljenih stavova (obično dve grupe po dva), kojima voditelj postavlja pitanja. Razgovor teče sporo, uglavnom mirno, sagovornici detaljno iznose svoje stavove i objašnjenja. Dinamičnost unosi sastav diskusionog tima, koji čine kompetentni i relevantni sagovornici. Nekada su to stručnjaci, nekada političari ili državni funkcioneri. Voditelj igra važnu ulogu. On postavlja pitanja koja traže razjašnjenja, insistira da se dobiju odgovori o kontroverznim aspektima teme o kojoj se razgovara. Iako se konfrontacija podrazumeva, jer su učesnici izabrani zbog svojih suprotstavljenih stavova, nema provokacije niti podsticanja takmičarskog odnosa među učesnicima. Naglasak debate je na osvetljavanju što više aspekata teme iz vizure pojedinačnih učesnika. Razgovor je tolerantan, iako sukoba ima, a voditelji insistiraju na kulturi dijaloga i usmeravaju govornike na temu kada oni odlutaju od nje. Glavna pitanja povodom teme u svakoj emisiji naznačena su u najavi emisije na sajtu RTV-a, a voditelj na kraju emisije traži odgovor na pitanja koja su postavljena na početku kao ključna.

Pravi ugao je tipična forma konfrontirajućeg intervjua voditelja sa jednim sagovornikom, u retkim slučajevima sa dva. Povod za razgovor je obično aktuelni politički događaj ili kontroverzna tema, pre nacionalnog nego usko pokrajinskog značaja. U studiju se pojavljuju relevantni

² Uzorci emisija *Sučeljavanje* i *Presija* su izdanja od 20. januara, 24. februara, 2. marta, 6. aprila, 18. maja i 15. juna 2016. godine. U slučaju emisije *Pravi ugao*, to su izdanja od 18. januara, 23. februara, 2. marta, 7. aprila, 16. maja i 16. juna 2016. godine. U odnosu na planirani, uzorak je izmenjen time što su uključene emisije iz sredine umesto kraja juna, zbog izmene programske šeme RTV-a.

sagovornici i dobri poznavaoци teme, bilo da su stručnjaci za oblast, učesnici događaja ili dolaze iz redova donosilaca odluka. Razgovor je detaljan, ali se odvija brzo i dinamično, kao razmena pitanja i odgovora. Voditeljka komentariše i problematizuje objašnjenja sagovornika, insistira na konkretnim odgovorima i racionalnoj argumentaciji. Akcenat je na što dubljem sagledavanju teme, na istraživanju detalja i nijansi, kako bi se gledaocima ponudila što razuđenija slika predmeta razgovora. I ovde su glavna pitanja o kojima će se razgovarati u emisiji naznačena u najavi emisije na sajtu RTV-a i na društvenim mrežama.

Emisija *Presija* povezuje novinarstvo, politiku i kulturu. Njen cilj je da afirmiše kvalitetno pisano novinarstvo i kvalitetne profesionalne novinare, a istovremeno da novinarsku ekspertizu iskoristi za upoznavanje publike sa specifičnim viđenjima teme koja novinari stiču po prirodi svog posla ili zbog ličnih interesovanja. Emisija ima tri bloka o tri različite teme, u kojima učestvuje po jedan ili dva sagovornika. Teme su političke, medijske i kulturne, nisu ni na koji način vezane za Vojvodinu. Sagovornici su iz redova novinara, uglavnom iz štampanih medija, ali se ponakad uključuju i politički eksperti radi analize političkih tema. Delovi tekstova učesnika razgovora relevantnih za temu se grafički predstavljaju i citiraju. Emisija nije dinamična. Naglasak varira od temeljnog razgovora koji i produbljuje i proširuje razumevanje do spontanog i opuštenog, a povremeno prelazi u ćaskanje. Voditelj ne polemizuje sa svojim sagovornicima, već ih podstiče da daju objašnjenja iz svog ugla.

Odnos prema publici je isti u svim emisijama: publika nije uključena. Ipak, voditelji *Sučeljavanja* i *Pravog ugla* se ponašaju kao delegirani glas publike i često podsećaju učesnike razgovora da ih građani gledaju da bi dobili odgovore, a da su političari dužni da građanima objasne svoje odluke i poteze.

Tematska raznovrsnost

U analiziranih 18 debatnih emisija razgovaralo se o velikom broju tema.

Održavanje izbora u vreme monitoringa, istovremenih na republičkom, pokrajinskom i lokalnom nivou, značajno se odrazilo na raspon tematskih prioriteta, jer su izbori bili predmet razgovora u svim emisijama, a često i kontekstulani okvir za druge izabrane teme. U svima se, na primer, razgovaralo o razlozima raspisivanja vanrednih republičkih izbora. Ipak, zbog razlika u konceptu, nije bilo preklapanja tema.

Tabela 1: Teme debatnih TV emisija RTV-a

Sučeljavanje	Pravi ugao	Presija
Izbori - uticaj republičkih na pokrajinske	Izbori – razlozi raspisivanja vanrednih izbora	Izbori
Odnosi Srbije i NATO	Izbori – izborna platforma liste „Dosta je bilo”	Sloboda medija
Izbori – rezultati rada Skupštine Vojvodine	Izazovi za Vojsku Srbije	Kultura u medijima
Izbori - kampanja – zdravstvena politika		Odnosi Srbije i Hrvatske
Izbori - pobednici lokalnih izbora		Uloga društvenih mreža u izornoj kampanji
Ulični protesti		Hiperkonzumerizam u Srbiji
		Predizborna kombinatorika
		Sukob Politike i Saveta za štampu
		Dodela Oskara
		Kriza post-jugoslovenskog prostora
		Kako će izgledati nova Skupština Srbije
		Posledice oslobađajuće presude Šešelja u Hagu
		Kulturna politika
		Koncert Stonsa na Kubi
		Fudbal kao umetnost
		Odnos EU prema medijima u Srbiji
		Domaća i svetska rok scena

Emisiju *Sučeljavanje* u analiziranom periodu odlikovao je posebno redukovani tematski raspon. Četiri od šest emisija bile su u vezu sa izborima (24. aprila 2016). Aprilska emisija iz uzorka bila je deo posebnog predizbornog programa RTV-a tokom kampanje, posvećena predstavljanju stranačkih izbornih platformi kroz dijalošku formu, a odnosila se na stranačke politike za unapređenje zdravstva. Pre zvaničnog početka kampanje, raspravljalo se o izborima iz dva interesantna tematska ugla – kako raspisani vanredni republički izbori mogu uticati na redovne pokrajinske i lokalne (januarska emisija) i u čemu su poslanici aktuelnog sastava Skupštine Vojvodine zadovoljni a u čemu nisu rezultatima rada Skupštine (mart). Međutim, nakon izbora, pošto se promenio i sastav Skupštine Vojvodine i Vlade, a uskoro i rukovodstva Radio-televizije Vojvodine, promenio se i izbor tema u emisiji *Sučeljavanje* i način njihovog tretmana. Dok se ranije teme nisu poklapale sa agendom vladajuće koalicije u Vojvodini³, odnosno nisu bile diskriminatorne prema političkoj alternativi, sada su one to bile. Majska emisija je govorila o pobednicima lokalnih izbora, i to o gradonačelnicima koji su osvojili po nekoliko uzastopnih mandata, sa centralnim pitanjem da li je za izbor lokalne vlasti presudna partija kojoj kandidati pripadaju ili ličnost političara. Tri od četiri izabrana učesnika bila su bliska SNS-u, novoj vladajućoj partiji u Vojvodini i iskoristili su značajan deo svog TV nastupa za iskazivanje pohvala SNS-u. Junska emisija bila je posvećena uličnim protestima, kako onima u Beogradu protiv nelegalnog rušenja objekata u Savamali na mestu izgradnje vladinog projekta Beograd na vodi, tako i onima u Novom Sadu povodom smena urednika upravo u pokrajinskom javnom servisu. U tretmanu ove teme, posle dugo vremena, obnovljen je manihejski pogled na politička zbivanja i neprijateljski stav prema građanskim protestima na ulici, koji su tretirani kao rezultat delovanja neprijatelja Srbije a ne autentični oblik građanskog angažmana, koji su

³ Emisija sa nazivom “Stranke u niskom startu”, imala je sledeću najavu: „Zašto su raspisani vanredni izbori i kakve posledice mogu imati na pokrajinske i lokalne? Šta menja odluka da se uz lokalne i pokrajinske održe i republički izbori? Da li je tačna teza da su stranke zapravo već dve godine u neprekidnoj kampanji? Je li, zaista, najjači adut vlasti nemoćna opozicija? Hoće li na ishod najviše uticati beli listići? Zašto stranke traže da policija čuva glasačka mesta i koliko su opravdane teze da su ovo izbori visokog rizika?”

davnih 1990-tih bili karakteristični za mnoge od novih urednika RTV-a.⁴

Emisija *Sučeljavanje* jedina se od tri analizirane emisije bavila pokrajinskim i lokalnim izborima.

Tri od šest debata mogu se oceniti kao uspešne – o uticaju vanrednih republičkih na pokrajinske i lokalne, odnosima Srbije sa NATO i time sa EU i Rusijom, i o dovršenim i nedovršenim poslovima tekućeg saziva Skupštine Vojvodine. One su bile informativne i nudile su publici mogućnost da uoči razlike između predstavljenih viđenja glavnih pitanja, na osnovu racionalnih argumenata. Voditelji su podsticali učesnike da te razlike definišu i opravdaju i insistirali na nedemagoškim i konkretnim odgovorima. Debata o zdravstenoj politici dve vladajuće i dve opozicione stranke, deo predizbornog programa, često je ostajala na nivou klasične forme navođenja partijskih planova o promenama stanja u zdravstvu, koje su svi učesnici zagovorali, bez obzira na svoju odgovornost u razvoju zdravstvenog sistema. U razgovoru lokalnih gradonačelnika o tome kako su dobili naklonost birača nije bilo mnogo razlika u mišljenjima, a u izlaganjima učesnika dominirao je apologetski ton na ručun kritičkog. Emisija o građanskim protestima na ulici nije bila u skladu sa standardima RTV-a. Iako u noj jeste bilo suprotstavljenih mišljenja oko teme, voditeljka Aleksandra Popović je u nekoliko prilika jasno iskazala lični negativni stav o građanskim protestima protiv smena uredništva u RTV-u i omogućavala jednom od učesnika da koristi agresivnu retoriku

⁴ Emisija je najavljena i otpočeta sledećim tekstom: „Svaka insinucija na takozvano balkansko proleće doživljava se kao prizivanje nereda. Ipak, svedoci smo da se, kako u regionu, tako i kod nas, deo politike seli na ulice. Ili bar to neko pokušava. Mitinzi i kontramitinzi postali su deo naše svakodnevice. Prate ih ratovi saopštenjima, koja su više nepristojna nego pismena, i političke debate, koje su više uvreda za zdrav razum nego racionalne poruke onima kojima su namenjene. Da li je sve to okidač da se građani, nenaviknuti na političke nijanse i, recimo, licemerne sukobe, nađu na ulici? Da li je to mesto na kojem počinju jedni da mrze druge? Ko za to snosi političku odgovornost? Čija će krivica biti ako se situacija otme kontroli? Priželjuje li neko takav scenario? Volimo li mi, kao narod, mitinge? I jesmo li postali inovatori u patentiranju „postizborne kampanje”? Može li uopšte neki protest uspeti, ako ga neki dobro skriveni „tata” ne odobri? Kada će proleće, kako god ga neko doživeo, preći u dugo toplo leto u kojem rade Vlade i sve institucije, kako su građani i odlučili na aprilskim izborima? Koliko nas deli do toga?”

u diskvalifikaciji protivnika vlasti. Takvog pristupa temi nije bilo u debati o veoma kontroverznom pitanju odnosa Srbije sa Istokom i Zapadom, koji se iskazuje kroz odnose sa NATO (februarska emisija), u kojoj su se čuli suprotstavljeni stavovi i argumenti, koje je voditelj Dejan Suvajdžić razložno podsticao, ne iskazujući svoje lično mišljenje.

Emisija *Pravi ugao* takođe je bila fokusirana na mali broj tema. Ona se uključila u upoznavanje publike sa izbornom problematikom od prve najave raspisivanja vanrednih republičkih izbora. Posle inicijalnog intervjua o predstojećim izborima sa predsednicom Skupštine Srbije, koja je i visoka funkcionerka vladajućeg SNS-a, sledili su razgovori sa mnogim najavljenim, a zatim i zvaničnim izbornim učesnicima. Tri od analiziranih emisija bavile su se izbornim temama. Dve su govorile o pravosuđu, a treća tema se odnosila na sektor bezbednosti.

U razgovorima o izborima demonstrirane su mnoge vrednosti konfrontirajućeg intervjua. Na početku svake emisije voditeljka je predstavljala kontekst u kome se pojavljuje gost i pravila uvod u razgovor, naznačujući osnovna pitanja za debatu. Bilo da je u pitanju vladajuća stranka (SNS), opoziciona stranka (DJB), ili stranka koja je promenila koaliciju u predizbornom periodu (PUPS), voditeljka je insistirala da njeni čelnici objasne građanima rezultate rada, proveravala realnost njihovih izbornih obećanja, ukazivala na odgovornost zbog politika koje su sprovodili u daljoj ili bližoj prošlosti, ponavljala jedno pitanje i po tri puta dok ne dobije odgovor. Nije izbegnuta nijedna politička kontroverza, od Savamale, preko borbe protiv korupcije, smanjenja penzija i plata, odnosa Srbije sa velikim silama i sa susedima, neispunjenih obećanja, razloga za političke saveze, itd. U ovoj voditeljki birači su imali izvanrednog predstavnika koji je zastupao njihove interese i postavljao pitanja koja bi i sami želeli da postave. Njena temeljna pripremljenost za ove razgovore je bila impresivna, kao i njena sposobnost da razgovore učini dinamičnim i razumljivim. Ona je svoja pitanja zasnivala na činjenicama prikupljenim iz veoma raznovrsnih izvora, uključujući i društvene mreže, što joj je omogućilo da suvereno komentariše i problematizuje objašnjenja sagovornika. Prema svim političkim sagovornicima održana je ista distanca i isti nepokolebljiv pristup traženja odgovornosti pred javnošću za rečeno i učinjeno.

Intervjui o pravosuđu nisu bili konfrontirajući, nego otkrivajući. Jedan se bavio novim izveštajem Saveta za borbu protiv korupcije o stanju u pravosuđu i aktivnostima Saveta, njegovim položajem i odnosom vlasti prema Savetu, a drugi problemima u pravosuđu sa stanovišta 23. poglavlja pregovora Srbije sa Evropskom unijom, koje se odnosi na vladavinu prava i pravosudnu zaštitu osnovnih ljudskih sloboda. Voditeljka je ovde pomagala sagovornicima da iznesu svoje uvide u temu, da jasno obrazlože probleme, da ih predstavu u političkom kontekstu i u vremenskoj perspektivi. Razgovor je fokusiran na razmere problema u pravosuđu, na njihove uzroke i na neadekvatan odnos drugih vrsta vlasti prema sudskoj vlasti, ali i na neshvatanje sudske vlasti kao nezavisne od samih njenih pripadnika.

Ni šesti intervju, o stanju u Vojski i sektoru bezbednosti, nije bio konfrontirajući. Voditeljka i sagovornik iz vojnih struktura nisu uvek govorili istim jezikom, pa je razgovor malo lutao od teme ličnosti prošlih i budućeg ministra odbrane (o čijem postavljenju se odlučivalo upravo tog dana), preko bezbednosnih izazova za Srbiju, do uloge vojske u ratovima i aktivnosti sagovornika u vezi sa NATO bombardovanjem Srbije.

Sve teme izabrane za intervju bile su relevantne, a po svom sadržaju i ekskluzivne.

U emisiji *Presija* govorilo se o veoma velikom broju tema. Po pravilu, jedan segment emisije odnosio se na političku temu, drugi na temu iz sveta medija, a treći na kulturu ili kulturološke fenomene. Iako je svaki od tri dela emisije imao glavnu temu, razgovor se u stvari vodio o mnoštvu podtema. Na primer, u prvoj emisiji iz uzorka, nakon što je postalo jasno da će se raspisati vanredni izbori, u prvom odeljku emisije u sličnom obimu razgovaralo se o vezi između izbora i ekonomije, izbora i medija i o odnosu stranih aktera prema izborima. U drugoj tematskoj celini, najavljenoj kao borba za slobodu medija, govorilo se o pokretu Novinari ne kleče, o ekonomskom položaju medija, privatizaciji medija, mogućnostima za istraživačko novinarstvo i stanju u Rudarsko-topioničarskom basenu Bor, budući da je jedan od sagovornika bio iz Bora.

U nekim slučajevima nije bilo jasno da li je unapred planirana tema razgovora uticala na izbor gosta ili je prvobitni izbor gosta definisao šta će biti tema debate. Obično je po jedan od tri segmenta emisije bio dobro tematski fokusiran i u njemu se vodila relevantna debata. Najčešće je to bio deo sa političkom temom, u kojoj su učestvovala dva novinara, ili novinar i politički ekspert koji su komentarisali aktuelne političke događaje. Takvi su bili razgovori o raspisivanju vanrednih izbora, grupisanju opozicionih stranka za izborni nastup, krizi na prostoru bivše Jugoslavije, posledicama oslobađajuće presude za Šešelja u Hagu.

Teme fokusirane na medije bile su značajne pre svega za medijsku zajednicu i za deo publike koji ima posebno interesovanje za medijsku sferu. U jednoj emisiji vodila se veoma oštra debata između predsedavajućeg Komisije za žalbe Saveta za štampu i novinara Politike o opravdanosti odluke Komisije da je Politika prekršila Kodeks novinara, što za širu publiku nije bilo od posebnog značaja, ali svakako jeste za novinarsku profesiju. Još uže relevantan bio je deo emisije u kojoj je gostovao glavni urednik Večernjih novosti Ratko Dmitrović, u kome je on u ličnom ispovednom tonu govorio o svom odnosu prema Hrvatskoj i opovragavao etikete koje ga prate kao ratnog huškača, mrzitelja Hrvata, sledbenika Slobodana Miloševića, itd. Dmitroviću je pružena prilika da svoj naglašeni nacionalni stav, koji neguje i u uredničkoj politici Večernjih novosti, predstavi u pozitivnom svetlu, u gotovo monološkoj formi.

Razgovori o kulturološko-medijskim fenomenima imali su više zabavnu formu nego debatnu. Razgovaralo se o fudbalu, rok muzici, filmskom Oskaru, sa poznavacima ovih tema iz sveta kulture i medija, ali je izbor ovih tema više odražavao afinitete voditelja, nego njihovu relevantnost za publiku.

Pluralizam mišljenja

U šest emisija *Sučeljavanje* učestvovalo je 24 sagovornika. Oni nisu bili samo iz Vojvodine, već i iz drugih delova Srbije. U ovoj emisiji često učestvuju sagovornici sa više identiteta, pa su neki od njih

naznačeni a neki nisu, kako bi se postigao paritet u sastavu učesnika debate. Kombinacije učesnika su bile različite. Nekada se ceo debatni tim sastojao samo od stručnjaka, nekada od mešavine stručnjaka i novinara, ili stručnjaka i partijskih lidera, samo od partijskih političara ili samo državnih funkcionera. Partijska pripadnost sagovornika je uvek bila identifikovana, bez obzira da li se time želelo postići sučeljavanje stanovišta kroz partijske prizme ili naglasiti ravnopravan tretman raznih partija.

Osim dva novinara, prema identifikaciji identiteta sagovornika napravljenoj od samog RTV-a, u emisiji su učestvovala samo tri grupe sagovornika – stručnjaci (8), predstavnici partija (8) i predstavnici vlasti (6).

Po dva puta u debati su učestvovali isti gosti u svojstvu političkih stručnjaka (Branko Radun i Dušan Radosavljević), i to u istim emisijama, kao pripadnici suprotstavljenih orijentacija.

U emisijama su se čula raznovrsna mišljenja, sa mnogo argumenata, i to obično po dva suprotstavljena od četiri učesnika (dva za ulazak Srbije u NATO, dva protiv; dva koja opravdavaju raspisivanje vanrednih republičkih izbora, dva koja ga ne opravdavaju). Pluralizam glasova je smanjen u majskoj i junskoj emisiji iz uzorka, kada se razdvajanje suprotstavljenih stanovišta odvijalo po modelu 3:1, ili 2:1:1, što je bio rezultat izbora sagovornika. U te dve emisije dominantni su bili učesnici debate koji su imali afirmativni stav prema vlasti i njenim politikama.

Tabela 2: Studijski učesnici debatnih TV emisija RTV-a

Vrsta subjekta	Sučeljavanje	Pravi ugao	Presija
Državni subjekti	6	2	
Partije	8	2	
Stručnjaci	8		5
Novinari	2		20
Drugi		2	2
	24	6	27

Broj učesnika dijaloga u emisiji *Pravi ugao* bio je mali, zbog malog uzorka – pa nije opravdano govoriti o rasponu pluralizma mišljenja u ovoj emisiji. Sagovornike emisija iz uzorka činila su dva partijska lidera (iz opozicionog DJB i vladajućeg PUPS-a), dva državna funkcionera (predsednica Skupštine Srbije, koja je, iako je tako bila najavljena, govorila i bila pitana kao visoki partijski lider SNS-a i sudija beogradskog Apelacionog suda) i dvoje penzionera, jedan u svojstvu bivšeg pomoćnika ministra odbrane, a drugi kao članica Saveta za borbu protiv korupcije. Troje od intervjuisanih bili su ekskluzivni gosti: lider stanke „Dosta je bilo” Saša Radulović, koji se ne pojavljuje često u medijima, članica Saveta za borbu protiv korupcije Jelisaveta Vasilić, čiji rad većina medija ignoriše, i sudija Apelacionog suda u Beogradu Miodrag Majić, kao predstavnik sudske vlasti koja u celini ima veoma malo publiciteta u medijima.

Po profilu učesnika, najmanju raznovrsnost sagovornika imala je emisija *Presija*. Sam koncept emisije bio je ograničavajući za izbor sagovornika. Apsolutnu većinu učesnika činili su novinari – 20 od 27, a uz njih su to još bila tri politička eksperta, dva internet eksperta i dva kulturna poslenika. Novinari su uglavnom bili iz štampanih medija, i to kvalitetnih štampanih medija. Među njima nije bilo mnogo suprotstavljenih stavova, ali to nije ni bio cilj emisije.

Kao i u debatnim emisijama RTS-a, i ovde su žene bile neadekvatno reprezentovane, a mišljenja građana odsutna.

Među 24 sagovornika *Sučeljavanja* bile su tri žene (13%). Dve su učestvovala u razgovoru o stanju u zdravlju, a jedna (novinarka NIN-a Radmila Stanković) u debati o uličnim protestima građana. Gosti *Presije* su bile četiri žene, pored 23 muškarca (15%). Među sagovornicima *Pravog ugla* bile su dve žene i četiri muškarca.

I intervju, i debata

Iako je analiza obavljena na malom uzorku debatnih emisija, ona je dala nekoliko uvida u njihove jake i slabe strane.

Emisija *Pravi ugao* pokazala se kao izuzetno vredna debatna emisija RTV-a. Ona ima ulogu kontrolora javnih politika koje se vode u ime javnosti. Emisija, odnosno njena autorka i voditeljka Ljubica Gojgić, zastupa javni interes. Ona kritički preispituje odgovorne aktere u ime građana o temama koje javnost najviše zanimaju, insisitirajući na odogovrnosti kako državnih funkcionera tako i partijskih lidera koji pretenduju da to postanu. Emisija podstiče razvijanje analitičkog i kritičkog mišljenja građana, a tolerantnim i distanciranim stavom od sagovornika afirmiše kulturu tolerancije.

Ipak, za javni servis je važno da pored emisija u dijaloškoj formi ima i emisije u punom debatnom obliku. Emisija *Sučeljavanje* predstavlja dobar format koji je moguće unaprediti kako bi se ostvarile koristi za građane od debate neistomišljenika. U sadašnjoj izvedbi, emisija pre naglašava učestvovanje partijskih lidera, a daje malo prostora za kritičko propitivanje državnih funkcionera. Koncept međusobnog sučeljavanja strana sa suprotnim gledištima pokazao se kao delotvoran, informativan i atraktivan. Međutim, nasuprot poželjnoj orijentaciji da dalje razvija postojeći koncept kome nedostaje širi tematski opseg i prevazilaženje okvira uske partijske politike, kao i bolja reprezentacija mišljenja građana, prva emisija *Sučeljavanja* na početku jesenje sezone 2016. godine, od njega je potpuno odustala: umesto uobičajena četiri sagovornika, ona je ugostila samo jednog – predsednika nove pokrajinske vlade Igora Mirovića.

Emisija *Presija* je od strane svog autora dobro nazvana večernjom školom medijske pismenosti. Ona ima skromne ciljeve, koji su primarno edukativni: upoznavanje publike sa novinarskim svetom iznutra, razumevanje rada medija, proširivanje znanja o nekim događajima o kojima novinari znaju više nego drugi. Usmerenost sadržaja na tri vrste tema – političke, medijske i kulturne, pre je posledica ličnih afiniteta autora emisije nego njihove opravdanosti baš u ovoj kombinaciji. Iako nije donela velike pomake u unapređivanju kvaliteta debatnog programa kao takvog, ova unikatna emisija na domaćoj medijskoj sceni je korisna za pomirenje profesije unutar sebe i za negovanje tolerantnog profesionalnog dijaloga, kao i za povećanje ugleda novinarske profesije koji već dugo ima trend pada.

Kao i RTS, i pokrajinski javni servis RTV tek treba da razvije format klasične debatne TV emisije koja će zadovoljiti potrebe građana za višedimenzionalnim sagledavanjem problema od prioritnog javnog interesa i podsticati njihovo aktivno učešće u javnom životu.

dr Jovanka Matic

UDK: 654.195(497.11)
654.195(497.113)

JUTARNJI PROGRAMI RTS-a I RTV-a

Jutarnji programi su važan element programske produkcije oba javna servisa. *Kao poseban programski format, Jutarnji program je počeo da se emituje 1986. godine na TV Beograd. To je bila prva emisija ovog tipa u tadašnjoj Jugoslaviji, a i na Balkanu. Prvi jutarnji program uspešno je lansiran u SAD još 1952. godine, da bi ga kasnije u svoj program inkorporirale gotovo sve radio i TV stanice u svetu, pod nazivima „Danas”, „Jutarnje vesti”/emisija/program, „Dobro jutro”, „Novi dan”, „Vreme doručka”, itd.*

Jutarnji programi su svakodnevne, žive studijske mozaičke emisije od nekoliko sati koje kombinuju korisne informacije, zanimljive priče i zabavne sadržaje i time ostvaruju informativnu, edukativnu i relaksirajuću ulogu. Namenjani su veoma širokoj publici, kako onima koji se uz radio ili televizor spremaju za odlazak na radne aktivnosti, tako i onima koji duže ostaju kod kuće (domaćice, penzioneri, đaci, nezaposleni, itd).

Oba javna servisa imaju jutarnje programe na Prvim programima radija i televizije. Televizijski program RTS-a se zove *Jutarnji program* i emituje se svakog dana od 6 sati ujutro u trajanju od tri sata. TV program RTV-a ima naziv *Dobro jutro, Vojvodino*, emituje se samo radnim danima i traje dva i po sata, počev od 6.30 ujutro. Jutarnji programi oba javna radija, *Uhvati dan* Radio Beograda i *Jutarnji program* RTV-a, počinju od 6 sati, radnim danima traju tri sata, a vikendom dva sata (nedeljom, u slučaju Radio Beograda).

U tekstu se predstavljaju rezultati analize jutarnjih TV programa RTS-a i RTV-a, kao i radio programa RTS-a, dok je radio program RTV-a analiziran u odeljku o hibridnim programskim radio blokovima RTV-a.

Uzorak za analizu su činile po dve TV emisije mesečno od januara do juna 2016. godine, po rotacionom uzorku, kako bi se obuhvatili programi različitih dana u sedmici, i različitih nedelja u mesecu (ukupno 12).¹ Istraživanjem je obuhvaćeno 12 emisija *Dobro jutro, Vojvodino* u trajanju od 30 sati. Plan nije ostvaren u pogledu Jutarnjeg programa televizije RTS-a iz tehničkih razloga, pa uzorak čini osam ovih emisija, ukupnog trajanja 24 sata. Uzorak radio emisije Uхвати dan se sastoji od šest tro-časovnih i šest dvo-časovnih emisija² (30 sati).

Bogatstvo mozaičnih sadržaja

Glavna osobenost jutarnjih programa je raznolikost u vrstama programskih segmenata ili rubrika. Tako bogatu žanrovsku strukturu nema nijedan drugi radio ili televizijski program.

U njima se kombinuju različiti informativni sadržaji sa specijalizovanim edukativnim tematskim rubrikama, začinjani originalnim zabavnim segmentima, kao i posebnim akcijama koje program ostvaruje i živom razmenom sa publikom ili sa drugim programima javnog servisa.

Tabela 1: Struktura programskih segmenata/rubrika jutarnjih programa

Rubrika	RTS: Jutarnji program	RTV: Dobro jutro, Vojvodino	Radio Beograd: Uхвати dan
Vesti	Jutarnji dnevnik	Jutarnje vesti	Jutarnji dnevnik
	Vesti	Vesti	Vesti
	Novosti iz Hitne pomoći, policije		Novosti iz saobraćajne policije
		Sportske vesti	Na putu za Rio

¹ Uzorak emisije „Dobro jutro Vojvodino” je uključio izdanja emisije od 18. januara, 3. februara, 17. februara, 2. marta, 18. marta, 28. marta, 12. aprila, 27. aprila, 12. maja, 27. maja, 16. juna i 21. juna 2016. godine.

² To su emisije od 18. i 24. januara, 23. i 28. februara, 2. i 6. marta, 7. i 10. aprila, 20. i 22. maja, 25. i 26. juna.

Praktične (servisne) informacije	Vreme	Vreme	Vreme
	Saobraćaj	Saobraćaj	Saobraćaj
		Pijačni barometar	
Reporter na terenu	Beograd, drugi gradovi		Niš
Pregled štampe	Pregled štampe	Pregled štampe	Pregled štampe
	Prelistavanje štampe sa gostom		
Studijski intervju	Na jutarnjoj kafi sa...		Gost jutra
	Gost u studiju	Gost u studiju	
Prilozi novinara	Izveštaji, reportaže, tematski paketi	Izveštaji, reportaže, tematski paketi	Izveštaji, tematski paketi
Prilozi dopisnika	Bar 3 po emisiji	Bar 1 po emisiji	Bar 1 po emisiji
Obrazovni segmenti: - zdravlje	Zanimljiva medicina		
- istorija	Iznad 1945.		Dogodilo se na današnji dan
- nauka	Pamet Srbije		
- jezik			Srpski na srpskom
Uključenje publike			Pitanje jutra
Uključenje drugog programa		Uključenje u program ORadija i Radija RTV-a	
Akcije	TV pošta		Knjiga solidarnosti
	Generacija 2016		
Zabava	Muzika	Muzika	Muzika
	Živi muzički nastupi		
	Kuhinjski kalfa	Radni ručak	
		Crtani film	Dobro jutro, deco!
		Vežbanje	Kviz znanja
Reklame	komercijalne	komercijalne	komercijalne

Svaki od segmenata programa odlikuje bogatstvo žanrovskih formi i širok tematski raspon. Informativni sadržaji uključuju redovne preglede vesti, mnoštvo servisnih informacija od koristi na početku novog dana – posebno o vremenskim prilikama, stanju na putevima i u gradskom saobraćaju – i prilozi novinara i dopisnika, ali se oni vešto udružuju sa drugim sadržajima sa naglašenom edukativnom i motivacionom komponentom, koji nude priče o ljudima i zanimljivosti iz kulture, umetnosti, sporta, nauke, socijalnog aktivizma i o drugim temama od dugoročnog interesa za široki auditorijum (“soft news”). Na kraju tematskog registra prema zabavi nalaze se specijalni delovi programa namenjeni deci, praktične lekcije iz kuvanja, rekreativna gimnastika i relaksirajući muzički sadržaji.

Iako su koncepti jutarnjih programa veoma slični, svaki od njih ima svoje osobenosti, u skladu sa prirodom medija i njihovim tehničkim i kadrovskim potencijalima.

Svi jutarnji programi, na primer, sadrže posebne emisije vesti (Jutarnji dnevnik) od 20 do 30 minuta, kao i kraće blokove vesti (10 minuta, do tri minuta), sa pregledom najvažnijih događaja iz prethodnog dana. Beogradski TV Jutarnji program ima, pored toga, redovne izveštaje iz Hitne pomoći (koje prezentuje portparolka ove ustanove) ili iz policije o događajima tokom noći, kao i aktuelne izveštaje dežurnog reportera iz Beograda i još nekih gradova koji se odnose na vremenske prilike, saobraćaj, dostupnost komunalnih usluga, ali i važnije tekuće događaje. On se oslanja na razgranatu dopisničku mrežu RTS-a širom Srbije, pa program obogaćuju njihove novinarske priče. U osam analiziranih emisija emitovani su prilozi dopisnika iz 25 mesta.³ Jutarnji TV program RTV-a takođe koristi svoju mrežu dopisnika. U 12 emisija Dobro jutro, Vojvodino dopisnici su izveštavali iz 13 mesta u Vojvodini.⁴ Program Radio

³ Tokom programa dopisnici su se javili iz Arandjelovca, Bajine Bašte, Banje Vrujci, Vlasotinca, Vranja, Gornjeg Milanovca, Dimitrovgrada, Zrenjanina, Jagodine, Kragujevca, Kraljeva, Krupnja, Kruševca, Lazarevca, Leskovca, Niša, Pančeva, Požarevca, Smedereva, Tekije, Trstenika, Užica, Čajetine, Čačka i Šapca.

⁴ Dopisnici su se javili iz Bačke Palanke, Bečeja, Vršca, Zrenjanina, Kikinde, Opova, Pančeva, Sombora, Sremske Mitrovice, Stare Pazove, Subotice, Turije i Futoga.

Beograda ima specijalne izveštaje iz saobraćajne policije i iz beogradskog saobraćajnog preduzeća. On ima malo dopisnika, ali značajnu ulogu u emisiji ima dopisnik emisije iz Niša, koji je i dežurni reporter sa ulica ovog grada, i izveštač o aktuelnim događajima i intervjuer. Nedostatak dopisnika nadoknađuju voditelji koji često preko telefona razgovaraju sa organizatorima značajnih ili zanimljivih događaja iz drugih mesta.⁵

Veoma važan deo jutarnjih programa su studijski intervjui. *Jutarnji program* RTS-a i ovde prednjači. U osam emisija registrovana su 43 intervjua u studiju, tj. više od pet po jednoj emisiji. Jedan od njih je uvek prelistavanje štampe (pored rubrike Pregled štampe, zajedničkoj za sve emisije, u kojoj voditelj čita najvažnije novinske naslove), sa urednicima nacionalnih medija ili stručnjacima za teme koje su dobili najviše pažnje u štampi toga dana. Ostali intervjui su uključili umetnike (glumce, muzičare) i kulturne radnike koji su govorili o pozorišnim predstavama, koncertima, knjigama, izložbama, zatim stručnjake – lekare (o ishrani, o nesanicima, opasnostima od sunca po kožu), psihologe (o promenama uloge roditelja u porodici, upisu prvaka u školu, samopouzdanju dece), finansijske eksperte (o kreditima i kamatama), sportiste, naučnike i prosvetne radnike (o razvoju robotike kod nas, ispravnosti voća i opasnostima od pesticida, rešavanju studija slučajeva), izuzetne studente, predstavnike humanitarnih organizacija, udruženja građana, izuzetne pojedince (maratonac koji boluje od multiple skleroze, frulaš koji sam pravi frule), itd.

Svaka emisija RTV-a imala je u proseku dva studijska intervjua (24 u 12 emisija). U njima se često govorilo o predstojećim kulturnim događajima (Tamburica fest, proslava jubileja Srpskog narodnog pozorišta u Novom Sadu, aktivnosti Zavoda za kulturu Vojvodine, Muzičke omladine), raznim socijalnim temama, kao što su društvena briga za decu sa posebnim potrebama, podrška ženama sa invaliditetom, mogućnosti za zapošljavanje mladih, zaštita prava potrošača, bezbednost ugostiteljskih objekata od požara, o zdravstvu (pretnja manjka lekara),

⁵ U 12 emisija *Uhvati dan* voditelji su na ovaj način obezbedili informacije o aktuelnim događajima u šest mesta: Bela Crkva, Ivanjica, Jagodina, Kragujevac, Novi Sad, Sokobanja, Čačak.

medijima (privatizacija manjinskih medija, značaj društvenih mreža), pa i o politici (raspisivanje pokrajinskih izbora) i o tehnikama za samopomoć. Tematska raznovrsnost intervjuja u emisiji *Dobro jutro, Vojvodino* odlično je komplementirana pluralizmom tema u složenim analitičkim priložima, kao negovanog žanra u emisiji. U njima je bilo reči o prevenciji nasilja nad ženama, životu na selu mladih bračnih parova koje pomaže država, upotrebi rodno senzitivnog jezika, izboru srednje škole, vakcinaciji dece, javno-privatnom partnerstvu, participaciji države za lečenje u privatnim zdravstvenim ustanovama, zaštiti belih roda i dabrova, itd.

Za jutarnji program Radio Beograda intervjui su osnovni način prenošenja informacija o aktuelnim događajima, kako iz Beograda, tako još više iz unutrašnjosti, pa emisija sadrži jedan studijski intervju (u posebnoj rubrici Gost jutra), ponekad dva (intervjue u studiju radi i dopisnik iz Niša). U ovim segmentima programa razgovaralo se o zanimanjima koja se najviše traže u oglasima za posao, o gojaznosti, dijabetesu, identifikaciji zagađivača i zaštitnika životne sredine, opasnostima prilikom kupanja na javnim mestima, akciji stvaranja Nevidljive mape Balkana sa označavanjem nedovoljno poznatih interesantnih mesta u regionu, itd. U telefonskim intervjuima se govorilo o budućem festivalu džeza u Nišu, akciji jagodinskog udruženja biciklista za pomoć ženama obolelim od raka grlića materice, o problemima sa kojima se u radu suočavaju vatrogasci, itd.

Bogatstvo tema, ilustrovano navedenim primerima, bilo je prisutno u svim ostalim informativnim segmentima emisije. Pored vremenskih prilika, saobraćaja, komunalnih tema, prilozi novinara i dopisnika obrađivali su događaje i pojave iz oblasti sporta, kulture, umetnosti, obrazovanja i nauke, zdravlja, zdravstva i socijalne zaštite, medija, humanitarnih aktivnosti, itd. Politika je bila prisutna minimalno, ekonomija nešto više, i to sa stanovišta značaja za svakodnevni život (štednja, krediti, preduzetništvo, zapošljavanje).

Jutarnji program Radio Beograda je jedini koji je u razgovore uključio i publiku. Slušaocima je u emisiji postavljano Pitanje jutra, a oni su se javljali da iznesu svoja stanovišta o temi. Pitanja su bila raznovrsna, a ticala su se kontroverznih socijalnih i političkih tema: zašto nema đaka

u zanatskim školama, koliko su efikasna nova rešenja u zakonu o zaštiti od nasilja u porodici, ko su dečiji uzori danas i ko je kriv što deca žele autogram od osuđenog kriminalca Kristijana Golubovića, da li su građani umorni od izbora, da li je ostvariva politika „I Nato i Rusija”, itd.

Obe emisije RTS-a su imale posebne obrazovne segmente. To je u programu Radio Beograda već tradicionalna rubrika „Dogodilo se na današnji dan”, kao i rubrika o jeziku i pravopisu „Srpski na srpskom”, sa mnoštvom korisnih uputstava i objašnjenja o pravilnom korišćenju jezika (da li je pravilno reći „oženi je”, kako se akcentuje reč avangarda, kako se izgovaraju strana imena, itd). Autori ove rubrike su 2014. godine dobili nagradu RTS-a za lepotu govora „Radmila Vidak”, jer je žiri smatrao da se ona „na svež i duhovit način, u dramskoj formi, bavi jezičkim nedoumicama i tako doprinosi podizanju opšte jezičke kulture”. TV *Jutarnji program* je nudio rubriku „Zanimljiva medicina” sa fascinantnim pričama o napretku moderne nauke i otkrićima medicine o funkcionisanju ljudskog tela, rubirku posvećenu Drugom svetskom ratu, kao i rubriku „Pamet Srbije” o radu domaćih naučnih institucija.

Zabavni elementi su bili najmanje prisutni u radio programu. To je u emisiji Radio Beograda pre svega bila muzika, kao i segment namenjen deci, „Dobro jutro, deco!”, koji je pre imao obrazovnu nego zabavnu funkciju (dramsko čitanje priča i pesama za decu). U jednoj od analiziranih emisija održan je kviz znanja i deljeni su pokloni kozmetičke firme.

Oba televizijska jutarnja programa su emitovale mnoštvo zabavnih sadržaja. Pored muzičkih spotova, tu je bilo i živih muzičkih nastupa. Živi su bili i kulinarski segmenti. U beogradskom studiju se odvijalo takmičenje učenika ugostiteljskih škola u spremanju hrane (rubrika „Kuhinjski kalfa”), a u novosadskom se spremao funkcionalan ručak (rubrika „Radni ručak”). Emisija *Dobro jutro, Vojvodino* sadrži i kratak crtani film za decu, kao i segment fizičkih vežbi, sa pozivom gledaocima da ih rade, a ne samo gledaju. Osobenost ove emisije bila je i uključivanje u programe druga dva medija u sklopu Radio-televizije Vojvodine – internetskog O Radija, i radija RTV-a. Ported toga što je ovo imalo efekat upoznavanja publike sa drugim oblicima produkcije pokrajinskog

javnog servisa i doprinosilo stvaranju svesti o funkcionalnom jedinstvu različitih medija u njegovom sastavu, ono je obogaćivalo jutarnji TV program humorističkim elementima i kritičkim govorom. Voditelji emisije internetskog O Radija, humoristički par Draško i Mlađa, su na humorističan način prelistavali dnevnu štampu, uz pomoć voditeljke emisije *Dobro jutro, Vojvodino*.

Mozaična slika društva

Pozitivna karakteristika jutarnjih programa je raznovrsnost subjekata koji se u programu čuju i vide. Oni reprezentuju raznolike socijalne grupe i institucije iz raznih sfera društva.

U *Jutranjem programu* RTS-a uživo se pojavilo 40 osoba po emisiji (325 u osam emisija), a u tu brojku nisu uračunati učesnici zabavnih segmenata emisije (muzičari, đaci kuvarske škole, itd). Oni su činili 70% svih subjekata pomenutih ili citiranih u informativnim prilozima. Struktura svih subjekata o kojima se izveštavalo je bila raznolika: najviše ih je bilo iz sfere obrazovanja (17%), sporta (13%) i sveta (13%) zatim iz kulture i umetnosti (10%), državnih institucija (9%), ekonomske sfere (8%). Građani su činili 7% subjekata, stručnjaci 5%, predstavnici zdravstva i socijalne zaštite 4%, udruženja građana 3%.

U jutarnjem programu RTV-a čule su se i videle 42 osobe po emisiji (503 u 12 emisija), što je 96% svih pomenutih subjekata (takođe ne računajući one koji su se pojavili u zabavnim segmentima). Ovde su najbrojniji bili ekonomski subjekti (20%), dok su ostali bili relativno ravnomerno raspoređeni – po 6% ili 7% su činili subjekti iz kulture, obrazovanja, sporta, informisanja, sveta, državnih institucija, zdravstva i socijalne zaštite, kao i građani, a 4% udruženja građana.

Brojni subjekti iz različitih delova društvene strukture su nudili publici svoja iskustva i mišljenja, stvarajući sliku bogatog i živog društvenog života. Gledaoci i slušaoci su imali priliku da se sretnu sa mišljenjima ljudi iz veoma širokog kruga profesija, sa onima iz vrha

državne hijerarhije i slučajnim prolaznicima na ulici, sa veoma uspešnim pojedincima i onima sa raznim vrstama problema, a čuli su uživo i čitav niz poznatih ličnosti, kao što su glumci Mira Banjac i Enver Petrovci, pevačice Merima Njegomir i Divna Ljubojević, osvajači evropskih medalja u tekvondu Tijana Bogdanović, Milica Mandić i Duško Jovanov (*Jutarnji program* RTS-a), violinista Nemanja Radulović, glumac Branimir Brstina, vaterpolista Andrija Prlainović, svetski teniski prvak Novak Đoković (*Uhvati dan* Radio Beograda), itd.

U programu su se često pojavljivali predstavnici raznovrsnih organizacija civilnog društva, bilo kao stručnjaci koji govore o određenoj temi, ili kao reprezentanti svojih organizacija, govoreći o njihovim aktivnostima. U ovome su jutarnji programi bili originalni, budući da druge emisije aktivnostima ovih organizacija poklanjaju malo pažnje. U afirmaciji građanskih inicijativa prednjačila je emisija *Dobro jutro, Vojvodino* koja je dala glas predstavnicima udruženja potrošača, Društva za zaštitu i proučavanje ptica Srbije, Omladinskog kluba CK13, udruženja Roditelj, udruženja Novo kulturno naselje, Novosadske biciklističke alternative, Ekološkog centra Radulovački, itd. U *Jutranjem programu* RTS-a pojavili su se predstavnici udruženja koje neguje srpsku kulturnu baštinu u Makedoniji, Privrednog foruma mladih koji informiše mlade ljude o preduzetništvu kao vrsti samozapošljavanja, član udruženja Sveti Sava koje se bori protiv narko-dilera, itd. Radio Beograd je omogućio da se čuju predstavnici Udruženja dijabetičara, udruženja Spasioci na vodi, udruženja Tačka komunikacije, organizacije Proaktiv iz Niša, Centar kreativnih ideja iz Kikinde, itd.

Atraktivnosti programa doprinosili su voditelji tj. voditeljke, posebno na televiziji. Od voditelja ovih programa zahteva se veliko profesionalno umeće, jer oni moraju u živim razgovorima koje vode da iskažu sposobnost zaključivanja, razdvajanja važnog od nevažnog, jasnog i jednostavnog predstavljanja tema, uz visok stepen elokvencije i lične harizme. Za razliku od voditeljki televizijskih programa, radio voditelji su to uspevali u manjoj meri.

Komplementarni, a ne glavni element informativnog programa

Jutarnji programi javnih servisa su forma tradicionalnog infotainmenta. Na kontinuumu između čisto informativnih i obrazovnih i isključivo zabavnih emisija, oni se nalaze negde na sredini. Tipičan profil ove vrste programa najbolje je razvijen u televizijskom *Jutarnjem programu* RTS-a, dok program Radio Beograda *Uhvati dan* više naginje ka obrazovnim nego zabavnim sadržajima. Iako jutarnji programi nisu namenjeni temeljnom razmatranju gorućih društvenih tema, neki elementi te orijentacije postoje u jutarnjim emisijama Radio Beograda i RTV-a.

Jutarnji programi su jedinstveni u programskoj ponudi zbog veoma raznovrsnih rubrika i priloga, mnoštva tema o kojima se u njima govori, velikog broja subjekata koji se u programu pojavljuju uživo, kao i specijalnih segmenata relaksirajućeg i zabavnog sadržaja. Ovo bogatstvo mozaične strukture i sadržaja čini ih dopadljivim širokom krugu publike.

Ipak, jutarnji programi ne spadaju u emisije sa najvećom publikom, verovatno zbog velike dužine. TV *Jutarnji program* RTS-a je najgledaniji jutarnji program u Srbiji, sa više od od 1.200.000 gledalaca svakog dana, a u najgledanijih 20 emisija RTS-a ponekad bude uvršten njegova polučasovna emisija vesti „Jutarnji dnevnik”.

Iako programi sa tzv. lakim sadržajima, mešavina „znanja i eskapizma,” jutarnji programi imaju korisne uloge. Oni podstiču dobro raspoloženje kod publike na početku novog dana. Jutarnji programi omogućuju prihvatanje novih informacija i sticanje znanja o nizu tema od svakodnevnog interesa za publiku. Prosvetiteljska nota njihovih sadržaja promovise moderan stil života. Oni nisu usmereni na podsticanje aktivnog građanstva, ali neguju interesovanje publike za vrednosti i dobre prakse socijalnog života, za humanitarne aktivnosti usmerene na zaštitu ranjivih društvenih grupa, izuzetna postignuća pojedinaca ostvarena ličnim naporima. Tako se širi socijalna svest o postignućima moderne civilizacije i podstiče radoznalost i motivacija za unapređenje ličnog razvoja.

Jutarnji programi su retka oaza u programskoj šemi koja omogućuje predstavljanje raznovrsnih aktivnosti organizacija civilnog društva. U njima su u velikoj meri predstavljeni mladi ljudi, sa svojim preokupacijama, uspesima, društveno značajnim aktivnostima, za koje inače ima malo mesta u drugim programskim segmentima.

Jutarnji programi javnih servisa nisu komercijalizovani, kao što je to slučaj sa jutarnjim programima komercijalnih televizija. U njima, doduše, ponekad ima skrivenog reklamiranja, iako emisija *Dobro jutro, Vojvodino* nosi oznaku programa koji sadrži plasiranje robe. Komunikacija je veoma uljudna, dostojanstvena i neguje kulturu dobrog ukusa.

Za promociju koncepta javnog servisa značajna je praksa povezivanja radija i televizije, što čini emisija *Dobro jutro, Vojvodino* RTV-a. Publika jednog medija upoznaje se sa sadržajem drugog, i time se neguje programsko jedinstvo javnog servisa. Takvu praksu imao je svojevremeno i *Jutarnji program* RTS-a koji se uključivao u humoristički sadržaj Radio Beograda, ali je ona prekinuta. Novo uredništvo RTV-a ukinulo je ovu vrstu razmene između publika dva medija – televizije i O Radija – u jesen 2016. godine.

Jutarnji program je dobrodošao komplementarni element kvalitetnog informativnog programa. Ako osnovni segmenti kvalitetnog informativnog program nedostaju, jutarnji program lako postaje tek pogodni kanal eskapizma. U njegovoj popularnosti se tada lako može naći opravdanje da su upravo „laki sadržaji” ono što je publici potrebno i što želi.

HIBRIDNI TV FORMATI NA PRVOM PROGRAMU RADIO – TELEVIZIJE VOJVODINE

Radio-televizija Vojvodine je u posmatranom periodu (januar – jun 2016) na Prvom programu emitovala tri hibridna formata posvećena političkim i društvenim temama: *Radar*, *Politbiro* i *Dokument*. Svrstane su u „hibridni format“ jer je njihova struktura kompilacija i analitičkih tematskih televizijskih paketa i izazovnih polemičkih intervjua u studiju, kao i nekih inovativnih rešenja u pogledu forme i strukture emisija. Iako među njima postoje izvesne konceptualne razlike, ove emisije mogu se – s obzirom na svoju analitičku prirodu – smatrati veoma bliskim. Nakon centralnih informativnih emisija, koje donose odgovore na pet osnovnih novinarskih pitanja, hibridni formati, sa većim ili manjim uspehom, posvećuju pažnju onom poslednjem, petom: *zašto?* Nakon uredničkih i programskih promena koje su se dogodile na pokrajinskom javnom servisu, emisija *Radar* je ukinuta, *Dokument* je prestao da se snima zbog početka letnje programske šeme, a jedino je *Politbiro* uspeo da sačuva kontinuitet emitovanja.

Emisija *Radar* pokrenuta je 2011. godine, a njeno poslednje izdanje snimljeno je i emitovano 14. juna 2016. Neposredno pre objavne špice prikazana je oproštajna izjava urednice Marine Fratucan, koja je odluku o ukidanju ocenila kao političku, jer „očigledno ne bi trebalo istraživati, analizirati i donositi priče koje se ne sviđaju premijeru“. Kolegijum Informativnog programa ubrzo je izdao saopštenje u kojem su iznete zamerke na račun profesionalizma Marine Fratucan, a autorka je odlučila da u kraćoj i izmenjenoj formi nastavi da snima emisiju i da je prikazuje na Jutjubu. Međutim, ovaj onlajn format opstao je samo mesec i po dana, to jest do kraja jula.

Radar je pre ukidanja emitovan svakog utorka od 21 čas, u trajanju od sat vremena. U opsežnim tematskim priložima, dugim i po 20 minuta, analiziran je širok spektar društvenih i političkih tema, od ekonomije, preko ljudskih prava, pa sve do ekologije. Emisiju je odlikovao visok nivo medijske inicijative, uz istraživački pristup i mnogobrojne intervjuje. *Radar* je realizovan kao nezavisna produkcija, a uređivala ga je Marina Fratucan, stručna saradnica na Odseku za medijske studije, Filozofskog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu, uključujući osim novinara i novinarki RTV i najbolje studente Žurnalistike.

Politbiro se emituje svakog petka od 19 časova, u trajanju od pola sata. Koncept emisije se sastoji od kratke retrospektive političkih (najčešće stranačkih) dešavanja u vidu izveštaja, potom sledi anketa među predstavnicima različitih partija, duži intervju sa određenim političarom, te metaforički urednički komentar na kraju emisije. *Politbiro* svojim formatom podseća na RTS-ovu emisiju *Šta radite, bre* ali je pre svega fokusiran na pokrajinske teme.

Dokument se emituje subotom od 17.25 č. i traje pola sata. Ova analitička emisija se sastoji od dinamično kombinovanih izjava različitih aktera, koji su snimani na različitim lokacijama. Reč je o formatu koji je – kako je navedeno na sajtu RTV-a – „namenjen mislećim ljudima, a bavi se analizom društvenih pojava i razgrtanjem ideoloških magli“. Sagovornici su odabrani tako da zastupaju različite ideološke pozicije, ali emisija nije klasičnog debatnog karaktera jer akteri nemaju priliku da neposredno suoče svoje stavove.

Uzorak za analizu činilo je 21 izdanje emisije *Radar*¹, šest izdanja *Politbioa*² i šest izdanja *Dokumenta*³.

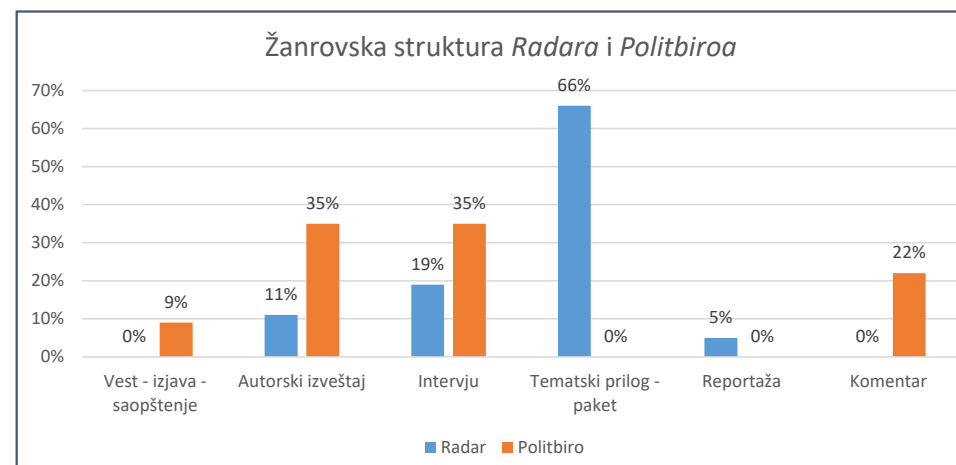
¹ Analizirana su izdanja *Radara* od 19. i 26. januara, 2, 9. 16. i 23. februara, 1, 8, 15, 22. i 29. marta, 5, 12. i 19. aprila, 3, 10, 17, 24. i 31. maja i 7. i 15. juna, što ukupno iznosi 21 izdanje, tj. 21 sat programa. Na redukciju prvobitno predviđenog korpusa od 24 izdanja uticala je odluka o ukidanju emisije.

² Analizirana su izdanja *Politbioa* od 22. januara, 26. februara, 4. marta, 8. aprila, 20. maja i 26. juna, što ukupno iznosi šest izdanja u trajanju od tri sata.

³ Analizirana su izdanja *Dokumenta* od 21. januara, 9. februara, 8. marta, 5. aprila, 17. maja i 21. juna, što ukupno iznosi šest izdanja u trajanju od tri sata.

Žanrovska struktura

Dok *Dokument* nema diferencirane celine, tj. priloge ili rubrike, i u potpunosti je montiran kroz smenjivanje izjava različitih aktera⁴, žanrovska strukturu *Radara* i *Politbioa* mogli bismo da posmatramo u okvirima klasičnih informativnih emisija.



Grafik 1 Žanrovski diverzitet hibridnih emisija *Radar* i *Politbiro*

Rezultati analize žanrovske strukture dokazuju da su *Radar* i *Politbiro* izrazito analitički formati, koji u izvesnom smislu nadomešćuju nizak nivo medijske inicijative i dubinskog novinarstva u centralnim informativnim emisijama. Tematski prilozi (paketi) čine čak dve trećine sadržaja u *Radaru*, dok analitičku okosnicu *Politbioa* čine intervjui i urednički komentari.

Teme

Tri posmatrana hibridna formata razlikuju se prema tematskom fokusu, ali i prema stepenu internog tematskog diverziteta. *Politbiro* se bazira na najuže shvaćenim političkim temama, pri čemu su predizborna dešavanja obuhvatila 59% jedinica analize. Iako je i u *Radaru* fokus na

⁴ Jedini izuzetak u ovom sledu izjava predstavljaju povremeni inserti iz filmova.

unutrašnjoj politici (21%), ova emisija se bavila širim spektrom društvenih, ekonomskih i kulturoloških problema, poput medijskih sloboda, lošeg položaja medicinskih i prosvetnih radnika, izbeglica iz Sirije, ekoloških pretnji u gradovima Vojvodine... Naposljetku, *Dokument* je bio posvećen temama na koje dnevna politika ima najmanje direktnog uticaja. U posmatranom periodu emisija je bila fokusirana na rehabilitaciju Milana Nedića, na cenzuru i autocenzuru, diskriminaciju žena, suđenje ratnim zločincima sa prostora bivše Jugoslavije, mogućnost književnosti da utiče na političke tokove i ulogu antifašizma u današnjici.

Subjekti

Najveći diverzitet subjekata uočen je u emisiji *Radar*, što je i očekivano, s obzirom na koncept emisije i širinu korpusa. Od 37 ponuđenih subjekatskih varijabli u *Radaru* je zabeleženo 26, u *Politbiro* pet, a u *Dokumentu* šest. U tabeli koja sledi prikazana je zastupljenost pojedinih varijabli na osnovu kojih je moguće formirati precizniju sliku o tome kome je data prilika da u okviru hibridnih TV formata na RTV-u iskaže svoj stav.

Odnos zastupljenosti predstavnika vladajućih i opozicionih stranaka je 1:6 u *Radaru* i približno 1:2 u *Politbiro*. Sa druge strane, političari u potpunosti izostaju iz emisije *Dokument*, gde su 92% sagovornika stručnjaci, novinari i umetnici.

Tabela 1: Najzastupljeniji subjekti u hibridnim emisijama RTV-a

	<i>Radar</i>	<i>Politbiro</i>	<i>Dokument</i>
Strani i međunarodni subjekti	9%	0%	0%
Zakonodavna vlast	1%	0%	0%
Izvršna vlast	4%	2%	0%
Nezavisne institucije	4%	0%	0%
Pokrajinske i lokalne institucije	6%	3%	0%
Vladajuće stranke	1%	29%	0%

Opozicione stranke	6%	63%	0%
Stručnjaci	10%	0%	34%
Kulturne institucije	0%	0%	26%
Mediji i novinari	12%	0%	32%
Građani	10%	0%	0%
Udruženja građana	11%	0%	0%
Obrazovne institucije	8%	0%	0%
Ostalo	18%	3%	8%

Kao i u većini posmatranih emisija, u hibridnim formatima dominantan je diskurs muškaraca. Oni su izvor informacije u 69% slučajeva u *Radaru*, čak 88% u *Politbiro*, te 70% u *Dokumentu*. Televizičnosti ovih emisija doprinosi dominantna zastupljenost direktnih tonskih inserata (90 - 95% slučajeva) naspram indirektnih citata.

Tabela 2 Zastupljenost i lokacije subjekata u hibridnim emisijama RTV-a

	<i>Radar</i>	<i>Politbiro</i>	<i>Dokument</i>
Ukupan broj subjekata	379	68	50
Prosečan broj subjekata po emisiji	18	11	8
Dominantne lokacije subjekata	Beograd – 40% Novi Sad – 23%	Novi Sad – 69% Beograd – 22%	*1

*1 Nije bilo moguće precizno utvrditi lokaciju svih subjekata.

Može se zaključiti da su sve tri hibridne emisije doprinosile kvalitetu programa Radio-televizije Vojvodine i ostvarivanju uloge pokrajinskog javnog servisa. Svojom težnjom da odu „iza vesti“ ovi

formati (uz manje nedostatke) predstavljaju primere dobre prakse, kojima se podstiče kultura dijaloga i pluralizam mišljenja.

Iako je novo uredništvo iznelo niz zamerki na račun profesionalizma emisije *Radars*, u posmatranom periodu nije uočen nijedan slučaj kršenja novinarskog kodeksa niti odstupanja od osnovnih načela novinarske prakse. Sve teme su predstavljene temeljno i balansirano, bez favorizovanja određenih stranaka ili stavova. Ukidanjem ove emisije, RTV je ostao bez jedinog analitičko-istraživačkog formata u svojoj programskoj ponudi.

Politbiro kroz analitički, ali i metaforički diskurs pristupa razmatranju pojava na političkoj sceni Vojvodine. Iako kod ovakvih formata postoji opasnost od pretvaranja u propagandni ili „biltenski“ program vladajućih struktura, *Politbiro* je u posmatranom periodu odlikovala balansiranost, objektivnost i ravnopravan prostor za različite političke stran(k)e. To je ujedno i pravac kojeg uredništvo i nadalje treba da se drži kako bi očuvalo kvalitet emisije.

Emisija *Dokument* specifična je po svojoj strukturi, ali i po odabiru tema, pri čemu nema nužnog povodjenja za aktuelnim informacijama. Takav format priliči pokrajinskom javnom servisu i predstavlja dobar primer negovanja pluralizma mišljenja. Savet za bolju praksu bio bi zadržavanje na optimalnom broju sagovornika, budući da njihov prevelik broj (u izdanju od 21. juna zabeleženo je čak 18 subjekata) za posledicu ima teško praćenje sadržaja.

INFORMATIVNI PROGRAM NA MAĐARSKOM JEZIKU RADIO – TELEVIZIJE VOJVODINE

S obzirom na to da Mađari predstavljaju najbrojniju manjinsku zajednicu na teritoriji AP Vojvodine, upravo su sadržaji na mađarskom jeziku najzastupljeniji manjinski sadržaji na programima pokrajinskog javnog servisa. Prema podacima uredništva Drugog programa RTV-a, na mađarskom jeziku emituje se petina sadržaja tog kanala (21%), dok po zastupljenosti slede romski (7%), rusinski (6,8%) i slovački (6,7%) jezik. Okosnocu programa na mađarskom jeziku, čije je emitovanje počelo još 1949. godine, odmah po uspostavljanju Radija Novi Sad, čine dve centralne informativne emisije – radijska i televizijska – koje imaju identičan naziv: *Híradó* (Dnevnik).

Televizijski dnevnik *Híradó* emituje se svakodnevno u 19 časova na Drugom programu Televizije Vojvodine. U proseku traje 20 minuta, a vizuelnim identitetom uklapa se u uniformni dizajn *Dnevnika* na srpskom jeziku. Emisija ima jednog voditelja, bez gostiju u studiju¹. Radijski dnevnik *Híradó* je informativni program Radija RTV, koji se svakodnevno emituje u 15 časova na Drugom programu Radija RTV, osim nedelje kada se emituje u 18 sati i 30 minuta. Prosečno traje 25 minuta, a ima jednog voditelja i spikera u studiju².

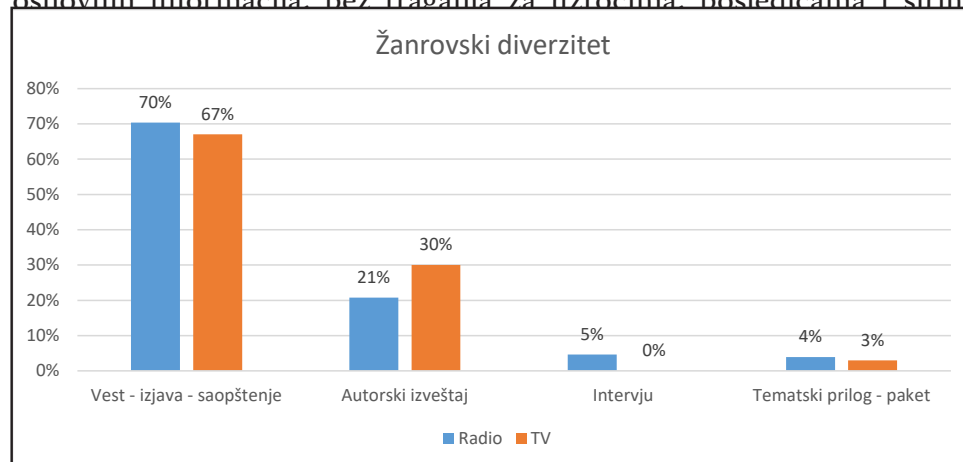
¹ Ukupno je analizirano 11 sati materijala, i to izdanja za 18. i 26. januar, zatim 3, 11, 19, 29. februar. U martu su analizirani 6, 8, 13, 15, 24, i 27. u mesecu, u aprilu 1, 9, 17. i 25, u maju 2, 3, 11, 19. i 28, a u junu 4, 13, 21. i 29.

² Ukupno je analizirano 10 sati materijala, i to izdanja za: 18. i 26. januar, zatim 3, 11, 19. i 29. februar, 6, 8, 12, 16. i 27. mart, 1, 9, 17. i 25. april, 1, 3, 11, 19. i 27. maj, te 4, 13, 21. i 29. jun.

Koncept ovih emisija u velikoj je meri usklađen sa formatom *Dnevnika* (RTV1) i *Novosti* (RRTV1) na srpskom jeziku, ali se tematski fokus prilagođava događajima koji su od posebnog značaja za mađarsku nacionalnu manjinu u Srbiji i susednu republiku Mađarsku.

Žanr

Analizirane emisije imaju prilično nizak žanrovski diverzitet, budući da se poglavito oslanjaju na osnovne informativne žanrove: vesti, izjave i izveštaje. U tom svetlu, analitički pristup izveštavanju predstavlja pravu retkost: uočljiv je u svakom desetom radijskom i svakom 25. televizijskom prilogu. Uređivačka politika zasniva se na prenošenju osnovnih informacija, bez tražanja za uzrocima, posledicama i širim

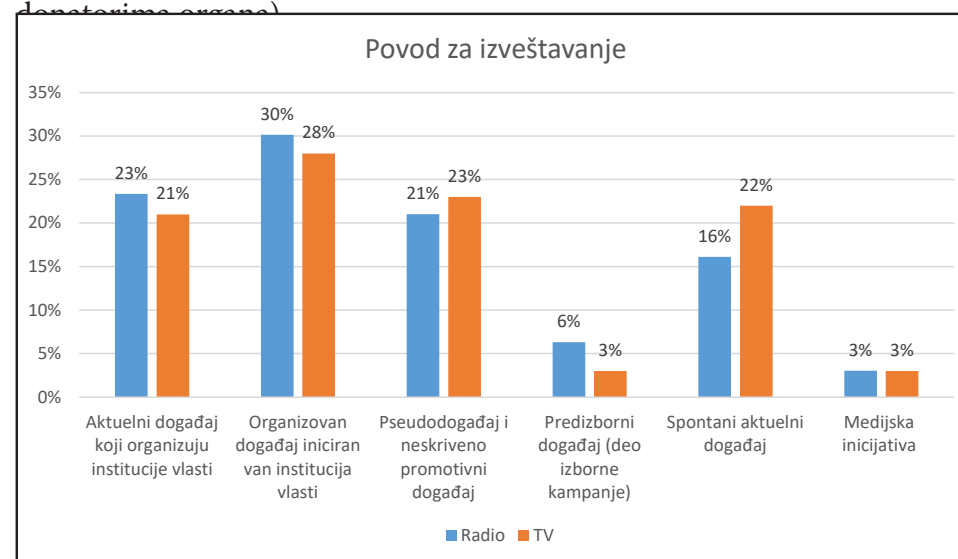


Grafik 1: Uporedni prikaz žanrovskog diverziteta u TV i radijskom dnevniku *Hirado*

Povod za izveštavanje

Analiza učestalosti povoda za izveštavanje daje slične rezultate

kao i analiza žanrovskog diverziteta, budući da se na oba plana uočava nizak urednički i novinarski angažman. Petina sadržaja zasniva se na događajima koje organizuju institucije vlasti, a još petina priloga nastala je na osnovu pseudodogađaja, tj. neskriveno promotivnih događaja. U analiziranom korpusu izuzetno je nizak procenat medijske inicijative (po 3% i na radiju i na TV-u): medij reaktivno izveštava o događajima i ne kreira sadržaj, već ga samo prati. Najviše analitičkog pristupa uočeno je u temama koje se tiču zdravlja, bilo da prilozi iz ove oblasti nastaju na inicijativu novinara (*TV dnevnik*, 26. januar: manjak lekara u Srbiji) ili su inicirani spolja (*TV dnevnik*, 26. januar: DS traži izmenu zakona o



Grafik 2 Uporedni prikaz učestalosti povoda za izveštavanje u TV i radijskom dnevniku *Hirado*

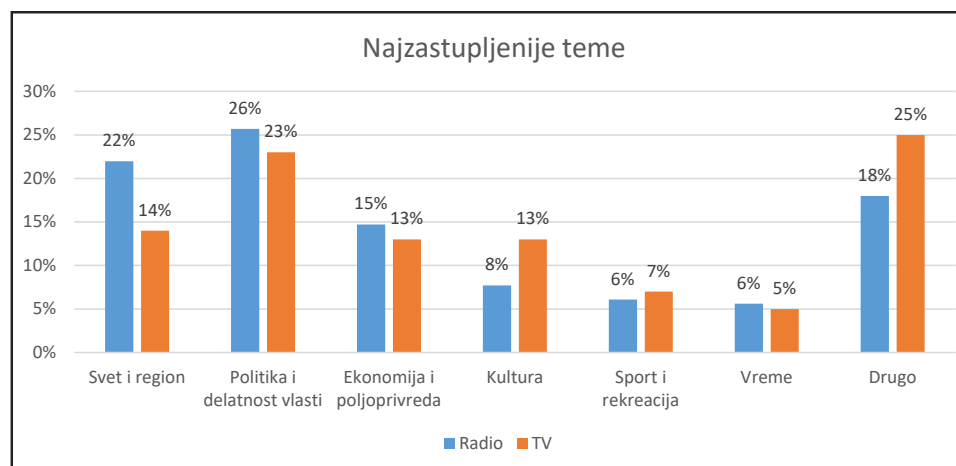
Tema

Centralne informativne emisije na mađarskom jeziku mahom su izveštavale o društveno-političkim temama. Akcenat je postavljen na one oblasti koje su od posebnog značaja za mađarsku nacionalnu manjinu, ali se ne zanemaruju opštedruštvene i opštedruštvene teme, čime se uspešno

izbegava getoizacija programa.

Praznici mađarske nacionalne manjine veoma su iscrpno praćeni, često u vidu vesti u nizu. Tako je 15. marta, povodom obeležavanja Dana revolucije TV dnevnik izveštavao iz Mađarske, Stare Moravice, Ade, Bečeja, Novog Sada, ali i iz konzulata Mađarske i Odseka za hungarologiju na Filozofskom fakultetu. Ovaj niz vesti i priloga trajao je ukupno 660 sekundi, dok je nešto manju pažnju dobila proslava Dana jedinstva (4. juna) sa prilozi u dužini od 390 sekundi. Vesti u nizu pojavljuju se i van tematskog korpusa koji je od neposrednog značaja za mađarsku nacionalnu manjinu: povodom Svetskog dana slobode medija emitovani su prilozi o akciji „pet minuta gromoglasne tišine“, o dodeli Nagrade Uneska za medijsku slobodu, o strategijama UN i EU za jaćanje medijskih sloboda i o lošem položaju novinara u Hrvatskoj. Međutim, kada se tema medijskih sloboda reaktuelizovala zbog uredničkih smena na RTV-u, izveštavanje TV dnevnika na mađarskom jeziku pokazalo se kao nebalansirano: 13. juna nije emitovan prilog o protestu ispred zgrade RTV-a jer je u kratkoj vesti saopšteno da je taj prilog „u pripremi“, a nakon toga je usledila petostruko duža najava skupu „Stop anarhiji“, ĉiji je cilj bio podrška smenama i novom rukovodstvu.

O dešavanjima u Mađarskoj izveštava se u 6% televizijskih i 4% radijskih priloga, a povod za izveštavanje je u najvećem broju slučajeva bila izbeglićka kriza, pogotovo u februaru: protivljenje o uvođenju kvota za raspodelu izbeglica (11. februar), susret srpske i mađarske policije radi dogovora o rešavanju izbeglićkih pitanja (19. februar), stav Viktora Orbana da migranti ugrožavaju EU (29. februar). Ipak, u analiziranim emisijama nisu bili zastupljeni samo negativni i skeptičarski stavovi prema migrantima, već su u nekoliko navrata emitovane izjave pape Franje koji blagonaklono gleda na migracije usmerene ka Evropi.

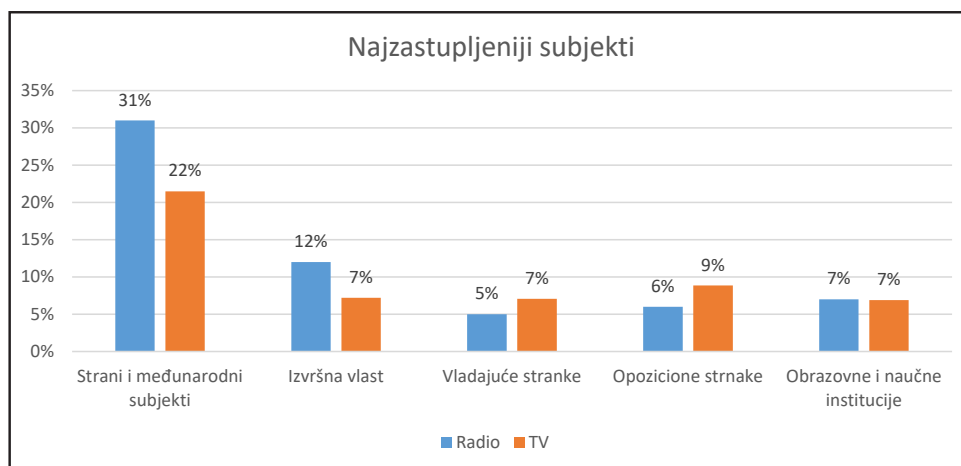


Grafik 3 Upporedni prikaz najzastupljenijih tema u TV i radijskom dnevniku *Hirado*

Subjekti

Među subjektima su najzastupljeniji strani i međunarodni akteri, koji ĉine približno trećinu ukupnog broja subjekata na radijskom dnevniku i petinu na televizijskom. Vladajuće i opozicione stranke imaju prilično ujednaćenu zastupljenost, a izveštavanje u okviru predizbornih blokova bilo je balansirano. Nakon izbora, najpre se izveštavalo iz opština u kojima je pobedio Savez vojvođanskih Mađara: Kanjiža, Senta i Baćka Topola.

Obe analizirane emisije veoma predano prate rad Nacionalnog saveta mađarske nacionalne manjine, uglavnom u domenu obrazovanja što je oblast u okviru koje su i nadležnosti Nacionalnog saveta. Izveštavano je, između ostalog, o pripremi udžbenika na mađarskom jeziku (24. mart), o pripremnim vežbama za buduće studente (9. april), o danima mađarske poezije u Bečeju (9. april), o kursu srpskog jezika za ućenike mađarske nacionalnosti (29. jun)... Za najveći broj subjekata je kao lokacija markiran Beograd, dok je Novi Sad zastupljen dvostruko manje. Subotica, kao grad u kome živi brojno stanovništvo vojvođanskih Mađara, prisutna je u 7% televizijskih i 6% radijskih priloga (videti tabelu). Žene su, kao i u svim

Grafik 4 Uporedni prikaz najzastupljenijih aktera u TV i radijskom dnevniku *Hirado*Tabela 1 Učestalost najzastupljenijih lokacija subjekata u TV i radijskom dnevniku *Hirado*

Lokacija subjekata	TV	Radio
<i>Beograd</i>	28%	26%
<i>Novi Sad</i>	15%	13%
<i>Subotica</i>	7%	6%
<i>Mađarska</i>	6%	4%

Zaključna razmatranja

Radijski *Dnevnik* na mađarskom jeziku usmeren je na tri ključna tematska polja: politika, ekonomija/poljoprivreda, kultura. Odlikuje ga klasična struktura centralne informativne emisije, koja podrazumeva i vesti iz inostranstva kao i relativno široku pokrivenost dešavanja iz Vojvodine, sa posebnim akcentom na ona mesta gde većinom žive pripadnici mađarske zajednice. *Dnevnik* se, uz manje zamerke na račun

nivoa novinarskog i uredničkog angažmana, može okarakterisati kao kvalitetan, a činjenica da vesti i najave zajedno čitaju voditelji i urednici daje posebnu dinamiku ovoj informativnoj emisiji.

Televizijski *Dnevnik* na mađarskom jeziku uglavnom reaktivno beleži događaje u zajednici. Medijska inicijativa je veoma retka, kao i tematski TV paketi. Žanrovska raspodela je prilično skromna, oslanja se na ustaljene forme izveštavanja i prenošenja informacija bez analitičkog tona. Tehnički gledano, snimci su kvalitetni, a prilozi su vizuelno dobro pripremljeni. Uočena je nedovoljna vidljivost marginalizovanih grupa u priložima, osim kada je reč o samoj mađarskoj zajednici. Emisiju odlikuje visok nivo pismenosti i jezičke kulture.

POGLAVLJE II

ANALIZA PROGRAMA JAVNE MEDIJSKE USTANOVE RADIO-TELEVIZIJE SRBIJE

Prof. dr Rade Veljanovski

UDK: 316.774:654.1(497.11)

ANALIZA PROGRAMA JAVNE MEDIJSKE USTANOVE RADIO-TELEVIZIJE SRBIJE

Sažetak: U pružanju programskih usluga RTS napreduje ka ostvarivanju funkcija javnog medijskog servisa, i prema iskustvu ovog medijskog modela u međunarodnim okvirima i prema zakonskim okvirima Srbije. Tematska raznovrsnost i kvalitet sadržaja su vidljivi, a žanrovska raznovrsnost solidna uz nedostatak istraživačkih novinarskih formi, pogotovo u najznačajnijim informativni emisijama. Širok spektar tema i izbor sagovornika, mogu da zadovolje komunikacione potrebe velikog broja ciljnih grupa i pojedinaca. Razvoj RTS-a pruža dovoljno razloga da ova medijska kuća i u buduću bude najšire društveno podržana kao skup medija od kojih se očekuje ostvarivanje javnog interesa.

Summary: In providing broadcasting services, RTS progresses towards achieving the function of the public broadcaster both according to the experience of this media model internationally and according to the legal framework of Serbia. The thematic variety and content quality are visible and a variety of genre is also present, but there exists a lack of investigative journalistic forms, especially in the major current affairs programs. A wide range of topics and choice of interlocutors is able to satisfy the communication needs of a large number of target groups and individuals. The development of RTS provides enough reasons for this public broadcaster to be the most widely socially supported as a set of media that are expected to achieve public interest.

Radio televizija Srbije (RTS) nastala je na osnovu *Zakona o radiju i televiziji* od 31. jula 1991. godine. Tim zakonom su Radio televizija Novi Sad, Radio Televizija Priština i Radio televizija Beograd integrisani u jedan veliki, centralizovan radiodifuzni sistem koji je devedesetih godina prošlog veka bio osnovna propagandna poluga tadašnjeg režima. Pomenuti zakon je u najvećem delu bio osnivački akt RTS-a, jer je samo desetak njegovih članova govorilo, o radiodifuziji u celini. RTS je tada osnovan kao javno preduzeće nad kojim je država imala sve ingerencije, od izbora Upravnog odbora, generalnog direktora i glavnih urednika do usmeravanja uređivačke koncepcije.

Posle demokratskih promena, prihvaćen je stav da državna radio televizija treba da se transformiše u javni servis, po standardima i iskustvu zapadne Evrope, što je bilo orijentacija i ostalih nekada socijalističkih zemalja koje su krenule putem tranzicije. Zakon o radiodifuziji, usvojen jula 2002. godine, bio je regulatorni osnov za nastajanje javnog radiodifuznog servisa u Srbiji, a predviđao je razdvajanje nekadašnjih kapaciteta Radio televizije Novi Sad od Radio televizije Beograd i formiranje dva javna servisa: republičkog – Radio televiziju Srbije (RTS) i pokrajinskog – Radio televiziju Vojvodine (RTV). S obzirom na političku situaciju, o drugom pokrajinskom servisu na Kosovu i Metohiji, nije bilo moguće u zakon unositi detaljne odredbe. Da bi počeli da funkcionišu na novim osnovama, republički i vojvođanski javni servis trebalo je da se razdvoje deobnim bilansom i da se uvede pretplata kao osnovni oblik finansiranja. Taj proces je trajao četiri godine, dakle predugo, što je imalo loše posledice na funkcionisanje javnih servisa.

Radio televizija Srbije je prilično sporo transformisana u javni servis, a neke pojave, koje su se događale već u prvim godinama, otežavale su ovaj preobražaj. RTS je do kraja 2016. godine promenio tri generalna direktora i jednog vršioca ove dužnosti. Za prva dva može se konstatovati da su bili imenovani političkom voljom vladajućih garnitura. Direktna politički uticaj na RTS, odnosno izbor generalnog direktora, izvršen je početkom aprila 2004. godine kada je Vlada Srbije smenila dotadašnjeg generalnog direktora i postavila novog koji je prethodno bio savetnik za medije premijera Vojislava Koštunice. Ova smena je

obavljena odlukom Vlade iako je aktuelni zakon predviđao da generalnog direktora javnog servisa bira Upravni odbor, posle obavljenog javnog konkursa. Nije bilo javnog konkursa, a novi Upravni odbor imenovan je tek posle postavljanja direktora. Drugi drastičan oblik političkog pritiska na RTS dogodio se 2006. godine, kada je posle insistiranja poslanika Narodne skupštine Srbije da RTS obavlja direktne televizijske prenose skupštinskih zasedanja, rukovodstvo RTS to prihvatilo. Regulatorno telo za radiodifuziju, tadašnja Republička radiodifuzna agencija (RRA), donela je obavezujuće uputstvo o obaveznim prenosima sednica, što je dokaz narušenosti nezavisnosti i RTS i RRA. Rukovodstvo RTS-a nije bilo u stanju i nije želelo da se odbrani od političkog pritiska, na koji i po tadašnjem zakonu nije imao pravo niko, pa ni skupština. Direktni prenosi skupštinskih zasedanja ostali su na programu do danas, a rukovodstvo RTS-a nikada nije objasnilo javnosti da li je to njihov uređivački pogled ili i dalje ne smeju da promene odluku iako je iz rukovodstva mogla da se čuje informacija da zbog direktnih prenosa skupštinskih zasedanja nema dovoljno vremena za sadržaje namenjene deci, manjinama, obrazovanju.

RTS od 2014. godine, funkcioniše na osnovu posebnog zakona, Zakona o javnim medijskim servisima. Zakonom je definisana delatnost javnog medijskog servisa, osnovna načela i institucionalna autonomija. Odredbe o institucionalnoj autonomiji (Čl. 5.) preuzete su iz Preporuke R (96) 10 o garantovanju nezavisnosti javnog servisa radiodifuzije, jednog od najznačajnijih dokumenata Saveta Evrope o medijima. U odeljku II zakona: „Javni interes koji ostvaruje javni medijski servis“, navedene su obaveze javnih servisa u pogledu ostvarivanja programskih funkcija, odnosno proizvodnje sadržaja, za koje se može reći da su u skladu sa evropskim iskustvom i standardima.

Način rukovođenja određen je slično Zakonu o radiodifuziji, a kao organi javnog servisa predviđeni su: Upravni odbor, generalni direktor i Programski savet. U pogledu izbora Programskog saveta, učinjena je izmena u odnosu na pređašnje stanje, jer je predviđeno da njegove članove bira Upravni odbor, na predlog nadležnog odbora Narodne skupštine Srbije. Ovo rešenje nije dobro i predstavlja korak unazad, jer Programski savet, prema Čl. 30, stav 1. treba da se stara „o zadovoljenju interesa

slušalaca i gledalaca u pogledu programskog sadržaja“. To znači da ovaj organ treba da bude neka vrsta eksternog organa koji zastupa interese publike, a ne internog organa izabranog od Upravnog odbora. I inače, ono što je jedan od stubova održivosti savremenih javnih medijskih servisa, a to je javna kontrola, najslabija je tačka postojećeg Zakona o javnim medijskim servisima. Ono što je navedeno u Čl. 6. Odnos javnog medijskog servisa prema javnosti, ni približno nije dovoljno, prema evropskom iskustvu i standardima, jer predviđa: „javnost postupka imenovanja organa, obavezu pravovremenog i istinitog obaveštavanja javnosti, objavljivanje plana i finansijskog plana i izveštaje“, a to su notorne stvari. Načelna odredba koja pominje „učesće javnosti u unapređenju radijskog i televizijskog programa“ nije razrađena, a obaveza Programskog saveta da najmaje jednom godišnje organizuje javnu raspravu o programima, nije dovoljna.

Način finansiranja, koji je određen zakonom i koji predviđa: taksu, sredstva budžeta, prihode od proizvedenog sadržaja, komercijalne i ostale prihode, nije dovoljno precizan jer se ne zna koliki će prihod biti iz državnog budžeta i od čega to zavisi. Evropsko iskustvo, inače, govori da ovo nije najbolji način finansiranja javnog servisa, iako ga evropska medijska politika, radi opstanka javnog servisa, smatra legitimnim. Mogućnost uticanja na uređivačku koncepciju od strane Vlade, osnovni je razlog za uzdržanost prema finansiranju iz budžeta.

Radio televizija Srbije svoje programske obaveze obavlja programima radija i televizije. Radio Beograd ima četiri programa na tri mreže frekvencija: Radio Beograd 1, Radio Beograd 2, Treći program Radio Beograda i Program 202. U okviru programske ponude postoji i program klasične muzike Stereorama, ali on koristi frekvencije ostalih programa. Televizija RTS takođe ima četiri programa: RTS1, RTS2, RTS3 i RTS SAT. Pored toga RTS ima Muzičku produkciju sa nekoliko umetničkih ansambala i horova, produkciju nosača zvuka (PGB) i druge programske i produkcijske aktivnosti.

MONITORING PROGRAMA RADIO TELEVIZIJE SRBIJE

Radio Beograd

1. Dokumentarni program

1.1. Medijski format emisije i povod izveštavanja

Emisija *Govori da bih te video* nosi naziv po jednoj od Sokratovih izreka i u šemi je Drugog programa Radio Beograda radnim danom od 17.00 do 17.30 časova. Emisija nema stalnu strukturu, ima jednog ili više gostiju u studiju ili na terenu, koji govore o različitim temama. Uloga voditelja nije istaknuta jer sagovornici u dužim, monološkim intervalima izlažu o određenoj temi. Dokumentarni detalji su prisutni u svedočenju o pojedinim događajima, pojavama i ličnostima, dočaravanju atmosfere, prisustvu autentičnih zvučnih efekata, na primer iz Tesline laboratorije i slično. Povod za priloge u ovoj emisiji su zanimljivi događaji i ličnosti iz sadašnjeg života i iz prošlosti koji, po uređivačkom odnosu, zaslužuju da budu zabeleženi.

Korpus: Monitoringom emisije *Govori da bih te video* obuhvaćeno je šest njenih izdanja u periodu između 25. januara i 20. juna 2016. godine. Reč je o izdanjima od 25. januara, 23. februara, 29. februara, 2. marta, 7. aprila, 20. maja i 20. juna. Nije bilo odstupanja od predviđenih datuma za monitoring. Ukupno trajanje monitorovanog programa iznosi 330 minuta.

1.2. Žanrovske forme priloga

Žanrovski je ova emisija određena kao polučasovna dokumentarna reportaža. Može se zaključiti da kao dokumentarna forma ona koristi izvorni, arhivski i kompilacijski metod. U strukturi emisije dominiraju monolozi koji su svedočenja o određenim događajima, pojavama, ličnostima.

1.3. Tematska raznovrsnost

U posmatranom periodu u emisiji *Govori da bih te video* obrađene su sledeće teme: način života Srba u enklavi Orahovac na Kosovu i Metohiji; iskustva književnika Ljubomira Anđelkovića tokom njegovog života u Gani; svedočenje marketinškog stručnjaka o ličnostima iz rata i revolucije, koji su bili u stanju da herojski izdrže mučenja, a da ne izdaju saborce; mogućnosti i potrebe uređenja prostora na kome se do Drugog svetskog rata nalazila Narodna biblioteka Srbije; prepiska Nikole Tesle sa srodnicima, prijateljima i značajnim ličnostima; svakodnevni život osoba sa hendikepom. Teme, dakle aktuelne i istorijske obrađene pristupom dokumentarne forme.

1.4. Raznovrsnost aktera priloga

Subjekti dokumentarne emisije *Govori da bih te video* pripadaju različitim socijalnim grupama, od predstavnika vlasti, stručnjaka i umetnika do manje poznatih ljudi, koji imaju u svojim sećanjima i svedočenjima nešto zanimljivo. Subjekti su uglavnom ličnosti koje saopštavaju svoje stavove i mišljenja u dužim odgovorima ili monolozima.

2. Kultura

U programskoj ponudi Radio Beograda najveći broj emisija o kulturi je na Drugom programu. Ovo je značajan deo ukupne produkcije Radio Beograda koji odgovara potrebi auditorijuma za sadržajima koji su u najširem smislu iz oblasti kulture i svih pojedinačnih umetnosti. Bogata, raznovrsna, solidno uređena medijska ponuda zadovoljava kriterijume javnog servisa.

2.1. Medijski format emisije i povod za produkciju sadržaja

Za emisiju *Kulturni krugovi* koja je na Drugom programu Radio Beograda svakog radnog dana od 15.00 do 17.00 časova, uredništvo navodi da je to centralna kulturno-umetnička emisija magazinskog karaktera. Emisija se bavi umetničkom kritikom, osvrtnom na aktuelne

dogadaje, dokumentarnim zapisima, a prisutni su i drugi novinarski žanrovi primereni radiju. Svakoga dana je tematski fokus emisije drugačiji. U posmatranom periodu, povod za priloge u emisiji bili su uglavnom aktuelni ili budući događaji u 84% slučajeva, dok je priloga nastalih medijskom inicijativom bilo 16%. Iako se navodi da je sastavni deo ove emisije i kritika, nje ima u znatno manjoj meri. Kada je u pitanju kritika posebno se mogu izdvojiti: prilog o konkursu Ministarstva kulture; gostovanje glumca Milana Cacija Mihailovića, kao i gostovanje pozorišnog kritičara Gorana Cvetkovića, koji su kritikovali stanje kulture u Srbiji. Iako su tematski prilozi (paketi) u potpunosti izostali, mnoge teme su analitički obrađene u samim intervjuima, često na inicijativu sagovornika, a ne novinara. Primer neangažovanog novinarskog pristupa ilustruje gostovanje režisera Gorana Markovića, koji je morao da preuzme inicijativu.

Korpus: Emisija *Kulturni krugovi* monitorovana je u trajanju od 6 meseci. U korpus istraživanja je ušlo ukupno 6 emisija, u trajanju od 480 minuta (8 sati). Analizirano je ukupno 45 priloga.

Čet. 21. januar, pet. 26. februar, pon. 29. mart, uto. 5. april, sre. 18. maj, čet. 23. jun.

Beskrajni plavi krug je emisija na Drugom programu Radio Beograda svakog četvrtka od 10.00 do 11.00 časova, mada u realizaciji traje oko 50 minuta. Kolažnog je karaktera, produkcijski jednostavna, sa najčešće jednim gostom u studiju i telefonskim intevjuima ili telefonski snimljenim izjavama, koji su po nekad lošijeg kvaliteta. Posvećena je dijaspori, a povodi za novinarske priloge su u najvećoj meri aktuelni ili budući događaj 71%, dok je medijska inicijativa rezultirala sa 29% priloga. Vidljiv je napor u promovisanju očuvanja nacionalne kulture, tradicije i običaja. Subjekti/sagovornici su uglavnom stvaraoci, ili članovi i predstavnici različitih kulturnih organizacija u dijaspori. U emisiji se često prave značajne muzičke pauze.

Korpus: U prvih šest meseci, 2016. godine, monitorovano je šest emisija, po jedna u mesecu, prema unapred određenom datumu. Ukupno šest sati, odnosno šest puta po 60 minuta. Tačni datumi posmatranih emisija su: 21. januar, 25. februar, 3. mart, 7. april, 19. maj, i 23. jun.

I emisija *Sporovi u kulturi* je na Drugom programu Radio Beograda, petkom od 10.00 do 11.00 časova. Emisija najčešće ima dva gosta koji se bave kulturom, odnosno koji su stručnjaci za pojedne oblasti. Razni aktuelni događaji ili nagoveštaji budućih događaja su najčešći povod za razgovor u emisiji u 60% slučajeva. Sadržaji koji su rezultat medijske inicijative su zastupljeni 40%. Ova emisija postavlja mnoga bitna pitanja iz oblasti kulture i poziva na odgovornost, uporno insistirajući na odgovorima ko je nadležan za rešavanje datog problema i na koji je način to najbolje uraditi i najlakše postići. Izbor sagovornika je uvek adekvatan temi, oni koji su najviše pogođeni nekom odlukom, najviše stručni za neku oblast ili najviše angažovani na rešavanju pitanja jesu oni koji su pozvani da gostuju u emisiji. Jedina zamerka koja se može naći jeste što emisija ponekada teško zadržava pažnju, ali imajući uvid u analizu koja se u toku emisije pruža, nije teško pronaći opravdanje za ovakav koncept.

Korpus: U okviru monitoringa koji je sproveden od januara do juna 2016. godine, analizirano je šest emisija koje su emitovane u terminu petkom. Istraživački korpus su činile emisije sledećih datuma: 22. januara, 26. februara, 4. marta, 8. aprila, 20. maja i 1. jula, što je ukupno činilo oko 360 minuta programa, tačnije 6 sati programa.

U prvih pet – kulturni događaj nedelje naziv je emisije Drugog programa Radio Beograda koja se emituje nedeljom od 11.00 do 12.55 časova. Svaka emisija ima jednog gosta sa kojim razgovara voditeljka, a sa njim naizmenično razgovaraju i drugi novinari i kritičari Radio Beograda 2 koji prikazuju, komentarišu, preporučuju kulturne događaje koji su se dogodili ili koji su započeti tokom predhodne sedmice. Najveći deo sadržaja je razgovor u studiju sem retkih telefonskih uključenja. Telefonska uključenja su lošeg kvaliteta, nekada do granice razumevanja.

Primer: (24. 1. 2016. – Voditeljka kaže: „Bilo je ovo teško razaznati, ali dobro, čuli smo najvažnije.”)

Povod za sadržaje u emisiji su i ovde u većoj meri aktuelni i budući događaj, u odnosu na medijsku inicijativu, ali razlika nije toliko velika kao u drugim emisijama. Odnos je 56% prema 44%. Emisija *U prvih pet*

je žanrovski i tehnički jednolična, ali tematski i po vrednostima koje promovise bogata. Teško je slušljiva ukoliko se ne prati od početka do kraja, jer se teme, prilozi i sagovornici često prepliću. Novinari, kritičari su izuzetno kompetentni i njihove kritike i prikazi su inspirativni i često obuhvataju i širi kontekst. Nedostatak je što ih autorka-voditeljka predstavlja isključivo imenom, ne navodeći njihovu funkciju, profesiju ili neki drugi podatak koji ih identifikuje kao kompetentne ličnosti. Posebna vrednost emisije je što se posvećuje pažnja i alternativnoj, anderground kulturi, kao i novim trendovima u kulturi i umetnosti.

Korpus: Monitorovano je šest emisija *U prvih pet – kulturni događaj nedelje* koje traju po 2 sata (ukupno 12 sati). Korpus čine emisije emitovane 24. januara, 21. februara, 20. marta, 17. aprila, 22. maja i 19. juna 2016. godine.

Okolo Balkana je takođe emisija na Drugom programu Radio Beograda, a u programskoj šemi je sredom od 10.00 do 10.55 časova. Posvećena je svetskoj kulturnoj sceni i susednim kulturama. Realizuje se u formi dva, približno, polučasovna ili tri, približno, dvadesetominutna intervjua sa književnicima iz regiona. Povod je najčešće književno stvaralaštvo pisaca koji su gosti programa. Posredstvom *Oka Balkana* Radio Beograd ostvaruje, pre svega, ulogu informatora javnosti o zbivanjima na regionalnoj kulturnoj sceni, kao i ulogu u procesu edukacije slušalaca. Pored ovoga, *Okolo Balkana* doprinosi ostvarivanju još jedne uloge Radio Beograda – otvaranju različitih tema i pokretanju različitih društvenih i političkih pitanja. *Okolo Balkana* se indirektno razvija angažovan, kritički odnos slušalaca prema karakteristikama društva, institucijama, vrednostima, opštem „duhu vremena“, kao i prema konkretnim političkim subjektima. Kao takva, *Okolo Balkana* predstavlja emisiju koja je potrebna Radio Beogradu u ostvarivanju uloge javnog servisa.

Korpus: Monitoringom ove emisije obuhvaćeno je šest njenih izdanja u periodu od 20. januara do 6. juna 2016. godine kako je i predviđeno korpusom. Reč je o izdanjima od 20. januara, 24. februara, 2. marta, 6. aprila, 18. maja i 22. juna. Nije bilo odstupanja od predviđenih datuma za monitoring. Ukupno trajanje monitorovanog programa iznosi 330 minuta.

2.2. Žanrovske forme priloga

U emisiji *Kulturni krugovi* dominira autorski izveštaj kao žanr. Takvih priloga bilo je 49%, a po broju, odmah iza izveštaja, su intervjui kojih je bilo 36%. Izjava i kritika je bilo po 5%, a reportaža 2%. Iako to nije izrazita žanrovska raznovrsnost ipak se može konstatovati da su različiti žanrovi zastupljeni više nego u drugim emisijama iz oblasti kulture.

Beskrajni plavi krug je emisija u kojoj apsolutno dominiraju intervjui u 90% slučajeva, uz još dve forme: tematske priloge i izjave po 5%.

Emisija *Sporovi u kulturi* je specifična po tome što više nego bilo koja druga emisija u Radio Beogradu ima složenu radijsku formu – tematski prilog/paket i to čak u 80% slučajeva. Ipak, žanrovska ponuda je svedena samo na dve forme, paket i intervju, koga ima u 20% slučajeva.

Na prvi pogled nešto raznovrsniju žanrovsku strukturu ima emisija *U prvih pet – kulturni događaj nedelje*. Ovde dominira intervju u 57% slučajeva, kritike ima 33%, a autorskih izveštaja 9%. Najređe se javlja izjava koja je zastupljena sa samo 1%. Međutim, intervjui i kritike, kojih zajedno ima 90%, izrečeni su uživo u toku emisije od prisutnih sagovornika, što ostavlja utisak monotonije i žanrovske jednoličnosti.

Emisija *Oko Balkana* je praktično mono-žanrovska jer je jedina forma novinarskog izraza – intervju. Zanimljivo je da se većina intervjua obavlja telefonom što nije najbolji način kada se radi o intervjuiima dužeg trajanja.

2.3. Tematska raznovrsnost

Teme kakvih je najviše bilo u emisiji *Kulturni krugovi* u periodu na koji se odnosio monitoring, bile su one o aktuelnom događaju. Takvih priloga bilo je 49%, a oni su govorili o obeležavanju raznih godišnjica; predstavljanju novih knjiga; otvaranju festivala i sličnim temama. Najave događaja iz kulture i umetnosti su na drugom mestu sa 20%, a radi se o predstavama, izložbama, filmovima i slično. Slede priloge o pojedinačnim delima iz oblasti kulture kojih je bilo 16%. Teme su se odnosile na knjige,

filmove, portrete kulturnih stvaralaca, predstavljanje kulturnih institucija, kulturnu politiku i trendove u kulturi. Kada su u pitanju pojedinačne umetnosti, u emisiji se najviše govorilo o književnosti (12 puta), filmu (11 puta), pozorištu i baletu (10 puta), a o ostalim umetnostima manje.

Emisija *Beskrajni plavi krug* bavila se mnogim temama od kojih najviše prostora zauzimaju one koje po svojoj različitosti i učestalosti ne mogu da se podvedu pod jedan naziv. Takvih je bilo 27%. Aktivnosti ili portreti kulturnih stvaralaca bili su predstavljeni u 24% priloga, aktuelni kulturni događaji i manifestacije u 19%, a aktivnosti kulturnih institucija, pojedinačna dela u oblasti kulture i negovanje običaja i tradicije bili su zastupljeni sa po 10%. U svakom slučaju tematska raznovrsnost postoji i u ovoj kao i u prethodnoj emisiji.

U skladu sa osnovnom koncepcijom emisije *Sporovi u kulturi* ona se najviše bavi kulturnom politikom i odnosom prema institucijama. U posmatranom periodu priloga sa ovakvom tematikom bilo je 60%, a ostali priloge su u ujednačenom odnosu po 20% govorili o pripremi ili najavi kulturnih događaja i o aktivnostima i portretima kulturnih stvaralaca. Od konkretnih oblasti kulturnog stvaralaštva najviše je bilo reči o književnosti i arhitekturi.

Nešto veću tematsku raznovrsnost od ostalih emisija ima emisija *U prvih pet – kulturni događaj nedelje*, što je, opet, u skladu sa koncepcijom da se slušaoci podsete na najvažnije događaje iz kulture tokom prethodne sedmice. Aktuelni događaji iz kulture i manifestacije zauzimaju 37% priloga, pojedinačna dela iz oblasti kulture 28%, aktivnosti ili portreti kulturnih stvaralaca 10%, kulturna politika države i trendovi u kulturi po 7%, a ostalo 11%. Redosled količine priloga o pojedinim umetnostima je sledeći: najviše ima književnosti, zatim pozorišta i baleta, muzike, likovnih umetnosti i filma.

Teme u emisiji *Oko Balkana* se u najvećoj meri odnose na najnovija književna ostvarenja pisaca, gostiju emisije. Razgovori se vode o žanru, strukturi, likovima, fabuli i porukama ovih književnih dela. Od 14 intervjua u 4 slučaja tema je bila drugačija: dva puta se govorilo o najavi književnog festivala, a dva puta o uspostavljanju književne nagrade

za radove na društvenim mrežama u Hrvatskoj i o stanju medija u ovoj zemlji.

2.4. Raznovrsnost aktera priloga

Sudeći po monitoringu emisije *Kulturni krugovi*, ona je u najvećoj meri posvećena stvaraocima, pojedincima iz oblasti kulture. Njih je u posmatranom periodu bilo 59%, računajući sve subjekte koji su se pojavljivali u priložima. Na drugom mestu, sa znatno manjim procentom, bili su prisutni eksperti i kritičari 11%, a zatim predstavnici institucija iz oblasti kulture i subjekti iz oblasti obrazovanja koji su bili zastupljeni sa po 8%. Raznih drugih subjekata bilo je ukupno 14%. Međutim i ovde je odnos muških i ženskih subjekata takođe nesrazmerno veći u korist muškaraca kojih je bilo 71% u odnosu na žene kojih je bilo 29%. Stvaraoci iz oblasti kulture bili su najzastupljeniji i kao objekti 39%, jer se o njima najviše govorilo. Znatno manje se govorilo o institucijama kulture 16%, a kao objekti novinarskih priloga zabeleženi su i strani akteri sa 8% i publika sa 7%. Ostali akteri, raznovrsni i manje pominjani, zbirno su bili prisutni u 31% slučajeva. Vrednovanje objekata od strane subjekata je u 70% slučajeva pozitivno, 25% neutralno, a 4% slučajeva negativno.

U emisiji *Beskrajni plavi krug* dominiraju dve vrste subjekata. U posmatranom periodu to su bili stvaraoci pojedinci iz oblasti kulture u 22% slučajeva, ali u potpuno istom procentu to su bili i građani, što govori o značajnoj interaktivnosti sa publikom. Udruženja građana bila su prisutna sa 13%, a strani i međunarodni subjekti i institucije iz oblasti kulture sa po 9%. Razni drugi subjekti kojih je pojedinačno bilo mnogo, ali su raznorodnih profila, bili su prisutni u priložima zbirno u 25% slučajeva. U ovoj emisiji je najviše ujednačena rodna struktura subjekata jer je muških subjekata bilo 50%, a ženskih 46%, dok su ostali neidentifikovani. Zanimljivo je da se kao objekti najčešće pominju „drugi” koje je teško kategorisati i da ovakvih objekata ima 40%. Kada se tome doda i veliki broj objekata koji se retko pojavljuju i kojih zbirno ima 19%, vidi se da je manje od polovine objekata jasno prepoznatljivo i određeno. Među njima se najviše pominju stvaraoci pojedinci iz oblasti kulture 22%, publika 6%, građani 6% strani i međunarodni činioci 5%. Odnos subjekata prema objektima je pozitivan u 60% slučajeva, u 32% slučajeva je taj odnos

neutralan, u 5% negativan, a u 3% i pozitivan i negativan.

Prilozi u emisiji *Sporovi u kulturi* ujednačeno identifikuju subjekte koji se najviše pojavljuju u njima. To su sa po 23% stvaraoci pojedinci iz oblasti kulture i subjekti iz oblasti obrazovanja, predstavnici institucija i pojedinci. Institucije iz oblasti kulture zastupljene su sa 15%, a isto toliko i eksperti teoretičari, kritičari i analitičari. U ovoj emisiji su, dakle, prilično ravnomerno zastupljeni subjekti kao nosioci stavova i oni koji su akteri pojedinih kulturnih događaja. Muških subjekata ima 62%, a ženskih 38%. U emisiji se najviše govorilo o institucijama iz oblasti kulture, jer su one bile objekti priloga u 39% slučajeva, nešto manje su objekti bili republički organi vlasti i funkcioneri 35%, a zatim stvaraoci pojedinci iz oblasti kulture 13% i strani i međunarodni subjekti 4%. Vrednovanje objekata od strane subjekata je pozitivno u 43% slučajeva, u 26% neutralno, 22% negativno i u 9% i pozitivno i negativno.

U emisiji *U prvih pet – kulturni događaj nedelje*, u posmatranom periodu, zabeležene su tri vrste subjekata: stvaraoci pojedinci iz oblasti kulture 47%, mediji i novinari 34% i institucije iz oblasti kulture 18%. Dominiraju muškarci kao subjekti 71% u odnosu na žene kojih je bilo 21%. Zanimljivo je da je u svih šest posmatranih emisija glavni gost bio muškarac. Kao objekti najviše su pominjani stvaraoci pojedinci iz oblasti kulture 33%, a približno toliko i institucije iz oblasti kulture 32%. Republički organi vlasti zabeleženi su kao objekti u 6% slučajeva, a razni drugi objekti zbirno su bili prisutni u 29% slučajeva. U gotovo 100% slučajeva vrednosni odnos subjekta prema objektu bio je pozitivan, jer ova emisija u najvećoj meri preporučuje događaje iz kulture i promoviše kulturne sadržaje.

Specifičnost emisije *Oko Balkana* je takva, da su u njoj subjekti skoro isključivo književnici iz regiona. Oni govore o svojim delima pa se može reći da su subjekti, istovremeno i objekti i da vrednosnog odnosa, sem pozitivnog ili blago neutralnog i nema.

3. Obrazovni program

Sadržaji obrazovnog programa mogu se naći na svim programima Radio Beograda, najviše na Trećem programu, ali i na Prvom i Drugom programu. Monitoring je obuhvatio dve emisije Drugog programa.

3.1. Medijski format emisije i povod za produkciju sadržaja

Emisija *Gozba* Drugog programa Radio Beograda posvećena je filozofiji, odnosno filozofskim temama. Na programu je ponedjeljkom od 9.00 do 9.55 časova. Voditelj-urednik razgovara sa jednim, retko sa dva sagovornika. U posmatranom periodu od šest emisija samo u jednoj bila su dva gosta, sagovornika. Pitanja voditelja su kratka više kao najava ili šlagvort za sagovornika koji zatim ekstenzivno izlaže, može se reći u vidu predavanja. Povodi za razgovore su aktuelne, zanimljive, značajne filozofske teme.

Korpus: Monitoringom ove emisije obuhvaćeno je šest njenih izdanja u periodu između 18. januara i 20. juna 2016. godine koliko je i predviđeno korpusom. Reč je o izdanjima od 18. januara, 22. februara, 29. februara, 18. aprila, 16. maja i 20. juna. Nije bilo odstupanja od predviđenih datuma za monitoring. Ukupno trajanje monitorovanog programa iznosi 330 minuta.

Emisija *Čekajući vetar* Drugog programa Radio Beograda je ekološki magazin, ali svojim sadržajem ona širi svest o važnosti zaštite čovekove sredine i u tom smislu je obrazovna. Na programu je nedeljom od 8.00 do 9.55 časova. Uglavnom se sastoji od dva ili tri intervjua sa sagovornicima koji su ili prisutni u studiju ili se sa njima razgovara telefonom. Deo sadržaja čine snimljeni razgovori ili delovi izlaganja ili izjave sa konferencija i tribina. Skoro ujednačen obim imaju sadržaji koji govore o aktuelnim ili budućim događajima i sadržaji koji su rezultat medijske inicijative. Odnos 48% prema 52%, u korist medijske inicijative govori da se radi o izrazito autorskoj emisiji u kojoj urednički tim planira i inicira sadržaje. Ponekad se repriziraju već emitovane emisije.

Korpus: Monitoringom je obuhvaćeno šest emisija ekološkog magazina *Čekajući vetar*, emitovanih u periodu januar-jun 2016. godine

u ukupnom trajanju od 11,5 sati, odnosno 690 minuta. Analizirane su emisije emitovane 24. januara, 28. februara, 6. marta, 10. aprila, 22. maja i 26. juna.

3.2. Žanrovske forme priloga

Može se zaključiti da emisija *Gozba* ima samo jedan žanr, a to je razgovor, odnosno intervjue. Radi se uglavnom o tematskom intervjueu.

I u emisiji *Čekajući vetar* je najčešći žanr intervjue, rađen uživo iz studija ili kao telefonski razgovor. Odgovori su veoma dugi tako da i oni zvuče kao svojevrsno predavanje.

3.3. Tematska raznovrsnost

Teme u emisijama *Gozba* su filozofske u širem smislu reči. Pošto se radi o monotematskim emisijama tema je bilo onoliko koliko emisija je obuhvaćeno monitoringom, dakle, šest. Prva emisija je za temu imala odnos politike i književnosti, a posebno se govorilo o politici u delu Meše Selimovića. Naredna tema je posvećena životu i delu Ksenije Atanasijević, prve žene doktora nauka iz oblasti filozofije i prve žene profesorke Beogradskog univerziteta. Treća tema je bila Hegelova filozofija i teza da budućnost zavisi od toga kako ćemo tumačiti Hegela. U četvrtoj emisiji tema je bila filozofija egzistencijalizma, posebno Sartra, a u petoj hiperrealnost kapitalizma. Šesta emisija bila je posvećena 27. Kruševačkoj filozofsko-književnoj školi.

Emisija *Čekajući vetar* ima u svakom izdanju više tema. One koje su iz oblasti ekologije su toliko raznovrsne, a istovremeno spadaju u isti tematski korpus, da su zbirno evidentirane kao 75% tema. Ostale teme koje su u vezi i sa drugim tematskim oblicima zabeležene su u sledećem obimu: Ekonomija i poljoprivreda 11%, zdravstvo, zdravlje i socijalno osiguranje, takođe 11% ,a svet i region 4%.

3.4. Raznovrsnost aktera priloga

Svi subjekti u emisiji *Gozba* bili su filozofi, teoretičari koji su govorili o filozofskim temama, drugim rečima oni su svi nosioci stavova.

To su: sociolog kulture Zoran Avramović, filozofkinja Ljiljana Vučetić, profesor Filozofskog fakulteta Aleksandar Govedarica, filozof Stanko Blagojević, filozof Rako Mitrović i filozof Ljubomir Kljakić. U ovoj emisiji je teško izdvojiti objekte, ali se može konstatovati da su u širem smislu to bili drugi filozofi i njihova dela o kojima je bilo reči.

U emisiji Čekajući vetar subjekti su bili različitih profesija i iz raznih institucija. Najviše je bilo stručnjaka 34%, a zatim predstavnika udruženja građana 29%, što je sa stanovišta osnovne koncepcije emisije, veoma dobro. Strani i međunarodni subjekti zastupljeni su sa 14%, a informativne i kulturne institucije sa po 9%. Ovde nisu posebno detektovani objekti, ali se može reći da su to uglavnom bili nosioci obaveza u zaštiti ekologije.

4. Dečiji program

4.1. Medijski format emisije i povod za produkciju sadržaja

Emisija *Poštovana deco* je već 20 godina na Prvom programu Radio Beograda. Do pre pet godina imala je termin od 9.00 do 10.00 svakoga dana, a od 2011. godine na programu je od 13.00 do 14.00 časova. Emisija je kolažnog tipa, a svakoga dana ima drugačije usmerenje. Ponedeljak: *3 puta 3*; utorak: *Iz drugog ugla*; sreda: *Familiologija*; četvrtak: *Korak ka nauci*; petak *Rokjumentarac*; subota: *Iz tinejdž ugla*; nedelja: *Poštovana deco*.

Korspus: U okviru monitoringa koji je sproveden od januara do juna 2016. godine, analizirano je šest emisija koje su emitovane u istom terminu od 13-14 časova na Prvom programu Radio Beograda. Istraživački korpus su činile sledeće emisije: 31. januar – *Poštovana deco*; 28. februar – *Poštovana deco*, 7. mart – *Tri puta tri*; 10. april – *Poštovana deco*; 22. maj – *Poštovana deco* i 27. juna emisija *Tri puta tri*, što je ukupno činilo oko šest sati programa.

Emisije imaju i vrlo naglašen edukativni karakter. Žanr je u najvećoj meri razgovor, odnosno intervju, a subjekti su deca i mladi, kao

i stručnjaci. Emisije su namenjene deci od 10 do 14 godina, u zavisnosti od teme kojom se bave i od samog pristupa. Tako imamo za svaki uzrast po dve emisije koje se u skladu sa pristupom i decom koja na zadate teme govore, mogu podeliti na emisije za decu do 10 – 12 godina ili za tinejdžere. U četiri emisije aktivno učestvuju deca od 6 do 12 godina, a u dve tinejdžeri, kao i 5 stručnjaka, koji su zajedno govorili na različite teme. Pristup koji su autori programa izabrali, najčešće je bio učenje kroz igru, kao tema programa u 50% slučajeva, bilo da se govori o tome kako deca uče o preradi vune i pletenju na Zlatiboru ili govore o umetnicima naučnicima koji su potekli iz Vršca. Sport je takođe tema koja je bila zastupljena u jednoj od posmatranih emisija, ali i umetnost u vidu lutkarsva ili dramskih sekcija i pozorišta imale su svoj prostor u okviru ovog programa.

Svaka od tema nastala je kao posledica medijske inicijative. Na teme su govorila deca, tinejdžeri ili razni stručnjaci, poput etnologa, dramskih umetnika, lekara ili trenera plivanja. Njihov odnos prema datoj temi najčešće je bio pozitivan u 70% slučajeva ili neutralan u znatno manjem procentu. S obzirom na to da su deca govorila jedna o drugima, a zatim o umetnicima, svojim roditeljima ili onome čime se bave u slobodno vreme, nije bilo povoda da govore u negativnom kontekstu. Retorika u svim emisijama veoma je pozitivna i ima edukativni karakter, jer se promovira znanje i učenje i ljubav prema umetnosti, kao i ljubav prema sportu i principi zdravog života, kao što i nalaže uloga Javnog servisa kada je program za decu i mlade u pitanju.

5. Agrarni program

5.1. Medijski format emisije i povod za produkciju sadržaja

Emisija *Nedeljom za selo* je na Prvom programu Radio Beograda svake nedelje od 8.05 do 9.00 časova. Emisija je složene strukture, dobro koncipirana i vođena, posvećena je u najvećoj meri poljoprivrednoj proizvodnji, ali i drugim aspektima života na selu. Veoma je značajno da su povodi ili aktuelni ili budući događaji 61% ili medijska inicijativa,

novinara, odnosno urednika, U ovoj emisiji pseudo događaja nema. Emisija Prvog programa Radio Beograda *Nedeljom za selo* je primer konsekventnog ostvarivanja funkcija radija javnog servisa. Pored toga što zadovoljava interesovanja i komunikacione potrebe specifične ciljne grupe poljoprivrednih proizvođača i svih onih koji se profesionalno ili u širem smislu interesuju za ovu privrednu granu, emisija je mogućnost da se i šira javnost upozna sa značajnim aspektima proizvodnje hrane, kao strateške oblasti privrede. Tematska širina, žanrovska raznovrsnost, visokoprofesionalna produkcija, karakteristike su ove emisije za koju se može konstatovati da je dobro strukturirana, dobro vođena, dakle, uređivački i operativno dobro postavljena.

Korpus: Monitorovane emisije traju po jedan sat, što znači da je ukupno trajanje emisija koje su obuhvaćene monitoringom 6 sati. Analizom su obuhvaćene emisije koje su na Prvom programu Radio Beograda bile: 31. januara, 21. februara, 27. marta, 17. aprila, 22. maja i 19. juna 2016. godine.

5.2. Žanrovske forme priloga

Emisija *Nedeljom za selo* je tipična informativna emisija, ali je po tematici svrstana u agrarne. Ona ima veoma dobru žanrovsku strukturu sa dominacijom tematskog radio paketa, što je veoma retko. Ovaj žanr, kao složena novinarska forma, prisutan je u 29% slučajeva. Intervjua ima 27%, vesti 26%, a autorskih izveštaja 10%. Takođe je veoma pohvalno da je u emisiji prisutna reportaža u 8% slučajeva.

5.3. Tematska raznovrsnost

Tematski spektar je takođe veoma zadovoljavajući u emisiji *Nedeljom za selo*. Stanje i razvoj poljoprivrede u pojedinim oblastima zastupljeno je u 24% slučajeva, državna poljoprivredna politika u 21%, vremenske prilike u 13%, a proizvodnja pojedinih poljoprivrednih proizvoda u 8%. U „drugo“, 10%, svrstane su teme: stručni saveti, naučna razmena, domaća radinost, vakcinacija životinja, otkup žitarica i jubilej 70 godina emisije. Najviše priloga, 24% tematski je svrstano u „ostalo“, a to su: poljoprivredno-kulturne manifestacije; udruženja poljoprivrednika;

sajmovi i izložbe; edukacija poljoprivrednika; EU politika i standardi; nove proizvodne tehnologije; život na selu.

5.4. Raznolikost aktera priloga

Subjekti u emisiji *Nedeljom za selo* bili su u najvećoj meri individualni poljoprivredni proizvođači sa 36%. Slede stručnjaci 25%, institucije republičke vlasti i izabrani funkcioneri 19%, drugi ekonomski subjekti i udruženja poljoprivrednika sa po 5%. Zbirni procenat subjekata evidentiran kao „ostalo“ od 10% čine: strani međunarodni subjekti, pokrajinske i lokane institucije vlasti, informativne, kulturne, obrazovne i naučne institucije. Pol subjekata je dominantno muški 77% prema 22% ženskih subjekata. Među objektima o kojima su prilozi govorili opet su na prvom mestu individualni poljoprivredni proizvođači 41%. Na drugom mestu sa 26% su kao „drugi“ objekti zbirno pomenuti: studenti istraživači, razni dokumenti i delatnosti iz oblasti poljoprivrede. Odnos subjekata prema objektima je u najvećoj meri 48% neutralan, 30% pozitivan, 8% negativan i jedan broj i pozitivan i negativan.

6. Verske emisije

6.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Verska emisija *Hram* je na Drugom programu Radio Beograda svake nedelje od 7.00 do 8.00, mada emisija traje u proseku 55 minuta. Dominantan način realizacije emisije je učešće jednog gosta sa kojim se pravi razgovor/intervju ili se emituje njegovo predavanje/propoved. S obzirom da se radi o izrazito autorskoj emisiji kojoj nije namena da, prevashodno, prati tekuće događaje, povod za sadržaje je u 94% slučajeva medijska inicijativa, dok su kao povod, aktuelni događaji zabeleženi sa 6%. Emisija *Hram* Drugog programa Radio Beograda, trebalo bi da ispuni onaj deo funkcije radija javnog servisa, koja podrazumeva da će, u ukupnoj programskoj ponudi, u raznovrsnim medijskim sadržajima, biti obezbeđeni i sadržaji o veri i religiji. Emisija je tako i naslovljena, odnosno može se reći da je neka vrsta njenog podnaslova, da je to emisija

„o veri religiji i crkvi“. To nagoveštava sadržaje koji će govoriti o religiji kao takvoj, u svim njenim varijantama, da će biti reči o svim konfesijama, o njihovim specifičnostima, razlikama, nasleđu, običajima, da će se čuti predstavnici svih crkava i verskih zajednica i njihovi vernici. Međutim, emisija *Hram* je u najvećoj meri posvećena pravoslavlju, Srpskoj pravoslavnoj crkvi, njenim predstavnicima i vernicima, njenoj tradiciji, učenju, shvatanjima, običajima. Čak i kada se u emisiji pred katolički Uskrs (27. mart), da prostor starešini Katoličke crkve u Srbiji, nadbiskupu beogradskom Stanislavu Hočevaru da saopšti uskršnju poslanicu, posle njega celokupno vreme emisije prepušta se pravoslavnom svešteniku Vukašinu Milićeviću sa kojim voditeljka razgovara o raskolu u hrišćanstvu i razlikama između pravoslavlja i katoličanstva. Umesto da ovaj aktuelni trenutak bude iskorišćen da se čuju predstavnici obe hrišćanske zajednice i da oni autentično svedoče o razlikama, analiza i objašnjenje razlika prepušteni su samo pravoslavnom svešteniku. Pored pomenute teme o raskolu, druga tema o katoličanstvu govori o neprijateljskom odnosu Vatikana prema Srbiji u toku Drugog svetskog rata, bez ikakvog pravog povoda. Teško je prihvatiti da se kao povod za ovaj sadržaj uzima smrt akademika Dragoljuba Živojinovića, pa se iz arhive vadi baš to njegovo predavanje.

Korpus: Pojedinačne emisije traju po 55 minuta, što znači da ukupno monitorovan program traje 6 sati i 30 minuta. Monitorovane su emisije koje su na programu bile: 24. januara, 14. februara, 27. marta, 3. aprila, 15. maja i 26. juna 2016. godine.

6.2. Žanrovske forme priloga

U emisiji *Hram* skoro da nema uobičajenih novinarskih žanrova. Ako se izuzme generalna najava, jedini standardni žanr koji se mogao čuti dva puta je intervju. U posmatranom periodu čula se jedna molitva, a ostalo su bila ekstenzivna predavanja sa najavama i međunajavama.

6.3. Tematska raznovrsnost

Emisija *Hram* je u ovom periodu govorila o obrazovnoj delatnosti 58% interkonfesionalnim konfliktima 28%, verskim praznicima 8% i

drugim temama (molitva) 6%. Što se tiče obrazovne, zapravo propovedačke tematike, ona je skoro u potpunosti bila posvećena pravoslavnoj religiji sa izuzetkom uskršnje čestitke katoličkim vernicima i teme koja je govorila o sukobima između pravoslavlja i katoličanstva i razlikama u ove dve konfesije. Osim u velikoj meri o pravoslavlju i nešto manje katoličanstvu ni o jednoj drugoj konfesiji nije bilo priloga.

6.4. Raznovrsnost aktera priloga

U emisiji *Hram* kao subjekti priloga u najvećoj meri pojavili su se sveštenici 46%, arhiepiskopi/vladike 25%, teoretičari i eksperti religije 17%, novinar/voditelj/medij 7% i nadbiskup 5%. Ovi subjekti su izrazito nosioci stavova, a ponekad i nosioci određenih aktivnosti. U kategoriju objekta zbirno su pod „drugo“ evidentirani: Isus Hrist, Katolička crkva i druge varijante hrišćanstva, dok su sveštenici evidentirani kao objekti u 19% slučajeva, arhiepiskopi/vladike u 15% i nadbiskup u 6%. Stav subjekata prema objektu je u 64% pozitivan, 19% neutralan, a 17% negativan. Negativno vrednovanje objekta odnosi se u celini na Vatikan i njegove stavove o Srbiji u vreme Drugog svetskog rata

7. Zabavni program

7.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Zabavnik se emituje nedeljom od 17.05 do 19.00 sati na Prvom programu Radio Beograda. Emisija traje dva sata, tačnije sat i 55 minuta. Radi se „uživo“ iz studija sa korišćenim snimcima iz arhive i sa terena. U tehničkom smislu emisija je na najvišem profesionalnom nivou, što se odnosi i na korišćene snimke. *Zabavnik* je emisija koja ima za cilj, kako joj i ime kaže, da zabavi i opusti slušaoc. To je tipična kolažna, autorska, muzičko-govorna emisija u kojoj su govor i muzika jednake važnosti pa se autori emisije trude da ta dva segmenta budu u ravnoteži. To ne znači da govor i muzika imaju jednako trajanje, već je muzici dato nešto više prostora, što je normalno u ovakvim programskim zahvatima. Struktura emisije je upravo podređena odnosu govora i muzike, posle svakog

govornog segmenta idu po dve ili tri muzičke numere, koje su najčešće u direktnoj ili indirektnoj vezi sa temom. Različiti su povodi, odnosno teme o kojima emisija govori. Ti povodi uglavnom nisu dnevno aktuelni nego su maštovit izbor zanimljivih, zabavnih, ali i edukativnih sadržaja, kojima autori komponuju svoje emisije.

Dobar govor, kvalitetna muzika i dobro odabrani sadržaji daju u celini urbani ton emisiji, što je možda njen najveći kvalitet i u tom smislu i ostvarenje javnog interesa. Emisija je u potpunosti u skladu sa pretpostavljenom funkcijom radija javnog servisa, posebno u delu obaveza da se kvalitetnim sadržajima ispuni i obaveza prema potrebama auditorijuma za zabavom, ali i obrazovanjem, muzikom. Nije teško zaključiti da ovake sadržaje radija prati nešto starija publika na čije emocije, sećanja, muzički ukus i reaguje *Zabavnik*.

Korpus: Analizirane su emisije u periodu januar – jun, 2016. godine. Monitoringom su obuhvaćene emisije koje su na programu bile: 10. januara, 14. februara, 27. marta, 10. aprila, 15. maja i 12. juna 2016. godine.

7.2. Žanrovske forme priloga

Emisija nije žanrovski raznovrsna, jer dominiraju naratorski segmenti voditeljki i angažovanih glumaca, ali to nije nedostatak ove emisije. Pojedine redovne rubrike, male dramske forme i pogotovo dobro odabrana muzika koja je u potpunosti usklađena sa govornim sadržajima, doprinose kvalitetu i dobrom utisku.

7.3. Tematska raznovrsnost

Tematski opus emisije *Zabavnik* je vrlo širok, upravo zbog njenog koncepta da na opušten način podseti na veoma zanimljive teme iz raznih oblasti, pre svega kulture i umetnosti, ali i istorije, kulinarsva, ugostiteljstva, mode. Kultura i umetnost dominiraju i zato je opravdano ovu emisiju smatrati i edukativnom. U posmatranom periodu govorilo se o Pikasu, Viktoru Igou, raznim filmovima, poeziji, fotografiji, knjigama, likovnoj umetnosti...

8. Sportski program

8.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Emisija *Sportski žurnal* je polusatna informativna emisija o sportu koja je na Prvom programu Radio Beograda radnim danom od 15.30 do 16.00 časova. U emisiji se detaljno izveštava o aktuelnim događajima iz sporta, ali se objavljuju i analize osvrta i komentari na događaje i pojave u sportu. Skoro tri četvrtine priloga imaju za povod aktuelene događaje ili najave sportskih događaja ili 72%. Medijska inicijativa je prisutna u 19% slučajeva, a pseudo događaja ima 9%. *Sportski žurnal* prvog programa Radija Beograda doprinosi da ovaj program ostvaruje, u normativnom smislu, osnovnu ulogu medija – da bude informator javnosti o sportskim zbivanjima i njihovim akterima.

Korpus: Monitoringom ove emisije obuhvaćeno je 20 njenih izdanja tokom šestomesečnog perioda, od 18. januara do 30. juna 2016. godine. Korpusom za analizu su predviđene 24 emisije u ukupnom trajanju od 720 minuta i to izdanja od 18. januara, 26. januara, 3. februara, 11. februara, 19. februara, 29. februara, 8. marta, 16. marta, 24. marta, 28. marta, 1. aprila, 5. aprila, 13. aprila, 21. aprila, 29. aprila, 2. maja, 10. maja, 18. maja, 26. maja, 3. juna, 6. juna, 14. juna, 22. juna i 30. juna. Monitorovano je 20 emisija – izdanja od 29. februara i 6. juna nisu dostavljena monitoru, a dostavljeni snimci izdanja od 13. aprila i 22. juna su izrazito lošeg kvaliteta pa sadržaj nije moguće čak ni identifikovati. Emisija od 13. aprila zamenjena je emisijom od 18. aprila.

Vreme sporta i rasonode je emisija koja može da se svrsta i u zabavno rekreativne, ali pošto ipak najviše vremena posvećuje sportu ipak je analiziramo kao deo sportskog programa. Emisija sadrži brojne priloge o kulturnim, obrazovnim i zabavnim sadržajima. Njih ima mnogo po broju, ali po trajanju i ukupnom vremenu koje zauzimaju nisu dominantni, ipak preovlađuje sport. Emisija je na Prvom programu Radio Beograda subotom od 15.30 do 19.00 časova. Povod različitih sadržaja je u visokom procentu aktuelni ili budući događaj 84%, a medijska inicijativa 16%.

Korpus čine emisije koje su se mogle čuti u sledećim datumima: 30. januar 2016. godine (3sata 20 minuta); 27. februar 2016. godine (3 sata 29 minuta); 26. mart 2016. godine (3 sata 20 minuta); 30. april 2016. godine (3 sata 28 minuta); 28. maj 2016. godine (3 sata 28 minuta); 25. jun 2016. godine (3 sata 18 minuta). Ukupno trajanje monitorovanih emisija je 20 sati i 23 minuta.

8.2. Žanrovske forme sadržaja

Sportski žurnal je žanrovski prilično raznovrsan. U posmatranom periodu, međutim, dominiraju osnovne faktografske forme jer vesti i intervju ima po 25%. Snimljenih izjava ima 19%, autorskih izveštaja 12%, vesti u nizu 6% a ostalo su razne hibridne forme, uglavnom kombinacije međunajava i voditeljskih komentara.

Žanrovski, u emisiji *Vreme sporta i rasonode* dominira snimljena izjava sa 54%. Na drugom mestu je intervju 18%, pa vest 9%. Ostalo su uglavnom direktni prenosi i direktna telefonska uključanja.

8.3. Tematska raznovrsnost

Najčešće teme u emisiji *Sportski žurnal* su aktuelne sportske teme, odnosno događaji u 50% slučajeva. Pripreme i najave događaja zauzimaju 16%, aktivnosti sportskih institucija 10%, a aktivnosti ili portret sportiste 6%. Jedan broj priloga tematski je svrstan u „ostalo” i zauzima 16% priloga, a radi se o aktivnostima američkog tužilaštva u vezi sa dopingom ruskih sportista, posetom sekretara UN sedištu MOK, korupcijom u FIFA i slično. Od pojedinačnih sportova, najviše se govorilo o fudbalu 27%, tenisu 18%, košarci 13%, odbojci 11% i tako dalje. Tematski je emisija *Vreme sporta i rasonode* veoma zanimljiva, jer iako najviše vremena posvećuje sportu, sadrži veliki broj kratkih priloga iz oblasti kulture: knjige, pozorišne premijere, izložbe, koncerti. Ovi kratki prilozima po broju predstavljaju 58% priloga, iako vremenski ni približno ne zauzimaju toliki prostor. Ostale teme su zastupljene na sledeći način: aktuelni sportski događaji 16%, priprema ili najava sportskog događaja 15%, aktivnost ili portret sportiste 6% aktivnost sportske institucije 4% trendovi u sportu 1%.

8.4. Raznovrsnost aktera priloga

Domaći sportisti i treneri su se pojavili kao subjekti u polovini priloga, a strani subjekti su zastupljeni sa 30%. Muški subjekti dominiraju sa 72% dok ženskih ima svega 12%. Ostali su grupni ili neidentifikovani. Kao objekti priloga javljaju se najviše domaći klubovi i reprezentacije sa 39%, a strani i međunarodni objekti sa 25%. Pojedinačni sportisti se kao objekti pominju u 11% slučajeva. Ostalo su sportske institucije i slično. Specifičnost emisije *Vreme sporta i rasonode* da ima veliki broj kratkih priloga iz oblasti kulture odražava se i na procenat subjekata priloga. Subjekata iz oblasti kulture i obrazovaja ima 41%, novinara izveštaja 13%, pojedinačnih sportista 13% sportskih stručnjaka, trenera lekara 11% i ostalih i drugih među koje spadaju: republičke i sportske institucije, sportski klubovi, reprezentacije, timovi, udruženja građana i ostali 22%. Među objektima opet dominiraju „drugi” sa 43%, a sportski klubovi su zastupljeni sa 21%, predstavnici kulture, obrazovanja, nauke 16%, strani i međunarodni predstavnici 9%, pojedinačnih sportisti i igrači 7% i republičke sportske institucije (savezi, lige) 3%. Vrednovanje objekata od strane subjekata je 71% pozitivno, 28% neutralno i 1% i pozitivno i negativno.

Radio Beograd – zaključci

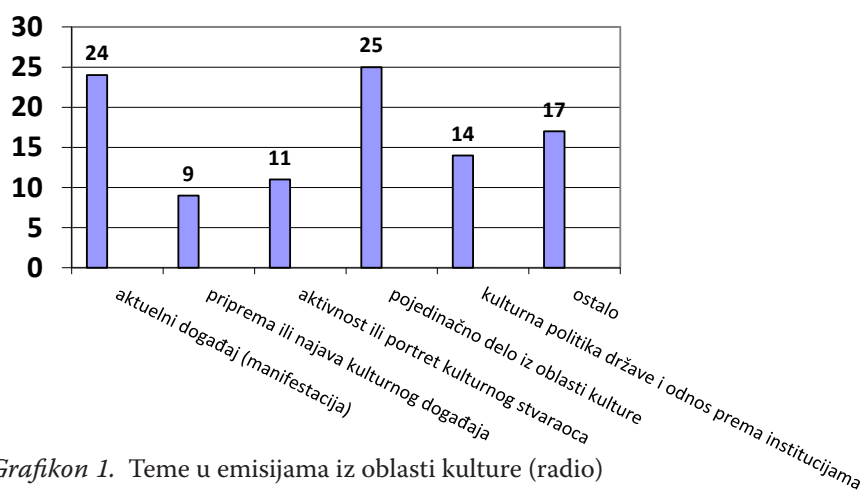
Radio Beograd, kao deo javnog medijskog servisa Srbije, jeste medijska kuća koja u veoma visokoj meri sublimira iskustva i kvalitete tradicionalnog radija i one novine i tehnološke mogućnosti koje su joj u novije vreme na raspolaganju. S obzirom da radio nije digitalizovan kao televizija, u smislu prenosa signala, on tehnološki usavršava svoju programsku proizvodnju i načine na koji sadržaji mogu da stignu do korisnika usluga. Većina sadržaja praćena je kvalitetnim aktuelnim tonskim snimcima, a i arhivskim, s obzirom na bogato nasleđe tonskih zapisa kojima Radio Beograd raspolaže. Kvalitetno primanje programa putem interneta (live stream) i mogućnost naknadnog slušanja emisija kao audio fajlova (podcast), jesu odlike savremenog radija i to je dobra praksa programa Radio Beograda. Vidljivo je i bolje tehničko opremanje

radija mada se iz raznih indicija može zaključiti da se u radio, kao deo RTS-a, ne ulaže dovoljno, pogotovo ne kao u televiziju.

U programskom smislu može se konstatovati da Radio Beograd u celini napreduje u svojoj transformaciji od nekadašnjeg državnog radija u radio javnog servisa. Tematska širina, odnosno pluralizam sadržaja, kako pojedinačno po programima, tako i zbirno, govori o razvijenom javnom radiju, čiji programi imaju čvrste programske šeme, kao odgovoran odnos prema publici. Programi Radio Beograda dosledno prate tradicionalnu funkcionalnu strukturiranost razvijenih javnih servisa u Evropi, po kojoj je Prvi program naglašeno informativan, Drugi program namenjen kulturi i obrazovanju, Treći program koncipiran kao program nauke, teorije i klasnične muzike, a Program 202 kao urbani program namenjen nešto mlađoj ciljnoj grupi sa dinamičnijim muzičkim zvukom.

Ponuda sadržaja na programima radio Beograda (Treći program i Program 202 nisu obuhvaćeni monitoringom) u velikoj meri može da zadovolji interese i komunikacione potrebe mnogih društvenih grupa i pojedinaca i to na sveobuhvatan i kvalitetan način, kako u tematskom smislu tako i u pogledu tehničkog kvaliteta.

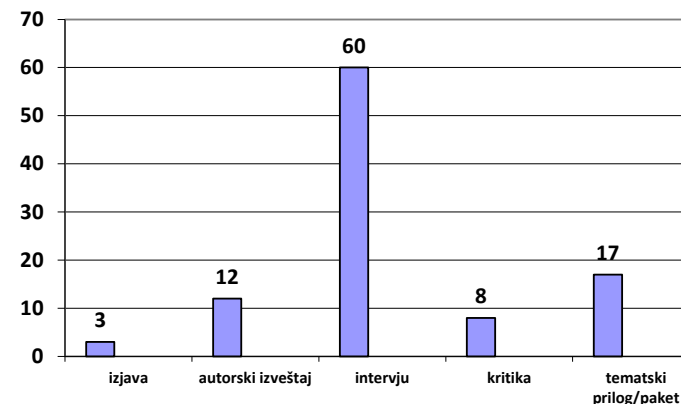
Tematsku raznovrsnost može da ilustruje programska ponuda u okviru emisija posvećenih kulturi i umetnosti, što pokazuje sledeći grafikon.



Grafikon 1. Teme u emisijama iz oblasti kulture (radio)

Monitoringom je utvrđeno da programi, programske celine, emisije Radio Beograda imaju sistematično, profesionalno i kreativno uređivanje što se vidi iz obilja aktuelnih tema, načina njihove obrade, učešća velikog broja subjekata najrazličitijeg profila, solidnog novinarskog kadra i programskog personala. Formatu emisija su raznovrsni, ali i kada su slični, emisije se razlikuju po sadržajima, personalitetu voditelja i gostiju programa.

Žanrovski su programi radio Beograda, zbirno, sigurno najraznovrsniji među svim radio stanicama u zemlji. To pokazuju i emisije posvećene kulturi i umetnosti. Mogu se čuti sve forme novinarskog izraza od kratkih, faktografskih (vest, izjava, izveštaj) do dužih, složenijih (intervju, tematski prilog/paket).



Grafikon 2. Žanrovi u emisijama posvećenim kulturi (radio)

Ipak, u pojedinim segmentima se oseća blaga žanrovska redukcija. Primer je emisija Prvog programa *Između dva petka* koja ima kvalitetan odabir događaja na koje valja podsetiti, ali je forma jednostavna, stereotipna, uglavnom sa snimcima koji su preuzeti sa drugih medija. Primer žanrovske jednoličnosti je i emisija Drugog programa *U prvih pet – kulturni događaj nedelje*. Ova emisija je uprkos žanrovskoj jednostavnosti sadržajem i vrednostima koje promovise bogata, ali je nekada teška za slušanje, pogotovo ako se ne sluša od početka, a i zbog toga što voditeljka komunicira sa sagovornicima navljujući ih samo imenom, a ne i funkcijom, odnosno profesijom. Iako u celini programa

Radio Beograda ima i složenijih formi, nešto su manje prisutni tematski prilozi/paketi, pogotovo oni istraživačkog karaktera. Takvih priloga ima malo čak i u centralnoj informativnoj emisiji Prvog programa, *Novosti dana*.

U emisijama koje pripadaju kultuno-obrazovnom korpusu mogu se čuti veoma kvalitetni sadržaji, rasprave, polemike, kritička mišljenja, problematizovanja određenih društvenih, kulturnih, filozofskih fenomena i njihovo sagledavanje kroz prizmu savremenih kretanja. To se odnosi i na dokumentarne sadržaje Radio Beograda, koji su takođe specifikum ove medijske kuće.

U celini, može se konstatovati da su programi Radio Beograda na nivou koji se pretpostavlja kada je javni servis u pitanju. Ipak, ne bi bilo suvišno, kada bi uredništvo razmislilo o još jednom stepenu modernizacije programa i sadržaja, kako bi se, ne popuštajući u kvalitetu, privukla i nešto mlađa publika.

U svestranoj programskoj ponudi koja treba da odgovara standardima javnog servisa, nalaze se i sadržaji kojima se neguje domaća kultura i tradicija kao deo kulturnog i nacionalnog identiteta. U okviru takvih sadržaja je i emisija posvećena religiji, *Hram* na Drugom programu Radio Beograda. Ova emisija bi trebalo da govori o „veri, religiji i crkvi”, što je praktično njen podnaslov. S obzirom i na zakonsku obavezu na podsticanje pluralizma verskih ideja, može se konstatovati da pomenuta emisija ne ostvaruje ovaj zadatak jer je dominantno posvećena pravoslavnoj religiji, uglavnom u obliku predavanja ili propovedi, a retko ili povodom nekog verskog praznika ili kao traumatično istorijsko sećanje, pominje drugu konfesiju. U monitorovanom periodu, osim pravoslavne, pomenuta je još samo katolička crkva, a o ostalim crkvama i verskim zajednicama nije bilo reči. To je jedna od primedaba na programsku ponudu.

Što se tiče programa za nacionalne manjine, odnosno emitovanja sadržaja na manjinskim jezicima, što je takođe programska obaveza javnog servisa, koja proizilazi iz zakona, Radio Beograd ima samo jednu emisiju na romskom jeziku na Prvom programu, čime se ne ostvaruje zakonska obaveza u dovoljnoj meri.

Televizija RTS

1. Kultura

1.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Kulturni dnevnik je format informativne emisije koja je posvećena događajima iz oblasti kulture. Rađena je po pravilima emisije tipa dnevnik i tako je strukturirana. Radi se o dobrom potezu uređivačkog tima televizije RTS jer broj, značaj i raznovrsnost događaja iz kulture i umetnosti zaslužuje ovakvu emisiju na javnom servisu. *Kulturni dnevnik* je na Prvom programu televizije RTS radnim danom posle trećeg dnevnika koji ima termin oko 23 časa, ali se pomera nešto ranije i nešto kasnije, pa se toliko vremenski pomera i *Kulturni dnevnik*. Traje oko 15 minuta i predstavlja presek najznačajnijih događaja iz kulture u najširem smislu. Emisija ima dve stalne rubrike „*Mi u svetu*” i „*Gost*”. O sadržaju brine stalni uređivački tim i ekipa novinara, odnosno dopisnika. Povod za razne priloge su u najvećoj meri aktuelni događaji ili budući događaji 70%, što je u skladu sa konceptom emisije. Sadržaji koji su rezultat medijske inicijative čine 27% priloga, a samo 4% ostaje za pseudodogađaje.

Korpus: Emisija *Kulturni dnevnik* monitorovana je ukupno 12 dana u periodu od januara do juna 2016. godine: 19. januara, 2. februara, 17. februara, 3. marta, 18. marta, 28. marta, 12. aprila, 27. aprila, 12. maja, 27. maja, 06. juna, 21. juna u ukupnom trajanju od 173 minuta (oko 3 sata). Ukupno je analizirano 82 priloga.

Beokult je nedeljni magazin koji je posvećen kulturi i umetnosti. Emisija je na Drugom programu televizije RTS sredom u 20.30 časova. U svakoj emisiji je jedan gost u studiju sa kojim se govori o najvažnijoj temi toga dana, uz još nekoliko priloga koji su uglavnom u vezi s glavnom temom. Povod za priloge je u 63% slučajeva aktuelni ili budući događaj, a ostali, 37%, su nastali na osnovu medijske inicijative. Radi se o emisiji koja se isključivo bavi kulturom, umetnošću i to kroz vidove praćenja, izveštavanja sa događaja, njihove najave, ili kritičkog sagledavanja dela, događaja i stvaralaštva pojedinaca u oblasti kulture i umetnosti. Sadržaj je posvećen poštovaocima kulture i, često, zbog tematike i terminologije koja se koristi u emisiji, namenjen užoj kljnoj grupi.

Korpus: Ukupan korpus monitorovanih epizoda *Beokulta* iznosi šest emisija, odnosno šest puta po 30 minuta iliti tri sata. Preciznije, monitoring je obuhvatao emisije u periodu od januara do juna meseca, i to su sledeći datumi emitovanja: 20. januar, 24. februar, 2. mart, 6. april, 18. maj i 22. jun 2016. godine. Po tako prethodno predviđenom korpusu monitoring je sproveden bez odstupanja od datuma i značajnih promena.

Metropolis se emituje četvrtkom na Drugom programu televizije RTS, a počinje u različitim terminima između 20.30 i 22.00 časa. I ovo je nedeljni magazin sa tematikom iz kulture i umetnosti, uglavnom posvećen analizi pojedinih fenomena iz savremenog stvaralaštva, tradicionalnih vrednosti, novih tehnologija u sferi medija, svakodnevnog života. Ova emisija ima drugačiji odnos kada je reč o povodu za sadržaje, jer dominira medijska inicijativa sa 67% slučajeva dok su aktuelni i budući događaji povod u 33% slučajeva. Ovo je razumljivo s obzirom na analitičko kritički odnos koji dominira kao odnos prema određenim temama.

Korpus: Analizom je obuhvaćeno 6 emisija, koje su emitovane 21. januara, 25. februara, 3. marta, 7. aprila, 19. maja i 23. juna. Ukupno trajanje monitorovanog materijala iznosi 2 sata 41 minut i 57 sekundi. Za to vreme emitovano je ukupno 39 priloga.

1.2. Žanrovske forme sadržaja

Kulturni dnevnik je emisija koja u najvećoj meri govori o dnevnim događajima pa je logično da je najčešći žanr, autorski izveštaj koji predstavlja 73% priloga. U posmatranom periodu ostalih žanrova je bilo znatno manje: intervju 15%, vesti 6%, kritika 4% izjava 2%. Pohvalno je što je 70% priloga prezentirano uz aktuelni audio/video snimak.

Beokult je beležio raznovrsniju žanrovsku strukturu, u kojoj je opet bilo najviše autorskih izveštaja 31%, a vrlo visok procenat je prisustvo tematskog priloga/paketa sa 20%. I ostali složeni žanrovi bili su korišćeni u značajnom procentu, kao što su intervju 11% i reportaža 9%, što je u saglasnosti sa analitičkim pristupom temama. Ostalih 9% priloga su različiti, uglavnom kraći faktografski žanrovi koji su predstavljeni zbirno jer ni jedan nije zabeležen u većem obimu. I u ovom slučaju se

može uočiti dobar produkcijski odnos prema sadržajima jer 74% priloga sadrži audio/vizuelnu prezentaciju.

Metropolis ima raznovrsnu žanrovsku strukturu u kojoj je najzastupljenija kritika sa 31%, zatim autorski izveštaj sa 28%, tematski prilog/paket sa 15% i izjava sa 8%. Ostali žanrovi su uglavnom forme koje su na neki način hibridne i ne mogu se kategorisati po standardnoj kategorizaciji, a njih ima 18%. Vrlo je visok procenat prisustva aktuelnog audio/video snimka u priložima, čak 85% što je veoma dobro iskorišćenje tehnoloških potencijala janog servisa.

1.3. Tematska raznolikost

Kulturni dnevnik je najčešće imao za temu aktuelni kulturni događaj 54%. To su bile promocije knjiga, izložbe, koncerti, otvaranje kulturnih manifestacija. I najave budućih događaja iz oblasti kulture i umetnosti bile su tema u 13% slučajeva. Aktivnosti kulturnih stvaralaca bile su zastupljene sa 14% priloga, a pojedinačna dela u oblasti kulture sa 6%. Što se pojedinačnih umetnosti tiče one su, kao podteme, prilično ravnomerno, bile zastupljene: muzika 24%, pozorište i balet 17%, likovne umetnosti 15%, književnost i film sa po 13%. Ono što pada u oči to je da u emisijama koje su bile obuhvaćene monitoringom nije bilo ni jednog priloga o kulturnoj politici zemlje ili o odnosu prema institucijama.

Primer: (Emisija *Kulturni dnevnik*, 27.5.2016) **Kao pozitivan primer** može se izdvojiti ovo izdanje *Kulturnog dnevnika*, u kome je najavljeno da će predstaviti mlade umetnike. Prvo su predstavili mladog reditelja Igora Šimića, koji je završio prestižni univerzitet u Njujorku. On je govorio o svojim filmovima, ali i o svojim veoma interesantnim izložbama, na kojima su izloženi njegovi eksponati, poput „prototipa pametne kičme koja se ugrađuje u beskičmenjake”. Kao drugog mladog umetnika predstavili su pijanistu i kompozitora Dimitrija Vasiljevića. U drugom prilogu može se zameriti to što izjava sagovornika traje veoma kratko i ne govori ništa o samom umetniku.

Beokult je imao najviše tema koje su se odnosile na aktuelan kulturni događaj ili manifestaciju, 29%, što je znatno manje od *Kulturnog dnevnika*, ali je logično sa stanovišta koncepta emisije. Visoki procenti zabeleženi su u posmatranom periodu kada su u pitanju aktivnosti ili

portreti kulturnih stvaralaca 24%, pojedinačna dela u oblasti kulture 21% i trendovi u kulturi/pitanja savremene kulture 15%. Priloga o pripremi ili najavi budućeg događaja bilo je 6%. Pojedinačne umetnosti bile su takođe prezentovane visokim procentima: književnost 24% pozorište i balet 15% film 12%, likovne umetnosti 9%.

Metropolis je kao tematsko izvorište imao pojedinačno delo u oblasti kulture 36%, a aktivnosti ili portrete kulturnih stvaralaca 33%. Manje su bili zastupljeni: trendovi u kulturi i kultura sadašnjice 13%, obrazovanje i nauka 8%, aktuelni događaji 5% i isto toliko aktivnosti ili portreti kulturnih institucija. U emisijama *Metropolisa* najviše se govorilo o književnosti 31%, filmu 21% muzici i likovnim umetnostima po 10%, a ostali sadržaji bili su namenjeni pozorištu, arhitekturi, digitalnoj umetnosti i drugim.

1.4. Raznolikost aktera priloga

Kulturni dnevnik je kao subjekte sadržaja u najvećoj meri imao stvaraocima pojedince iz oblasti kulture 41%. Strani subjekti su se pojavili u 28% slučajeva, mediji i novinari u 8%, a institucije iz oblasti kulture u 6% slučajeva. Razni drugi subjekti bili su zastupljeni sa 16%. Kao pojedinci pojavili su se pisci, muzičari, reditelji, slikari, kompozitori, glumci. Među njima, glumica Milena Dravić, pesnikinja Ana Ristić, reditelj Slobodan Šijan, dirigent Bojan Sudić, violinista Dejan Mihajlović, kompozitorica Isidora Žebeljan, kostimograf Maja Tucaković. Od stranih umetnika, u emisiji su se pojavili: slovenačka književnica Mojca Kumerdej, upravnik pozorišta Kerempuh iz Zagreba Duško Ljuština, glumac Ken Fori, italijanski violončelista Adrijano Fazio i drugi. Samo jednom je gost bila predstavnica Ministarstva kulture, a predstavnika ostalih organa vlasti, političkih partija ili organizacija nacionalnih manjina, nije bilo ni jednom. Muških subjekata je bilo tačno dvostruko više od ženskih, 64% prema 32%. Mešovitih, kolektivnih i neidentifikovanih subjekata po polu bilo je ukupno 4%. Objekata, o kojima se u raznim sadržajima govorilo, bilo je u *Kulturnom dnevniku* najviše pojedinaca iz oblasti kulture 31%. Predmet razgovora su zatim bila umetnička dela 25%, strani i međunarodni činioci 15% i institucije iz oblasti kulture 9%. Ostalo, a to su bili: mediji i novinari, publika, predstavnici nauke, republički organi vlasti, funkcioneri,

građani, ukupno su zabeleženi kao objekti u 20% slučajeva. Vrednovanje objekata od strane subjekata bilo je uglavnom pozitivno 72%, neutralno 2%, negativno 5% i jedan procenat i pozitivno i negativno. Ovde se za kategoriju subjekata može konstatovati da su oni istovremeno i nosioci stavova i mišljenja, ali i naosioci određenih aktivnosti

Beokult je, kao subjektima priloga, najviše prostora dao stvaraocima, pojedincima iz oblasti kulture, čak 62%. Eksperti, teoretičari i kritičari bili su subjekti pojedinih sadržaja u 15% slučajeva, institucije iz oblasti kulture 4%, a strani i međunarodni akteri 2%. Prilično ujednačena polna struktura subjekata u ovoj emisiji je ipak 60% prema 40% u korist muškaraca. Kao objekti o kojima se govorilo u emisiji, najviše su bili evidentirani stvaraoci pojedinci iz oblasti kulture, građani, odnosno publika, institucije iz oblasti kulture i veliki broj drugih subjekata koji nisu značajni za posebno kategorisanje. U 72% slučajeva odnos subjekata prema objektima je bio pozitivan, u 16% neutralan, a u 9% negativan. Tri procenta je bilo i pozitivnog i negativnog odnosa.

Metropolis je u ulozi subjekata priloga i sadržaja u 38% slučajeva imao stvaraocima pojedince iz oblasti kulture. U 22% slučajeva to su bili eksperti, teoretičari i kritičari, mediji i novinari su se pojavili u 14% slučajeva, institucije iz oblasti kulture u 10%, a strani i međunarodni subjekti u 7% slučajeva. Pol subjekata je u ovoj emisiji veoma uravnotežen, 58% muških subjekata prema 42% ženskih. Kao i u slučaju subjekata i objekata priloga bilo je najviše iz redova stvaralaca pojedinaca iz oblasti kulture, 33%. Na drugom mestu su strani i međunarodni subjekti 25%, institucije iz oblasti kulture 11%, republički organi vlasti i funkcioneri 5% i tako dalje. Vrednosni odnos subjekata prema objektima je u 61% slučaju bio pozitivan, u 20% slučajeva neutralan, a u 13% negativan. Ostali slučajevi su istovremeno i pozitivni i negativni.

2. Obrazovni program

2.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Kontekst 21 je jedna od emisija koje se mogu svrstati u ponudu obrazovnog programa televizije RTS, jer je i zamišljena tako da se najviše bavi obrazovanjem i naukom. Ima sadržaja iz oblasti ekologije, novih tehnologija, zdravstva i drugih oblasti. Po strukturi je kolažnog karaktera, a emituje se na Drugom programu televizije petkom između 22.00 i 23.00 časa. Radi se o kvalitetnoj produkciji na nivou televizije javnog servisa, a realizuje je stalna ekipa urednika/voditelja. S obzirom na karakter emisije, odnosno opredeljenje da uređivačko-autorski tim pokreće određene teme i razgovore o njima, razumljivo je da kao povod za proizvodnju sadržaja dominira medijska inicijativa u 60% slučajeva, dok su aktuelni i budući događaji povod u 40% slučajeva.

Korpus: U toku šest meseci monitoringa u 2016. godini, monitorovano je šest izdanja ove emisije, i to po mesecima: 22. januar, 26. februar, 4. mart, 8. april i 20. maj. Po jedna emisija u mesecu je analizirana, što je ukupno je tri sata monitoringa.

Vidik je po svojoj strukturi i načinu realizacije praktičnodebatna emisija, jer je zamišljena kao okrugli sto u kome sagovornici debatuju na određenu temu. Veoma je malo priloga koji se mogu drugačije žanrovski odrediti. Tematski, to je u najvećoj meri obrazovna emisija koja, pored sazajne vrednosti, ima vrednost problematizovanja pojedinih fenomena iz nauke, književnosti i drugih oblasti, u čemu učestvuju stručnjaci, uglavnom profesori univerziteta. Emituje se na Drugom programu televizije RTS svakog drugog petka između 22.00 i 23.30 časova. Povod za tematske razgovore je, po prirodi emisije, uvek medijska inicijativa.

Korpus: Uprvih šest meseci 2016. godne, emisija *Vidik* monitorovana u sledećim terminima: 22. januar, 5. februar, 18. mart, 15. april, 13. maj. Bilo je predviđeno i monitorovanje emisije u junu, ali u junu nije bilo emisije.

Sve boje života – kako sami autori emisije navode na sajtu RTS-a karakteristike ove emisije su: „Teme kao što su vaspitanje, prilagođavanje novim životnim uslovima, prihvatanje novih životnih stilova, zdravstvena edukacija, saveti za zdravu ishranu, kultura odevanja i stanovanja, obeležavanje značajnih istorijskih događaja, promocija kulture komunikacije, čitanja...” Dakle, ovo je porodični magazin po formatu, a emisija ipak tematski spada u edukativnu sa nizom praktičnih uputstava i saveta gledaocima. Ona je ponedeljkom na Drugom programu televizije RTS, uglavnom od 16.35 časova, a počinje i ranije ili kasnije i traje nešto manje od 30 minuta. U skladu sa konceptom emisije povod za razne sadržaje je u velikoj meri medijska inicijativa, odnosno 72%, aktuelni događaji su povod u 25%, a pseudodogađaji u 3% slučajeva.

Korpus: Istraživački korpus obuhvatio je šest emisija u periodu od januara do juna 2016. godine, sa sledećim datumima: 25. januar, 22. februar, 29. februar, 4. april, 16. april i 20. jun, od čega nije bilo odstupanja. Svaka od navedenih emisija trajala je oko pola sata, što je ukupno oko 180 minuta analiziranog programa.

2.2. Žanrovske forme priloga

Kontekst 21 je emisija u kojoj dominira složena novinarska forma, tematski prilog/paket u 44% slučajeva. To se i očekuje od emisije u kojoj se obrađuju kompleksne teme koje treba sagledati iz više uglova i čuti različita mišljenja. Kraće forme: vest, izjava, saopštenje prisutne su u 29% slučajeva, intervju u 16%, a autorski izvetaji u 7%. Ostali žanrovi su zbirno evidentirani u obimu od 4%. Pohvalno je i to što 61% priloga ima i aktuelni audio/video snimak, što doprinosi svestranom pristupu obradi tema.

Vidik je emisija koja je, kao što je rečeno, organizovana kao okrugli sto u kome učestvuju uglavnom po tri gosta. Oni debatuju o nekom problemu u formi razgovora, tako da je dominantna novinarska forma – razgovor, intervju koji voditelj ima sa sagovornicima. Vrlo retko može se čuti i neki drugi žanr, na primer izjava koja je insert iz nekog intervjua. Voditelj je vrlo aktivan učesnik u razgovoru, usmerava ga svojim pitanjima, svojim stavovima i podsećanjima na pojedine misli drugih teoretičara i stručnjaka.

Sve boje života je emisija koja je žanrovski raznovrsnija od prethodne i u njoj dominira intervju u 57% slučajeva. Ovakva dijaloška forma odgovara koncepciji emisije i njenom tematskom usmerenju, a voditeljka realizuje priloge kako uživo u studiju, tako i van njega na terenu. U posmatranom periodu u emisiji je bilo 22% izveštaja, 15% vesti i 3% tematskog priloga/paketa. I u ovoj emisiji je značajan broj priloga praćen audio/vizuelnom prezentacijom, 57%.

2.3. Tematska raznovrsnost

Kontekst 21 je tematski najviše usmeren na obrazovanje i nauku u užem smislu i takvih je priloga 40%. I ostale teme se obrađuju na način u kome je edukativni pristup izražen i kada se govori o zdravlju i socijalnom osiguranju koji su prisutni u 26% priloga ili kulturi koje ima 14%. Raznih drugih tema ima zbirno 8%, sveta i regiona 7%, a ekonomije 5%.

Vidik je monotematska emisija u kojoj sagovornici debatuju. U posmatranom periodu teme su bile: „Bezvoljno društvo ili život u kolektivnom stresu”; „Stvarnost i (ne)moć internet realnosti”; „Zavist i ljubomora”; „Mediji i društvo – uticaj medija na društvo”; analiza dela Eriha Froma „Bekstvo od slobode” i njegova interpretacija u savremenom svetu. Pristup emisije je da se u svakom izdanju obraća određenoj ciljnoj grupi, ali da i ostali auditorijum, za koji se pretpostavlja da je visokog obrazovanja i u skladu s tim ima formirane komunikacione potrebe, može da prati sadržaj.

Sve boje života je emisija koja, saglasno njenom nazivu, pokušava da osvetli sve životne aspekte. Razne teme iz oblasti kulture bile su veoma prisutne, tako da kultura, kao tematsko polje dominira sa 32% priloga, zatim su zabeležene teme iz zdravstva i socijalnog osiguranja 20%, pa obrazovne delatnosti u užem smislu 18% i sport 8%. Raznih drugih tema koje su prezentirane na edukativan način, a koje su pojedinačno zauzimale manje prostora, zbirno su bile tematski sadržaj u 22% priloga. I u ovoj emisiji su sadržaji praćeni snimcima u 59% slučajeva.

2.4. Raznovrsnost aktera priloga

Kontekst 21 je kao subjekte novinarskih priloga u najvećoj meri angažovao stručnjake različitih profila 29%. Predstavnici obrazovnih i naučnih institucija su, kao subjekti priloga, zabeleženi u 26% slučajeva. Uže društvene grupe su kao subjekti bile prisutne: predstavnici zdravstvenih institucija 13%, posebne društvene grupe i među njima đaci takođe 13% predstavnici kulturnih institucija i umetnici 8%. Apsolutno svi subjekti su se, u emisijama, videli i čuli. Odnos muških i ženskih subjekata je u *Kontekstu 21* prilično ujednačen mada ipak ima više muškaraca 55% u odnosu na žene 45%. Objekti o kojima se govorilo u emisijama u najvećoj meri nisu konkretne ličnosti ili institucije, pa je takvih objekata, kategorisanih kao „drugo” bilo čak 66%. Vrlo ujednačeno su se kao predmet razgovora, odnosno objekti, javljali: obrazovne i kulturne institucije, umetnici, građani kao potrošači ili korisnici usluga, između 5 i 6 procenata.

Vidik, kao forma okruglog stola, imao je, u analiziranom periodu, jasno personalizovane subjekte. To su bili: sociolog dr Veselin Mitrović, profesor dr Žarko Trebješanin, profesor dr Aleksandar Fatić, aktivista Share fondacije Đorđe Krivokapić, spisateljica Mirjana Đurđević, filozof Ivan Milenković, psihoterapeut Zoran Milivojević, antropološkinja profesorka Nada Sekulić, filozof dr Aleksandar Faić, reditelj Vlatko Ilić, profesor dr Zoran Jevtović, profesor dr Dragan Čalović, filozof Damir Smiljanić, profesor dr Mijat Damjanović, docentkinja Irena Ristić, profesorka dr Nada Sekulić. Raznovrsnost struka, odnosno naučnih disciplina kojima se bave ličnosti koje su bile gosti emisije, govore i o tematskoj širini i visokom nivou rasprave. U ovakvoj emisiji nije moguće posebno evidentirati objekte o kojima je bilo reči, mada su oni, u najširem smislu, naznačeni samim temama.

Sve boje života je emisija u kojoj su u posmatranom periodu subjekti priloga bili najčešće stručnjaci iz raznih oblasti. Njih je bilo 36%, dok je subjekata iz kulturnih institucija bilo 23%, stranih subjekata 12%, a subjekata iz oblasti obrazovanja 6%. Svi ostali su svrstani u kategoriju „drugo” i blo ih je 23%. Ovo je retka emisija u kojoj su se žene našle u ulozi subjekata priloga više nego muškarci. Žena je bilo 60%, muškaraca

38%, a 2% je bilo neidentifikovano. I ovo je bila emisija u kojoj je teško bilo personalizovati objekte priloga jer se govorilo o roditeljima, fobijama, knjigama, dijetama, hlebu, smehu... Ovakvi predmeti razgovora su kao objekti klasifikovani pod „neko drugi”, što je evidentirano u 33% slučajeva. U 22% slučajeva kao objekti su se pojavljivale ličnosti iz oblasti kulture, znatno manje iz oblasti obrazovanja, zatim tinejdžeri i drugi. Odnos subjekata prema objektima je u 63% slučajeva bio pozitivan u 22% neutralan, a u 15% i pozitivan i negativan.

3. Školski – dečiji program

3.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Redakcija školskog programa RTS-a ove godine obeležava 50 godina rada. Emisije koje su ih obeležile bile su *Tvoja čitanka*, *Hemija u praksi*, *Galilej*, *Šampion vas upozna sa automobilom*, *Ocene se nigde ne beleže*, *Kocka, kocka, kockica*, kao i brojne druge. U programskim blokovima koji su obuhvaćeni monitoringom školski program je, kao program kolažnog tipa, bio sastavljen iz nekoliko segmenata – emisija među kojima su: crtani filmovi, *Mali dnevnik*, *Kocka, kocka, kockica*, *Metla bez drške* i razni edukativni sadržaji. Školski program se emituje na drugom programu Radio televizije Srbije radnim danima oko 07.30 č. i traje oko 150 minuta. Termin početka i dužina variraju. **Školski/dečiji** program RTS-a je kvalitetan sa stanovišta edukativnosti i zanimljivosti, a i u pogledu vrednosti koje promovise, a to su u najvećoj meri ljubav, prijateljstvo, znanje i učenje. Ove vrednosti su lajtmotiv većine crtanih filmova emitovanih u sklopu školskog programa (*Kalimero*, *Snupi*, *Kloi*, *Džoni Test*, *Lav Leon*). Sadržaji koje produkuje RTS, su: *Mali dnevnik*, repriza *Metle bez drške*, kao i repriza emisije *Kocka, kocka, kockica* i drugi. Skoro polovina emisija namenjena je deci uzrasta do 7 godina. Crtani filmovi su u svakoj emisiji prisutni, a namenjeni su deci tog uzrasta. Po četvrtina je onih koje se obraćaju deci do 10 i 12 godina, dok je najmanje onih čija su ciljna grupa tinejdžeri, svega 5%.

Korpus: U okviru monitoringa koji je sproveden od januara do juna 2016. godine, analizirano je šest emisija koje su emitovane na

Drugom programu Radio televizije Srbije. Istraživački korpus su činile emisije sledećih datuma: 25. januara, 23. februara, 2. marta, 11. aprila, 25. maja, 20. juna, što je ukupno činilo oko 600 minuta programa, tačnije 10 sati programa.

3.2. Žanrovske forme priloga

S obzirom da je reč o školskom – dečijem programu, razumljivo je da se radi o drugačijim žanrovima nego u ostalim emisijama. Ovde je najzastupljenija forma priča/bajka 31%, zatim intervju 25%, skeč 13% pa gost u studiju 6%. Razni drugi oblici i forme sadržaja čine preostalu četvrtinu priloga.

3.3. Tematska raznovrsnost

Zanimljivo je da su lični odnosi – odnosi između dece, bili tema najvećeg broja priloga, 42%. Učenje kroz igru je na drugom mestu sa 22%, odrastanje i razvoj ličnosti na trećem sa 17%, a zatim svakodnevni život sa 6%. Ostale teme zbirno obuhvataju 13% priloga.

3.4. Raznovrsnost aktera priloga

Vrlo je važan podatak da su u velikom broju priloga, čak 69% deca bila subjekti raznih sadržaja. Kada se tome doda i mali procenat tinejdžera koji su posebno klasifikovani sa 3% vidi se da su oni kojima je emisija posvećena bili dominantni učesnici. Stručnjaka je bilo 19%, a nastavnog osoblja 3% dok su svi ostali subjekti različitog profila klasifikovani sa „ostalo” i bilo ih je 6%. U skoro istom procentu u kome su bili subjekti, deca i tinejdžeri su bili i objekti raznih sadržaja, ukupno 73%. Kao objekti o kojima se govorilo evidentirani su i umetnici i junaci pop kulture i video igara.

4. Dokumentarni program

4.1. Medijsi format i povod za produkciju sadržaja

Trag je emisija na Prvom programu televizije RTS čiji se termin menja, a traje nešto manje od pola sata. Po novinarskom pristupu to je uglavnom putopisna reportaža, a, s obzirom na teme koje se obrađuju i korišćene metode, emisija je najpribližnija dokumentarnom formatu. O tome svedoči upotreba arhivskih snimaka, starih fotografija, mapa, dokumenata, istorijskih podataka, svedočenja eksperata koji poznaju prošlost. Povod je skoro u potpunosti medijska inicijativa autorskog tima, koji, po nekad, sadržaj planira i priprema i na osnovu aktuelnog događaja, uglavnom godišnjice, nekog od značajnih istorijskih događaja.

Korpus: Monitoring je obuhvatio sledeće emisije *Trag* u prvih šest meseci 2016. godine: 7. januar, 3. februar, 30. mart, 27. april, 11. maj, 29. jun (reprizirana emisija od 11. maja)

Kvadratura kruga je dokumentarna emisija Prvog programa televizije RTS koja se emituje subotom oko 18.30 časova, a traje nešto manje od pola sata. Ovo je programski segment koji metodom dokumentarne reportaže obrađuje širok spektar tema: portreta, istorijskih tema, zanimljivih građevina i gradova, predela, naroda. Emisije su ili monotematske ili se mogu videti dve dokumentarne reportaže na različite teme. Budući da se radi o izrazito autorskoj emisiji, svi povodi za obradu pojedinih tema su medijska, dakle, uređivačko autorska inicijativa. Sadržaji su tako obrađeni da su u velikoj meri informativni i edukativni. Insistirajući na značaju tradicije i afirmaciji nacionalne kulturne baštine i njenih dostignuća, autor emisije *Kvadratura kruga* Branko Stanković bira teme i sagovornike od kojih gledalac sazna informaciju više nego inače. Očuvanje tradicije, istorije i stvaralaštva domaćih znamenitih ličnosti iz različitih društvenih sfera, ali i ukazivanje na lepotu i bogatstvo inostranih gradova i predela, vrednosti su na kojima ovaj autor insistira.

Korpus: Monitoringom su obuhvaćene emisije: 30. januara, 20. februara, 19. marta, 9. aprila, 21. maja i 4. juna. 2016. godine.

Trezor je na neki način emisija televizijske retrospektive ili emisija o samoj televiziji. Ona prikazuje stare programske projekte, realizovane pre više decenija, od kojih neki nisu bili ni dovršeni. Najčešće se prikazuju stare emisije i o njima vodi razgovor sa kompetentnim sagovornicima koji su stručni ili za sadržaj ili za tehnološki aspekt proizvodnje TV programa. U nekim emisijama, stari snimci, reprizirane emisije, govore sami o sebi. Time se dokumentuju etape razvoja televizijskog programa kod nas i podseća na zanimljive sadržaje koji su nekada produkovani. I ova emisija je autorska pa je povod za obradu pojedinih tema u najvećoj meri medijska, odnosno uređivačka inicijativa.

Korpus: Emisija *Trezor* monitorovana je u prvih šest meseci 2016. godine u sledećim terminima: 23. februar, 2. mart, 31. mart, 7. april, 20. jun.

TV lica kao sav normalan svet je emisija koju nije jednostavno svrstati u određenu kategoriju, ili tematsko usmerenje, ali neće biti pogrešno ako je uvrstimo u dokumentarne emisije, koje su sve redom, koncipirane kao portret, odnosno profil. Ona na opušten način, uglavnom u formi intervjua, ali i uz korišćenje izvornih i arhivskih snimaka, svedoči o pojedinim ličnostima, uglavnom iz sveta kulture iz oblasti muzike, književnosti, pozorišta, slikarstva i ostalih grana umetnosti. Tako nastaju dokumeti o velikanima, odnosno vrlo poznatim ličnostima, iz raznih oblasti stvaralaštva, koji imaju i informativnu i edukativnu funkciju. Pošto se radi o izrazito autorskoj emisiji koju redovno priprema novinarka Tanja Peternek, povodi za razgovore sa pojedinim ličnostima su njen izbor, koji je ponekad podstaknut i aktuelnim događajem čiji je ta ličnost ključni akter. Takav je slučaj sa našim vaterpolistima, povodom uspeha na Olimpijadi u Riju. Drugi slučaj, događaja kao povoda, je izbor Zlatana Stipšića Džibonija, povodom njegovog predstojećeg koncerta, za šta se može reći da je istovremeno i promotivna emisija. Izuzetno, u emisiji se govori o više ličnosti, koje imaju određene zajedničke osobine, kao što je emisija sa vaterpolistima.

Korpus: Emisija *TV lica kao sav normalan svet* monitorovana je u prvih šest meseci 2016. godine u sledećim terminima: 23. januar, 27. februar, 5. mart, 9. april, 21. maj, 16. jun.

4.2. Tematska raznolikost

Trag je emisija u kojoj kao žanr dominira putopisna dokumentarna reportaža, a teme su raznovrsne. U posmatranom periodu emisija je imala sledeće teme: stvaralaštvo i lik Riste M. Simovića, hroničara i dokumentariste društvene istorije Vranja; nesreća u Vinči, film „Formula za plemenitost, misija i fisija”; planinarska ekspedicija na planinski venac Atlas u Maroku; revitalizacija hidroelektrane u Ovčar Banji i Međuvršju; povlačenje srpske vojske preko Albanije do Krfa.

Kvadratura kruga je u posmatranom periodu imala sledeće teme: Bora Dugić, ličnost našeg najpoznatijeg frulaša; život Srba u Temišvaru, nekad i sad; život osmočlane porodice Krenicki kod Kule; grad Počitelj u Hercegovini; planina Rudnik; grad Gdanjsk u Poljskoj; poljoprivredna škola „Sveti Trifun” u Župi Aleksandrovačkoj; obnova kuće novinara Pere Todorovića kod Smederevske Palanke. Raznovrsnost tema čini emisiju zanimljivom različitim ciljnim grupama.

Trezor je emisija koja tematski podseća na one događaje iz prošlosti koje govore o razvoju televizije i njenom kreativnom stvaralaštvu. U periodu koji je monitorovan, *Trezor* je prikazao: snimak predstave Jugoslovenskog dramskog pozorišta „Mister dolar”, povodom godišnjice prvog prikazivanja na televiziji 1975. godine; raspravu o Sarajevskom procesu posle ubistva austrougarskog prestolonaslednika; svadbu u mahali Podvorce; život i kulturu u selu Ropočevo; reprizu emisije *Mitovi i legende* od pre 29 godina; obeležavanje 79 godina od nastanka prvog računara za globalnu uporebu.

TV lica kao sav normalan svet, kao što naziv emisije kaže, u njoj su teme same ličnosti o kojima se govori i sa kojima se razgovara u emisiji. S obzirom na različite profile i profesije sagovornika i teme su različite i to ne samo zbog toga što se razgovara o profesijama i karijerama tih ličnosti nego i zato što se razgovor širi, na njihov život, detinjstvo, odrastanje, zavičaj, mesto sadašnjeg stanovanja, mišljenja o društvenoj stvarnosti i tome slično.

4.3. Raznolikost aktera priloga

Trag kao subjekte priloga i sadržaja uglavnom ima stručnjake iz raznih oblasti, ljude sa visokim akademskim zvanjima i svedoke određenih zbivanja u prošlosti. U emisijama koje su monitorovane kao subjekti su se pojavili: istoričar prof. dr Ljubodrag Dimić, sin nekadašnjeg hroničara Vranja Riste M. Simonovića, Tomislav Simonović i ljudi koji svedoče o ličnosti koja je tema emisije; u emisiji o nesreći u Vinči govorili su: svedok Radojko Maksić, naučnici, fizičari: Marko N. Ninković, Radmila Smiljanić i gosti iz Užica koji su znali nastradalog Životu Vranića; u emisiji o planinskom vencu Atlas u Maroku, subjekti su bili učesnici ekspedicije iz Srbije i Bosne i Hercegovine; u emisiji o branama u Ovčar Banji i Međuvršju subjekti su bili učesnici na obnovi ovih brana; u emisiji o prelasku srpske vojske preko Albanije, kao subjekti su se pojavili istoričar dr Miroljub Manojlović, član Udruženja potomaka ratnika Slavoljub Stojanović, predsednik Udruženja srpsko-crnogorske manjine u Albaniji Pavle Jakova Brajović.

Kvadratura kruga je kao subjekte priloga imala različite učesnike, od onih koji su govorili o sebi, kao što je slučaj sa muzičarem-frulašem Borom Dugićem; ljudi koji govore o svom životu u Temišvaru, među kojima su i predstavnici kulturnih, obrazovnih i verskih ustanova; članovi porodice Krenjicki; istoričari, radnici, meštani takovskog kraja i planine Rudnik; univerzitetski profesor u Gdanjsku, čovek našeg porekla; profesor i učenici poljoprivredne škole „Sveti Trifun”; novinar i aktivista Udruženja „Vidovača” zaduženi za očuvanje zaostavštine novinara Pere Todorovića.

Trezor kao subjekte emisije ima ili sagovornike koji danas govore i svedoče o događajima iz prošlosti ili subjekte koji su davno snimljeni kao akteri pojedinih televizijskih istorija, a sada se repriziraju delimično ili u celini. U pojedinim emisijama, kao što je repriza pozorišne predstave Jugoslovenskog dramskog pozorišta „Mister dolar”, drugih subjekata i nema sem glumaca koji su nekada igrali u toj predstavi i koji su snimljeni pre oko 40 godina. U ostalim emisijama subjekti su bili istoričari, prof. dr Miloš Ković i prof. dr Draga Mastilović; meštani iz mahale Podvorce i sela Ropočevo; nekadašnji beogradski muftija Muhamed Jusufspahić,

prof. dr Vladeta Janković; prof. dr Srbijanka Turajlić, novinar i pilot Zoran Modli, inženjer Voja Antić, novinar Dejan Ristanović i urednik Naučne redakcije RTS-a Vladimir Jelenković.

TV lica kao sav normalan svet je emisija koja uvek ima po jedan subjekt, izuzetno nekoliko, uz autorku koja vodi razgovor i saopštava važne i zanimljive detalje o sagovorniku. U posmatranom periodu, subjekti, ličnosti kojima je bila posvećena emisija bili su: violinista Nemanja Radulović; psihijatar, antropolog Časlav Hadži Nikolić; pozorišni pisac Zoran Bačić; vaterpolisti Filip Filipović, Andrija Prlainović, Duško Pijetlović, Dušan Mandić; muzičar Zlatan Stipišić Džiboni; glumac Milorad Mandić Manda (repriza povodom smrti glumca).

5. Magazinsko kolažne emisije

Ovakvih emisija ima više na programima televizije RTS i one u širem smislu pripadaju informativnom programu. Zbog njihovih specifičnosti, tematike, često naglašene edukativnosti i načina realizacije, moguće ih je izdvojiti u posebnu, razume se, prilično heterogenu grupu emisija. Monitoringom su obuhvaćene emisije *Profil i profit*, *Tako stoje stvari* i *A sada Rada*.

5.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Profil i profit je polučasovna emisija na Drugom programu televizije RTS koja se emituje subotom u 11.00 časova. Po formatu to je magazin sačinjen od većeg broja priloga koji su svrstani u tematske celine. Emisija je tematski raznovrsna i bavi se: ekonomijom, kulturom, psihologijom i drugim oblastima. Teme su u najvećoj meri izbor uređivačkog tima, što znači da kao povod dominira medijska inicijativa u 75% slučajeva, a ostali prilozi za povod imaju aktuelne i buduće događaje.

Korpus: U okviru monitoringa koji je sproveden od januara do juna 2016. godine, analizirane su četiri emisije koje su emitovane u istom terminu subotom od 11.00 časova na Drugom programu Radio televizije Srbije. Istraživački korpus su činile emisije emitovane sledećih datuma: 30. januara, 27. februara, 5. marta, i 21. maja, što je ukupno činilo oko 120 minuta programa, tačnije približno 2 sata programa.

Tako stoje stvari je kolažno-magazinska emisija koja je na Prvom programu televizije RTS radnim danom u 10.00 časova i traje dva sata. Obiluje velikim brojem priloga na različite teme, što dužina emisije omogućava. Tematski spektar je širok: spoljna politika, ekologija, sport, kultura, kinematografija, knjige, život u lokanoj zajednici. Najčešće se završava rubrikom *5 do 12* koja je posvećena mlađoj deci i tinejdžerima, a rađena je na originalan način. U ovoj emisiji je medijska inicijativa još više prisutna kao povod za pojedine priloge, čak 79%. Aktuelni i budući događaji su povod u 20% slučajeva, a zabeležen je samo jedan prilog kao pseudodogađaj.

Korpus: Analizom je obuhvaćeno 12 emisija, koje su emitovane: 18. januara, 3. i 17. februara, 3, 16. i 28. marta, 12. i 27. aprila, 12. i 27. maja, 6. i 21. juna. Ukupno trajanje monitorovanog materijala je 19 sati 13 minuta i 30 sekundi. Za to vreme emitovana su 184 priloga.

A sada Rada, takođe kolažno-magazinskog tipa, emisija koja je na Prvom programu televizije RTS nedeljom u 17.00 časova i traje sat i 30 minuta. Prema mestu u programskoj šemi (nedelja popodne) moglo bi se zaključiti da se radi o svojevrsnom porodičnom magazinu, što potvrđuje i izbor tema i način realizacije emisije. Emisija ima svoje stalne rubrike, odnosno segmente, kao što su: kuhinja, bašta, transformacija, ugao za muziku. Svaka emisija ima goste u studiju, a takođe i publiku čija je uloga aktivna jer učestvuje u razgovoru. Kako sama autorka Rada Đurić navodi, radi se o ženskoj emisiji posvećenoj i muškarcima. Ovde je medijska, odnosno autorska inicijativa još u većoj meri povod za pojedine priloge i to 85% dok je aktuelni ili budući događaj povod u 15% slučajeva. To je sasvim razumljivo jer se radi o tipičnoj autorskoj emisiji koja je personalizovana i u samom nazivu.

Korpus: Obuhvaćeno je šest meseci, odnosno šest emisija od januara do juna, odnosno šest puta po 90 minuta, ukupno devet sati. Određeni datumi za monitoring bili su: 24. januar, 28. i 2. februar, 6. mart, 10. april, 22. maj i 26. jun. Od ovog korpusa je odstupano dva puta. Naime, emisija 6. 3. 2016. godine nije emitovana, pa je ona zamenjena sa izdanjem od 13. 3. 2016. godine. Takođe, sezona je završena u maju mesecu, tako da junska emisija ne postoji, te je predviđena epizoda 26. 6.

zamenjena sa epizodom od 29. 5. 2016. koja je poslednja epizoda u ovoj sezoni emisije.

5.2. Žanrovske forme priloga

Profil i profit je emisija koja ima vrlo visok procenat složenih novinarskih žanrova, kao što su tematski prilog/paket 32% i isto toliko intervjua. Autorskih izveštaja je bilo 11%, vesti, izjava i saopštenja 5%. Veliki broj priloga, 74%, imao je i aktuelni audio/video snimak, što govori o profesionalnom odnosu i korišćenju svih prednosti medija.

Tako stoje stvari, emisija koja obiluje hibridnim oblicima novinarskog izraza koji ne pripadaju, strogo uzev, precizno određenim žanrovskim formama. Među njima su kombinacije direktnih uključenja koje kombinuju izveštaj i intevju ili najavljuju buduće događaje, prilozi koji su na granici izveštaja i paketa ili nepotpuni tematski paketi i reportaže. Takvih priloga je bilo 39%. Intervju je zabeležen u 28% slučajeva, autorski izveštaj 13%, tematski prilog – paket 10%, a reportaža 9%. Najkraće faktografske forme, vest, izjava i saopštenje bile su zastupljene samo u jednom procentu. U 57% slučajeva prilog je sadržao i aktuelni audio/video snimak, korišćen je arhivski snimak 7% i nemi snimak 4%.

A sada Rada je emisija koja je u najvećoj meri konverzaciona, dakle dominira forma intervjua, sa jednim ili više sagovornika u 57% slučajeva. Ostale novinarske forme koje su uočene u posmatranom periodu bile su: reportaža 25%, tematski prilog-paket 8% i vest, izjava, saopštenje 5%. Raznih, neodređenih formi bilo je 5%. U slučaju ove emisije, pošto dominira razgovor u studiju sa 66%, aktuelnih audio/video snimaka je bilo 33%, dok su u jednom procentu zabeleženi: slajdovi, mape, grafikoni.

5.3. Temaska raznovrsnost

Profil i profit je naslov emisije koji na neki način znači i tematsko usmerenje, jer dominiraju prilozi koji govore o ekonomiji i poljoprivredi 47%. Na drugom mestu su teme iz oblasti politike 21%, na trećem iz kulture 11%, a svet i region i svet-Srbija su prisutni sa po 5% priloga. Razne ostale teme zbirno čine 11% priloga.

Tako stoje stvari je programski segment sa velikim brojem raznovrsnih tema od koje ni jedna ne dominira naročito, tako da najviše ima priloga iz oblasti kulture, 16%, zatim onih o religiji, istoriji, svečanim protokolarnim događajima, novim tehnologijama. Zabeleženi su i sadržaji koji govore o rodnoj ravnopravnosti, natalitetu, deci sa ulice, Srbima u dijaspori, obrazovanju, nauci, medijima i informisanju. Kada se grupišu te oblasti, procentualno su zastupljene između 12% i 13%, što govori o tematskoj ujednačenosti i raznovrsnosti.

A sada Rada je emisija u kojoj je tematski okvir takođe širok, a mnogi prilozi i delovi emisije su takvi da se u njima prepliću različite teme od politike do kuvanja. Veliki broj sadržaja je višetematski pa je takvih priloga zabeleženo 47%. Emisija pokreće i socijalne teme, teme iz oblasti sporta, rekreacije, kriminala, korupcije, obrazovanja, politike, medija, zdravlja ekonomije, poljoprivrede.

5.4. Raznolikost aktera priloga

Profil i profit je emisija u kojoj, kao što je rečeno, dominiraju teme iz oblasti ekonomije i poljoprivrede, pa srazmerno tome naveći broj subjekata koji se pojavljuju u priložima jesu stručnjaci raznih profila, 30%. Emisija, raznim povodima, komunicira sa građanima, od učesnika u kulturnim manifestacijama, do onih koji predstavljaju lična iskustva u korišćenju tehnologije, traženju posla, studiranja i drugih oblasti života, tako da se građani pojavljuju kao subjekti u 23% slučajeva. Strani i međunarodni subjekti su prisutni u 17% slučajeva, informativne institucije u 13%, a institucije republičke vlasti i ekonomski subjekti sa po 7%. Subjekti se u 93% slučajeva vide i čuju, a u znatno manjem procentu su citirani ili samo pomenuti imenom. Muških subjekata u ovoj emisiji je bilo 63%, a ženskih 33%, dok je jedan mali procenat neidentifikovanih subjekata. Među objektima, o kojima je bilo reči u priložima, najviše je građana, odnosno 30%, zatim institucija republičke vlasti 21% stranih i međunarodnih aktera 18% ekonomskih aktera 15%, a ostali objekti o kojima je bilo reči su predstavnici posebnih društvenih grupa i drugi akteri. Vrednovanje objekata od strane subjekata je u 42% slučajeva pozitivno, a u 18% negativno i isto toliko neutralno. Veliki procenat, 21% slučajeva je vrednovanje i pozitivno i negativno.

Tako stoje stvari, emisija sa velikim brojem tema i priloga, srazmerno tome ima i veliki broj različitih subjekata koji izmiču kategorisanju kakvo je uobičajeno u metodologiji istraživanja. Zato subjekata koji su grupisani kao „ostalo” ima najviše, tačnije 47%. Ostali, preciznije kategorisani subjekati, zastupljeni su približno ujednačeno. Informativne institucije 14%, strani i međunarodni subjekti 13%, privatni sektor 12%, građani kao glas naroda, 8% i zdravstvene institucije 6%. U 94% slučajeva subjekti su predstavljeni audio/video zapisom, što je veoma dobro sa stanovišta prezentacije i učesnika i samih tema. Subjekti su po polu nešto ravnomernije zastupljeni nego u drugim emisijama. Muških subjekata je 56%, a ženskih 42%. I objekti priloga su slično kategorisani kao subjekti jer je raznih aktera ili predmeta razgovora koji se ne mogu uže klasifikovati, kao veća grupa objekata, bilo 48%. Među njima su: mediji, novinari, građani, zdravstvene institucije, deca, javni sektor, izvršna vlast, studenti, vojska, policija, verske institucije, stručnjaci, penzioneri i drugi. Ostalih objekata koji mogu u nešto većem broju da se grupišu, bilo je: stranih i međunarodnih objekata 22%, privatnog sektora 11%, kulturnih institucija i umetnika 9%, a isto toliko i sportskih i rekreativnih institucija. Vrednosni odnos subjekta prema objektima je bio 53% pozitivan, 32% neutralan, 11% negativan i 4% i pozitivan i negativan.

A sada Rada je emisija koja ima veliki broj različitih subjekata, pa tako i ovde imamo jednu veliku grupu raznorodnih aktera koji čine 37% subjekata priloga. Ostalih subjekata, koji se mogu grupisati po sličnim karakteristikama, bilo je: ekonomskih subjekata iz privatnog sektora 19%, predstavnika kulturnih institucija i umetnika 14%, raznih stručnjaka 13%, građana 10% i predstavnika udruženja građana 7%. Svi subjekti su predstavljeni audio/vizuelno, a ono što je posebna specifičnost emisije, koja uostalom proizilazi iz njenog koncepta, jeste da je polna zastupljenost subjekata 72% prema 28% u korist žena. To je jedan od retkih primera dominacije žena kao aktera priloga i segmenata emisije. Objekti koji pripadaju vrlo različitim profilima, strukama i aktivnostima čine raznorodnu grupu koja obuhvata 49% ovih aktera. U znatno manje grupe objekata mogu se grupisati građani, predstavnici kulturnih institucija i umetnici, predstavnici zdravstvenih institucija, studenti i ostali akteri. Odnos subjekata prema objektima, u ovoj emisiji je u 44% slučajeva pozitivan, u 43% slučajeva neutralan, negativan samo u 5%, a istovremeno i pozitivan i negativan u 8% slučajeva.

6. Emisija o odbrani

6.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Dozvolite je emisija na Drugom programu televizije RTS nedeljom u 13 časova, a traje 30 minuta. Posvećena je odbrani, bezbednosti, životu i radu vojnika Vojske Srbije, pojedinim jednicama, vojnoj industriji, istorijskim temama koje su vezane za vojsku i odbranu zemlje. Može se reći da je to informativno-dokumentarni format emisije koju zajedno realizuju RTS i Vojno-filmski centar „Zastava film”. U najvećem broju priloga, što čini 62% govori se o aktuelnim ili budućim događajima, medijska inicijativa je povod u 32% slučajeva, a pseudodogađaji u 6% slučajeva.

Korpus: Istraživano je ukupno 5 emisija. Analizirane emisije emitovane su 24. januara, 28. februara, 6. marta, 10. aprila i 26. juna. Ukupno trajanje analiziranog materijala je 2 sata i 31 minut. Za to vreme emtovan je 51 prilog.

6.2. Žanrovska raznovrsnost

Emisija *Dozvolite*, u posmatranom periodu, imala je najviše kratkih novinarskih formi kao što su vest, izjava, saopštenje čak 61%. Reportaža je bilo 16%, a raznih drugih formi, uglavnom hibridnih ili onih koje se ne mogu precizno žanrovski kategorisati bilo je 23%. Tu spadaju i prilozi koji imaju promotivni i reklamni karakter, informacije o karakteristikama oružja i slično. Prilozi su u velikoj meri praćeni snimcima, s tim što je 57% bilo video snimaka bez tona, a 24% audio/video snimaka. U jednom broju priloga korišćeni su i arhivski snimci.

6.3. Tematska raznovrsnost

Tematski jasno usmerena, emisija *Dozvolite*, sadrži veliki broj podtema među kojima je u periodu koji je uzet za analizu, bilo najviše priloga o međunarodnoj saradnji, 22%; zatim o domaćim zbivanjima kao što su: jubileji, vojnoobaveštajna agencija, vojnomedicinska akademija, otvaranje pogona vojne industrije, 20%; borbena gotovost 16%; vojno

škولstvo 14%; istorija i tradicija vojske 10%. U „ostalo” što zbirno predstavlja 18% priloga, spadaju sledeće teme: uloga vojske u ratovima devedesetih; sport u vojsci; kultura; zaštita ljudskih prava u vojsci, aktivnosti Ministarstva odbrane, uslovi života i rada u vojsci i vojno informisanje.

6.4. Raznovrsnost aktera priloga

Logično je da je subjekata raznih priloga bilo najviše iz same vojske, 24%. Među subjektima su i predstavnici Ministarstva odbrane 15%, strani i međunarodni subjekti 11%, rukovodeći vojni organi 10%, a kao „drugo i ostalo” grupisani su: kustosi, autori knjiga, državni funkcioneri, novinari, vojni penzioneri, stručnjaci, predstavnici udruženja građana. Što se tiče načina prezentacije subjekata 45% je samo pomenuto, a 43% se vidi i čuje što znači da je predstavljeno i u verziji audio/video. Pol subjekata je dominantno muški, 75%, dok žena ima svega 5%. U 19% slučajeva, prema sadržaju priloga, nije moguće identifikovati pol, a u 2% slučajeva subjekt je grupno-mešoviti. Vrednovanje objekata od strane subjekata je 53% pozitivno, 42% neutralno, a 5% negativno.

7. Emisija za poljoprivrednike

7.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Znanje imanje je informativna emisija namenjena pre svega poljoprivrednicima, ali i široj zainteresovanoj publici. Ona je na Prvom programu televizije RTS nedeljom od 11.00 časova i traje jedan sat. Posvećena je poljoprivrednoj proizvodnji, ali još više životu ljudi na selu, pa najveći broj sadržaja govori o seoskim domaćinstvima. Povod za priloge i sadržaje je zato mnogo više medijska inicijativa, 66%, dok se kao povod za novinarske priloge, aktuelni i budući događaj javlja u 23% slučajeva dok su pseudodogađaji zastupljeni sa 11%. Pored jedinstvenog, autentičnog prikaza svakodnevice života u srpskim selima *Znanje imanje* je prilika da se upoznamo sa nekim drugačijim prioritetima, principima i tempom života. Njena vrednost je i u promociji seoskog turizma, jer

neretko seoska imanja, osim dela u kom se bave proizvodnjom određenih poljoprivrednih kultura imaju i deo namenjen seoskom turizmu ili su u pitanju ona domaćinstva koja su se za to specijalizirala. Tada se gledaoci upoznaju i sa tradicionalnim načinom pripreme mnogih jela, starim zanatima i načinima tkanja, pletenja, veza i sličnog, po čemu se može reći da ova emisija ima i kulturnu vrednost.

Korpus: U okviru monitoringa koji je sproveden od januara do juna 2016. godine, analizirano je šest emisija koje su emitovane u terminu od 11.00 časova nedeljom na prvom programu Radio televizije Srbije. Istraživački korpus su činile emisije emitovane sledećih datuma: 31. januara, 28. februara, 6. marta, 10. aprila, 22. maja i 26. juna, što je ukupno činilo oko 360 minuta programa, tačnije ukupno 6 sati.

7.2. Žanrovske forme priloga

U skladu sa koncepcijom emisije u njoj dominiraju složene novinarske forme, za koje se smatra da su istraživačke i analitičke i da svestrano prikazuju određen događaj, pojavu, proces, ljude. Tematski prilog/paket je zabeležen u čak 66% slučajeva, što je retko u informativnim emisijama pa i onim mozaičkim i kolažnim. To je dobar pokazatelj jer svedoči o sveobuhvatnosti pristupa pojedinim temama. Iako je znatno manje zastupljena, reportaža, kao složena forma, je na drugom mestu u ovoj emisiji sa 14% priloga. Najkraće faktografske forme: vest, izveštaj, saopštenje, zastupljene su sa 11%, autorski izveštaj sa 7%, dok su razni drugi oblici sadržaja prisutni u 2% slučajeva.

7.3. Tematska raznovrsnost

Tematski spektar je sav u skladu sa nazivom emisije. Raznovrsne teme koje govore o porodičnim domaćinstvima i poljoprivrednim gazdinstvima su najčešće i ima ih 43%. Proizvodnja pojedinačnih poljoprivrednih proizvoda – individualna iskustva, kao tema pojavljuje se u 25% slučajeva, svakodnevni život na selu u 14%, stanje/razvoj poljoprivrede u pojedinim oblastima u 9%, slučajeva a isto toliko puta zabeležena je tema o novim proizvodnim tehnologijama. Korišćenje produkcijske tehnologije u ovoj emisiji je maksimalno, jer apsolutno svi prilozi imaju aktuelni audio/video snimak.

7.4. Raznovrsnost aktera priloga

Sasvim saglasno konceptu emisije, kao subjekti pojedinih priloga u najvećoj meri se pojavljuju individualni poljoprivredni proizvođači, u 39% slučajeva. Stručnjaci se pojavljuju u 18% slučajeva, građani u 12%, drugi ekonomski subjekti i udruženja poljoprivrednika u po 7% slučajeva. Ostalih subjekata, među koje spadaju: predstavnici Ministarstva poljoprivrede, stručnjaci i drugi, zbirno čine 18% subjekata. U skladu sa stopostotnim prisustvom aktualnih audio/video snimaka u obradi tema, i svi subjekti priloga se vide i čuju, dakle prisutni su audio/vizuelnim prezentacijama. Pol subjekata je naglašeno muški, u 81% slučajeva, dok ženskih subjekata ima 19%. Kao objekti priloga i sadržaja u još većoj meri se pojavljuju individualni poljoprivredni proizvođači, 55%, građana je 14%, institucija republičke vlasti i izabranih funkcionera 6%, a isto toliko i udruženja poljoprivrednika, a ostalih objekata 14%. Vrednosni odnos subjekata prema objektima je u 70% slučajeva pozitivan, 26% neutralan, u samo 3% negativan, a 1% i negativan i pozitivan.

8. Emisija posvećena nacionalnim manjinama

8.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Građanin je emisija kolažnog tipa u kojoj se emituju prilozima o životu članova manjinskih etničkih zajednica iz raznih delova zemlje. Na programu je jednom nedeljno, utorkom, uglavnom oko 14.00 časova, mada se može naći i u drugom terminu istog dana. Emisija traje oko 30 minuta i sadrži priloge, uglavnom analitičko-istraživačkog karaktera, koji govore o životu i problemima nacionalnih manjina. Najveći deo emisija je na srpskom jeziku, a ima priloga u kojima se mogu čuti manjinski jezici. U periodu u kome je emisija analizirana, od manjinskih jezika čuo se u 4 priloga mađarski, u 3 priloga bošnjački, u jednom bunjevački, mada bez uočenih jezičkih specifičnosti, jer novinar govori srpski i jednom se svega 13 sekundi čuo rusinski jezik. Kada novinar i njegovi sagovornici govore mađarski, na ekranu se može čitati srpski prevod. Ni jednom se nije čuo rumunski, vlaški, bugarski, albanski, romski i ostali manjinski jezici. S

obzirom na to da emisija govori o životu i radu pripadnika manjinskih zajednica polovina priloga (51%) ima za povod aktuelni ili budući događaj, a samo nešto manje je rezultat medijske inicijative.

Korpus: U okviru monitoringa koji je sproveden od januara do juna 2016. godine, analizirano je šest emisija koje su emitovane u istom terminu subotom od 13.30 časova na Drugom programu Radio televizije Srbije. Istraživački korpus su činile emisije emitovane sledećih datuma: 19. januara, 23. februara, 15. marta, 5. aprila, 17. aprila, 28. juna, što je ukupno činilo oko 270 minuta programa, tačnije približno 4 i po sata programa.

8.2. Žanrovske forme priloga

Složeni novinarski žanr, tematski prilog/paket dominira u ovoj emisiji jer se javlja u 78% slučajeva. Na drugom mestu je autorski izveštaj 14%, a na trećem reportaža 8%. Ostali žanrovi nisu zabeleženi u periodu koji je obuhvaćen monitoringom. U tehnološkom smislu, prilozima su u vrlo visokom procentu, čak 97% opremljeni aktuelnim audio/video snimcima, što je veoma pohvalno. I preostala 3% priloga su u tom smislu solidno prezentirana jer je korišćeno telefonsko uključanje sa mesta događaja.

8.3. Tematska raznovrsnost

Emisija *Građanin* je višetematska, ali dominiraju prilozima koji govore o kulturi u 41% slučajeva. Gluma, muzika, folklor, poezija i drugi oblici kulturnog stvaralaštva, ilustruju život i običaje predstavnika nacionalnih manjina i njihov identitet. Razne socijalne teme prisutne su u 24% slučajeva, obrazovanje u 11%, dok su teme koje govore o zbivanjima u svetu i regionu i one koje govore o relaciji svet-Srbija zastupljene u 8% priloga.

8.4. Raznovrsnost aktera priloga

U emisiji *Građanin* kao subjekti priloga najčešće su se javljali građani, pojedinci u 33% slučajeva. Od predstavnika nacionalnih manjina bili su zastupljeni: Albanci, Bošnjaci, Mađari, Vlasi, Romi, Rusini.

Posebne društvene grupe bile su zastupljene u 14% slučajeva, stručnjaci u 8%, kulturne institucije i umetnici u 7%, a udruženja građana u 4% slučajeva. Oko trećinu subjekata čine svi ostali subjekti zbirno. Muških subjekata je bilo 64%, a ženskih 36%. Svi su bili prezentirani slikom i tonom. Građani, predstavnici pojedinih manjinskih naroda, dominirali su i kao objekti priloga, ali manje nego kao subjekti. O njima se govorilo u 21% priloga. Obrazovne i naučne institucije bile su objekti priloga u 19% slučajeva, kulturne institucije i umetnici u 17%, posebne društvene grupe u 14% i institucije nacionalnih manjina u 7% slučajeva. Ostatak, oko jedne petine, zabeleženi su razni drugi objekti o kojima se govorilo. Dominirao je pozitivan odnos subjekata prema objektima 52%, neutralan 32%, negativan 8% i isto toliko istovremeno i negativan i pozitivan.

9. Informativna emisija o sportu

9.1. Medijski format i povod za produkciju sadržaja

Sportski dnevnik se emituje na prvom programu televizije RTS radnim danom posle *Dnevnika 3* i *Kulturnog dnevnika*, oko 23.00 časa. Emisija traje 15 minuta i detaljno obaveštava gledaoce o sportskim događajima i zanimljivostima. Ova emisija, koju pripremaju članovi sportske redakcije, zajedno sa dopisnicima, omogućava da publika bude potpunije obaveštena o onim događajima i temama o kojima nije bilo moguće dati širu informaciju u *Dnevniku*. Da se radi o tipičnoj dnevnoj informativnoj emisiji dokaz je činjenica da je povod za određene priloge u 97% aktuelni događaj ili najava budućeg događaja. Zabeleženo je 3% pseudodogađaja i nijedna medijska inicijativa.

Korpus: U okviru monitoringa koji je sproveden od januara do juna 2016. godine, analizirano je šest emisija koje su emitovane u terminu od 23 časa radnim danima na prvom programu Radio televizije Srbije. Istraživački korpus su činile emisije emitovane sledećih datuma: 25. januara, 23. februara, 2. marta, 7. aprila, 23. aprila i 20. juna, što je ukupno činilo oko 90 minuta programa, tačnije ukupno sat i po.

9.2. Žanrovske forme priloga

Opet u skladu sa konceptom emisije od žanrova dominiraju osnovne faktografske forme vest 65% i autorski izveštaj 27%. Snimljena izjava, tematski prilog/paket i komentar su podjednako zastupljeni, sva tri žanra sa po 3%. Prilozi su vrlo obilato podržani tonom i slikom, tako da je čak 59% priloga sa aktuelnim audio/video snimkom, 11% sa arhivskim snimkom, 8% sa aktuelnim video snimkom bez tona, a u 16% slučajeva vidi se samo TV lice koje prezentira informaciju.

9.3. Tematska raznovrsnost

Tematika emisije, je kao što joj naziv kaže, usmerena na sport i to, uglavnom, na aktuelne dnevne događaje, pa zato 68% priloga govori o onome što se upravo zbilo, a još 22% o sportskim događajima koji tek treba da se dogode, što je ukupno 90%. Teme kao što su: ekonomski i socijalni položaj sportista; trendovi u sportu; sportska publika; proslave i nagrade, zastupljene su pojedinačno sa po nešto manje od 3%. Od različitih sportova najviše je bio zastupljen fudbal u 43% priloga, košarka i tenis sa po 14%, rukomet u 5% slučajeva, a svi ostali sportovi zajedno, bili su pominjani u 24% priloga.

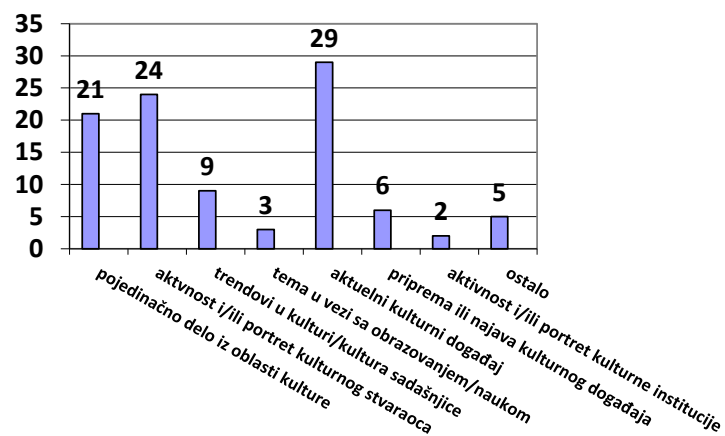
9.4. Raznovrsnost aktera priloga

Pojedinačni sportisti su se najviše pojavljivali u ulozi subjekta priloga emisije *Sportski dnevnik*, u 38% slučajeva. U posmatranom periodu to su najviše bili teniseri: Novak Đoković, Viktor Troicki, Luka Mitrović i drugi. Predstavnici sportskih klubova su na drugom mestu sa 27% subjekata, zatim slede strani i međunarodni subjekti 13% razni sportski stručnjaci 9% republičke sportske organizacije 7% i ostali 6%. Pol subjekta je u 76% slučajeva bio muški, a u samo 6% ženski, mešovitih grupnih subjekata je bilo 15%, a neidentifikovanih 4%. Objekti o kojima se govorilo u priložima bili su najviše sportski klubovi, timovi, reprezentacije 40%; pojedini sportisti, igrači 23%; republičke sportske institucije 8%, a svi ostali zajedno 16%. Odnos subjekata prema objektima bio je u 47% slučajeva pozitivan, u 27% neutralan, a u 16% negativan i 10% i pozitivan i negativan.

Televizija RTS - zaključci

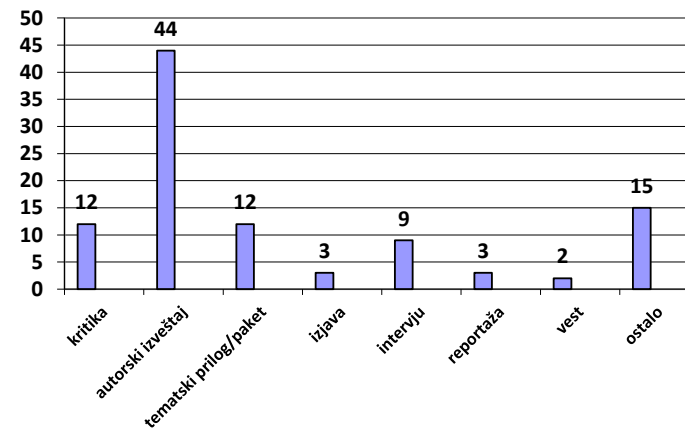
Televizija RTS je deo republičkog javnog servisa koji, kao i radio, napreduje u svojoj transformaciji od nekadašnje državne televizije u javni servis. Može se zaključiti da je najveći deo organizacionih, infrastrukturnih, produkcijiskih problema nastalih devedesetih godina prošlog veka, prevaziđen. I u televiziji se vidi spoj velikog medijskog iskustva stvaranog decenijama, sa savremenim medijskim tendencijama koje donose nove tehnološke mogućnosti i nastojanja da se zadovolje novi zahtevi publike. Televizija je tehnološki osavremenjena, pre svega prelaskom na digitalno emitovanje signala, kao i korišćenjem HD tehnologije koja se još ne primenjuje u celokupnoj proizvodnji programa. Napredak u kvalitetu sadržaja, kao i u tehničkom kvalitetu slike i tona je očigledan. Posle eksperimentisanja sa digitalnom tehnologijom, na kanalu RTS digital, ovaj kanal je postao treći kanal RTS-a namenjen prevashodno kulturi i umetnosti što je značilo značajno proširenje programske ponude.

Programski sadržaji televizije RTS su raznovrsni, kao što se od javnog servisa i očekuje. Pored informativnog programa u užem smislu (što je predmet posebnog dela izveštaja) ostali sadržaji koji su bili obuhvaćeni monitoringom su takođe raznovrsni i tematski i žanrovski. Za ilustraciju će i ovde poslužiti tematski spektar iz emisija namenjenih kulturi.



Grafikon 3. Teme u emisijama iz oblasti kulture (televizija)

S obzirom na potrebu informisanja gledalaca o događajima iz oblasti kulture i umetnosti, logično je što među žanrovima dominira izveštaj, ali je i ovde vidljiva žanrovska raznovrsnost.



Grafikon 4. Žanrovi u emisijama posvećenim kulturi (televizija)

Program namenjen kulturi i umetnosti je vrlo sadržajan, od emisija koje su dnevne informativne do onih koje su analitičke, polemičke i dublje se bave pojedinim fenomenima. Dokumentarni program je takođe veoma kvalitetan, a obrađuje važne i zanimljive teme iz prošlosti i sadašnjosti, kojima se svedoči o ljudima, pojavama, događajima, predelima, gradovima. Obrazovni program pruža mogućnosti kvalitetne edukacije za različite ciljne grupe, različitog uzrasta, stepena obrazovanja, pola i interesovanja. Mozaičke i kolažne emisije koje su zamišljene kao višetematske panorame, programi za porodicu ili za specifične ciljne grupe, su takođe inventivne i aktuelne. U svim emisijama je primetan visoki profesionalizam, naglašeno autorstvo, kao i korišćenje izražajnih sredstava televizije. Naveći broj priloga i sadržaja podržan je aktuelnim audio/video snimcima, što zaokružuje informaciju o svakoj temi. Pojedinim emisijama u kojima je u studiju prisutna i publika, može se zameriti što je publika uglavnom pasivna, ne učestvuje u razgovoru, čime se ne koristi u dovoljnoj meri mogućnost da se čuje glas građana o pojedinim pitanjima, mada ima i drugačijih primera.

Žanrovska raznovrsnost je takođe primetna, a ona se, što je razumljivo razlikuje od emisije do emisije, jer negde, kao u *Kulturnom dnevniku*, dominiraju kratke faktografske forme, dok su u drugim emisijama više zastupljene dijaloške forme, a u nekim tematski prilog/paket, reportaža i posebno zanimljiva forma dokumentarna reportaža. Celina programa je čvrsto strukturirana, mada u izvesnim okolnostima, ima pomeranja termina emisija ili njihovog skidanja sa programa, što je u dinamičnom televizijskom programu neminovno. Za programski personal televizije RTS se može konstatovati da je visoko profesionalan, da raspolaže znanjima i veštinama koje su nužne za rad na televiziji kao najkompleksnijem mediju.

Televizija RTS ima i programe za pojedne manjinske grupe, ali se ne može reći da toga programa ima dovoljno, kako kada su u pitanju etničke grupe tako i ostale. Emisija koja je namenjena manjinskim etničkim zajednicama *Građanin*, govori o životu, problemima, kulturnom stvaralaštvu, običajima nacionanih majina. Međutim u toj emisiji je dominantan srpski jezik čime se ne ostvaruje zakonska obaveza na informisanje nacionalnih manjina na njihovim manjinskim jezicima. U periodu koji je obuhvaćen monitoringom čula su se četiri priloga na mađarskom jeziku i jedan od 13 sekundi na rusinskom. Kada su novinari bili u bošnjačkoj i bunjevačkoj sredini, nisu se mogle jasno uočiti nikakve jezičke specifičnosti, s jedne strane zbog sličnosti sa srpskim jezikom, a s druge, jer su novinari govorili srpski, pa su se tome prilagođavali i sagovornici. Emisija koja se može naći na Drugom programu televizije RTS-a - *Kultura i tradicija Roma*, radi se na romskom jeziku, ali to je produkcija Radio televizije Vojvodine koju RTS reemituje. Zato ova emisija ne može da obuhvati problematiku koja prati Rome u celoj Srbiji, s obzirom da oni nisu skoncentrisani samo u Vojvodini.

POGLAVLJE III

ANALIZA PROGRAMA JAVNE MEDIJSKE USTANOVE RADIO-TELEVIZIJE VOJVODINE

ANALIZA PROGRAMA JAVNE MEDIJSKE USTANOVE RADIO-TELEVIZIJE VOJVODINE

Sažetak: Hibridni programski formati/blokovi prvog programa radija RTV, kao i emisije o kulturi, zatim obrazovne, dečje, sportske, zabavne i muzičke emisije i radija i televizije na srpskom i mađarskom RTV analizirane su po rotacionom uzorku u prvoj polovini 2016. godine. Osnovni zaključak koji se zasniva na kvantitativno-kvalitativnoj analizi sadržaja jeste da postoji osnovni žanrovski, tematski i subjekatski diverzitet koji odgovara zadacima javnog servisa u oblasti ostvarivanja javnog interesa definisanim u članu 7 *Zakona o javnim medijskim servisima*. Istovremeno zabeleženo je nedovoljno prisustvo medijske inicijative, analitičkih i publicističkih žanrova, interkulturalno utemeljenih sadržaja, žena kao izvora informacija i citiranih osoba, kao i eksperimentisanja u oblasti radiofonskog i audiovizuelnog izraza.

Summary: The hybrid program formats/blocks of the RTV1 radio, as well as programs on culture, then educational, children's, sports, entertainment and music programs, both on radio and television in Serbian and Hungarian, were analyzed based on a rotational sample in the first half of 2016. The main conclusion, based on quantitative and qualitative content analysis, is that there is a basic diversity of genre, themes and subjects which corresponds to the tasks of public broadcaster when it comes to realization of public interest as defined in Article 7 of the Public Broadcasting Act. At the same time, insufficient presence of media initiatives, analytical and journalistic genres, intercultural grounded content, women as a source of information and quoted subjects, as well as experimentation in the field of radiophonic and audiovisual expression is present.

Javni servis Vojvodine utvrđen je *Zakonom o radiodifuziji* 2002, ali tek četiri godine nakon toga, 2006, manje-više uspešno su razdvajanjem iz tadašnjeg RTS-a nastala dva javna servisa – RTV na pokrajinskom – i RTS na nacionalnom nivou. Od tada pa do jeseni 2016. promenilo se na čelu RTV-a pet generalnih direktora od kojih ni jedan nije ispunio zakonom propisani četvorogodišnji mandat. Sve promene u menadžmentu RTV-a bile su politički indukovane i u visokoj meri su korespondirale sa interesima političkih centara moći u pokrajinskoj vladi.

Novim, sada baš direktno fokusiranim *Zakonom o javnim medijskim servisima* (2014)¹, u poglavlju I Osnovne odredbe, rubrumu 2, Javni medijski servis, članu 2, precizira se da u Srbiji postoje dva javna servisa.

„Javni medijski servis (...) čine republički i pokrajinski javni medijski servis. (...)”

Pokrajinski javni medijski servis je javna medijska ustanova „Radio-televizija Vojvodine” (u daljem tekstu: RTV), sa sedištem u Novom Sadu.

RTS i RTV saraduju u obavljanju svoje osnovne delatnosti”.

RTV signal pokriva, u 2016. godini, 99% teritorije Vojvodine čime je u potpunosti ispoštovana zakonska obaveza za javne servise. Osim toga signalom RTV pokriveno je i 60% Beograda i druga mesta u Srbiji, ali samo u nivou Šapca. Ograničeno primanje signala RTV u Srbiji van pokrajine Vojvodine u visokom stepenu koincidiralo je sa težnjom republičke vlasti (od 2012. SNS je vodeća partija u nacionalnom parlamentu) da dođe do smene i na političkom vrhu Vojvodine (Demokratska stranka je bila na vlasti od 2000. do 2016.). Smanjivanjem dosega RTV signala na teritoriji Srbije, ograničavale su se auditorijumu van Vojvodine informacije o odnosu, pre svega, republičke i pokrajinske vlasti.

¹ *Zakonom o javnim medijskim servisima* (2014). Službeni glasnik RS, br. 83/2014 i 103/2015.

Kablovski operatori, gotovo svi od njih 50 koji rade u Vojvodini, prenose signal RTV, osim samo nekoliko čija centrala je u Beogradu. Na teritoriji cele Srbije SBB i IPTV preuzimaju RTV u celini, a ostali samo RTV1. Za prenos RTV2 na kojem se emituju sadržaji na jezicima nacionalnih manjina, ali se i repriziraju sadržaji sa TV RTV1, nisu zainteresovani uopšte.

RTV je multijezički i multinacionalni javni servis koji emituje sadržaje na srpskom jeziku (Prvi program radija, internetski *O radio* i Prvi program televizije, po 24 sata) i na jezicima nacionalnih manjina po modelu šera (Drugi i Treći program na radiju i Dugi program televizije) na jezicima nacionalnih manjina.

RTV 2016. proizvodi i emituje sadržaje na čak 13 jezika uz stalne pritiske da se broj jezika povećava, a uslovi za proizvodnju sadržaja su ograničeni jer je televizija RTV u iznajmljenoj, nefunkcionalnoj, zgradi već 17 godina. Valja istaći da je RTV u potpunosti izgubila zgradu tokom NATO kampanje 1999, i tek 2016. aktualizovani su pregovori za finansiranje izgradnje novog objekta na Mišeluku, prostoru gde je postojao moderan proizvodno-produkcioni i emisioni centar Televizije Novi Sad, od sedamdesetih godina XX veka pa do proleća 1999.

Prema podacima RTV-a iznesenim na javnim diskusijama sa građanima, koje su organizovane u oktobru, novembru i decembru 2016, od 1. 1. 2016. do 30. 9. 2016. realizovano je ukupno 794.111 minuta televizijskih sadržaja. Od toga je informativno-politički program 15,93%, program na mađarskom jeziku 8,94%, zatim na slovačkom, rumunskom i rusinskom nešto ispod 4% (po programu), na romskom 4,25% a na svim ostalim jezicima 2,69%. Kulturno-umetnički sadržaji čine 19,39%, zabavni 10,84%, dokumentarni 3,02%, i obrazovni 1,43%. Televizija RTV po zakonu ima pravo na 6 minuta ekonomsko-propagandnog programa, međutim, za razliku od RTS, ni blizu ne uspeva da ostvari taj maksimum. Prvi program televizije RTV na srpskom jeziku od ukupnog programskog sadržaja u navedenom periodu emitovao je 0,91% reklama, a Drugi program televizije RTV na jezicima nacionalnih manjina višestruko više 4,12 % jer se na tom programu emituje Telešop.

U odnosu na jezik najobimniji programski sadržaj proizveden za prvih devet meseci 2016. je na srpskom jeziku Prvi program televizije RTV, 52,95%. Od sadržaja na jezicima nacionalnih manjina najviše je proizvedeno na mađarskom 10,72%, a najmanje na makedonskom jeziku 0,42%.

Ovako obiman program priprema 419 stalno zaposlenih novinara i novinarki RTV i uz to još određen broj povremenih i privremeno angažovanih spoljnih saradnika.

RTV ima aktivna dopisništva/dopisnike u desetak vojvođanskih mesta, kao i u Beogradu, Briselu i na Kosovu.

Radio televizija Vojvodine novom uređivačkom i kadrovskom politikom posle redovnih pokrajinskih izbora u aprilu 2016. vraća se u devedesete nakon nekoliko godina orijentacije na izmeni produkcije čiji je cilj bio ispunjavanje javnog interesa definisanog u članovima 7. i 8. *Zakona o javnim medijskim servisima Srbije* (2014). Kadrovske promene započete su odmah pošto je izabran 20. 4. 2016. novi, po mnogim analitičarima kontroverzni po sastavu, Upravni odbor. Podsetimo da se to dogodilo neposredno pred održavanje pokrajinskih skupštinskih izbora u Vojvodni, kada se već uveliko očekivalo da će, posle 16 godina vladavine Demokratske stranke, većinu u pokrajinskoj Skupštini dobiti poslanici Srpske napredne stranke, što se ubrzo i obistinilo.

Sadašnji generalni direktor je svoju menadžersku karijeru u RTVNS gradio u vreme takozvane „antibirokratske-jogurt revolucije” od 1989. do 1991. godine kada je trebalo tadašnju državno-centričnu Radio-televiziju Novi Sad usmeriti ka novom uređivačkom konceptu koji je fokus stavljao na patriotsko izveštavanje sa ratom zahvaćenih područja u Hrvatskoj i BiH, i na osudu „autonomaškog” rukovodstva. Kasnije, posle gotovo dve decenije (2009), vraća se u sada transformisani RTVNS, u javni servis Vojvodine, kao zamenik generalnog direktora RTV. Odmah nakon izbora za Skupštinu Vojvodine, početkom maja 2016, upravni odbor Radio-televizije Vojvodine jednoglasno je smenio Slobodana Arežinu, dotadašnjeg direktora programa RTV-a². Kako se navodi u saopštenju

² Smenjen direktor programa RTV S. Arežina (4.maj 2016) http://www.rtv.rs/sr_lat/vo-

RTV-a, Upravni odbor je odluku doneo zbog utvrđenog pada gledanosti televizijskog programa i nepostojanja „Plana proizvodnje i emitovanja programa RTV za 2016. godinu” – kao jednog od bitnih dokumenata vezanih za rad pokrajinskog javnog servisa. Ubrzo je smenjen i generalni direktor Srđan Mihajlović (formalno je sam podneo ostavku) na čije mesto kao vršilac dužnosti 14. maja dolazi njegov zamenik Miodrag Koprivica, koji nastavlja sa smenama dotadašnjih urednika i urednica, kao i sa raskidanjima ugovora zbog štednje (ukupno 22) sa mladim uspešnim i profesionalnim novinarima i novinarkama koji su bili nosioci najgledanijih delova programa u RTV-u.

Smene u RTV-u iz 2016. na najznačajnija urednička mesta dovele su novinare i novinarku koji su u vreme sukoba u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini bili ratni izveštači i urednici. Prema svedočanstvima novinara i novinarki kao i analizama informativnih emisija³ bavili su se više ratnom propagandom, nego izveštavanjem sa terena. Nakon 5. oktobra 2000. većina njih je zbog neprofesionalnog ponašanja u vreme ratnih sukoba smenjena, neki su i otpušteni, a neki su sami otišli sa tadašnje RTVNS da bi se vratili nakon dobijenih sudskih procesa, ali sada na RTV. Neki od njih su postavljeni na uredničke pozicije 2016.

Rezultat smena, pre svega na televiziji RTV, nakon izbora novog menadžmenta 2016, ukinute su emisije ne samo informativno-političke poput *Radara* (kolaž jednočasovna sedmična emisija istraživačkog tipa) koja je predstavljala brend Prvog programa televizije RTV, već i na primer govorno-muzička emisija *Gruvanje* jedinstvena po sadržaju u celom regionu, jer je afirmisala nove, avangardne i alternativne muzičke grupe. Skinuta je s programa samo zato što se urednica pridružila pokretu „Podrži RTV!”. Isto se desilo i sa emisijom *Prostor&ja*. Prvi program televizije RTV je prekinuo emitovanje i serijala *Ljudi i svedočanstva*⁴, u kojem su zabeležene ispovesti žrtava ratnih zločina na prostoru bivše Jugoslavije. Odluku je donela novoimenovana v.d. glavna i odgovorna urednica Prvog programa televizije RTV Nada Kalkan, a kao obrazloženje je naveden „nedostatak programskog interesa za emisijama u ovom formatu“. Na

[jvodina/novi-sad/smenjen-direktor-programa-rtv-s.-arezina_715414.html](http://www.rtv.rs/sr_lat/vo-jvodina/novi-sad/smenjen-direktor-programa-rtv-s.-arezina_715414.html)

³ Opširnije u Dubravka Valić Nedeljković *Rikošet reči*(1997). Beograd: Argument.

⁴ http://www.danas.rs/drustvo.55.html?news_id=328048

javnoj debati RTV u Studiju M Radija održanoj 8.12.2016. direktorka programa RTV Slavica Subotić Braun izjavila je da je serijal ukinut iz „proceduralnih razloga”. Serijal je rađen u produkciji organizacija za ljudska prava Integre (Kosovo), Documente (Hrvatska), FHP-a (Srbija) i Centra za istraživanje i kreiranje politika (Makedonija). U njemu žrtve svih nacionalnosti govore o svojim stradanjima i sudbinama ubijenih članova njihovih porodica u sukobima u Hrvatskoj, BiH, Makedoniji i na Kosovu.

Priroda ovih smena, ali i njihov odraz na kvalitet programa RTV, pokrenuli su mnogobrojne diskusije u javnosti. Dok su premijeri Srbije Aleksandar Vučić⁵ i AP Vojvodine Igor Mirović⁶ izjavili da su smene sprovedene u skladu sa zakonom i interesima pokrajinskog javnog servisa, zaposleni na RTV-u su u otvorenom pismu izneli dijametralno suprotnu tvrdnju, prema kojoj su smene bile političke prirode, neargumentovane i nepropisne.

Istraživački centar VOICE u septembru 2016. navodi da će u narednom periodu čak još 111 zaposlenih na RTV -u biti otpušteno. Istovremeno, nova istraživanja auditorijuma pokazuju pad gledanosti udarnih emisija RTV. Naime prethodno rukovodstvo uspelo je da uspostavi trend rasta gledanosti, a on je sada prekinut i čak u nekim segmentima ima nizlazni trend. Najnoviji podaci upućuju da je taj trend zaustavljen istaknuto je na javnoj raspravi o RTV 8. 12. 2016.

Ono što će ostati sigurno zabeleženo kao presedan u medijskoj sferi Srbije je prvi put kontinuirano i javno zahtevanje, pre svih mladih novinara i novinarki, da se preispitaju politički motivi smena i da se preispitaju odluke Upravnog odbora RTV. Novinari i novinarka nisu hteli da pristanu na kvalifikaciju da su neprofesionalno obavljali novinarske zadatke i tražili su od rukovodstva da im se jasno ukaže na to gde su se i kada, ako jesu, ogrešili o novinarski i etički kodeks. Organizovano je niz protesta, tribina, internet akcija, javnih zagovaranja pod zajedničkim

⁵<http://www.blic.rs/vesti/drustvo/vucic-rtv-je-sluzila-za-stranacku-propagandu-ds-smene-su-po-propisu-nema-upliva/29fbsy5>

⁶http://www.sinos.rs/srpski/dijalog/13/2016/07/14/2829/mirovic_-na-rtv-sve-po-zakon.html

nazivom „Podrži RTV!”⁷. U protesnim šetnjama učestvovalo je hiljade novosadana a podršku su dobili i od kolega iz Beograda i drugih gradova Srbije. Posebno su bili aktivni na svim javnim raspravama o programu RTV organizovanim tokom jeseni 2016.

Simbolično, 5. 10. 2016. rebalansom budžeta Vlade AP Vojvodine predviđeno je 195 miliona dinara za sanaciju terena na kojem će, prema planovima, do 2019. godine biti izgrađena nova zgrada Radio-televizije Vojvodine⁸, stara je, podsećamo, porušena tokom NATO kampanje 1999.

Analizom sadržaja Prvog programa radija RTV na srpskom jeziku i Drugog programa radija na mađarskom jeziku, zatim Prvog programa televizije RTV na srpskom jeziku i Drugog programa televizije RTV na mađarskom jeziku obuhvaćene su najznačajnije informativne, obrazovne, kulturne, zabavne, dečje, muzičke i sportske emisije kao i hibridni programski formati.

U ovom izveštaju se predstavljaju rezultati pojedinačnih emisija, osim informativnih, koji su obrađeni u posebnoj komparativnoj analizi emisija RTV-a i RTS-a.

Izveštaj je podeljen na osam poglavlja koja reprezentuju tip sadržaja javnog servisa Vojvodine: 1. Hibridni programski formati; 2. Kultura; 3. Obrazovni program; 4. Dečji program; 5. Sportski program; 6. Zabavni program, 7. Muzički program, 8. Zaključak. Prvih pet poglavlja, shodno formatu analiziranih emisija i programskih blokova, podeljeni su na četiri potpoglavlja koja reprezentuju osnovne kategorije kodnog protokola na osnovu kojeg je rađeno kvantitativno istraživanje : 1. Format i povod; 2. Žanr; 3. Tema i 4. Subjekat i objekat. Na ovaj način je moguće pratiti uređivački koncept javnog servisa i radija i televizije na srpskom i mađarskom jeziku jer se mogu uočiti preovlađujuće uređivačke strategije na osnovu povoda za medijsku objavu, žanra, teme, kao i subjekta, objekta

⁷ <https://sr-rs.facebook.com/PodrzyRTV/>; <https://twitter.com/podrzirtv>

⁸ Rebalans budžeta APV: Obezbeđen novac za rušenje zgrade RTV (5.10.2016). <http://www.mojnovisad.com/vesti/rebalans-budzeta-apv-obezbedjen-novac-za-rusenje-zgrade-rtv-id11504.html>

i odnosa subjekta prema objektu. Stoga ako je prioritet za novinarsku objavu u posmatranim emisijama medijska inicijativa može se s pravom smatrati da javni servis, analizirajući svakodnevicu, na društvenu agendu postavlja pojave, događaje ili osobe koje procenjuje da su vredne medijske pažnje, a nije pretežno samo trasmitter aktuelnih događaja koje inicira vlast, odnosno aktuelnih događaja koje pokreću neki drugi centri moći. S tim u vezi je i odabrani žanr. Naime, medijska inicijativa je uglavnom opredmećena u analitičkim žanrovima koji više objašnjavaju, tumače, analiziraju svakodnevicu, a manje je samo beleže. Novinarski žanr može biti i implicitno sredstvo ideologizacije sadržaja jer se žanrom i rangom šalje podtekstualna poruka o uređivačkom stavu prema događaju/pojavi i njegovim akterima. Istovremeno zadatak javnog servisa jeste i da traga za novim formama medijskog izraza koje doprinose radiofoničnosti i televizičnosti kao i multimedijalnosti na onlajn platformama. Dakle javni servisi, po pravilu, imaju zadatak da postavljaju profesionalne standarde kojima će težiti i komercijalni mediji.

Šesto i sedmo poglavlje (zabavni i muzički program) nije podeljeno na potpoglavlja jer je za njih korišćen poseban kodni protokol prilagođen tipovima emisija koje su analizirane.

U osmom, zaključnom poglavlju, ocenjuje se koliko RTV odgovara zahtevima članova 7. i 8. poglavlja II Javni interes *Zakona o javnim medijskim servisima* (2014).

1. Hibridni programski formati/blokovi

Prvi program radija RTV na srpskom jeziku karakterišu hibridni programski formati. Reč je o spojevima informativnog, kulturnog i zabavnog sadržaja u okviru višečasovnog jedinstvenog kliznog programa koji objedinjuje jedan voditelj/voditeljka. Ovo je bilo jedino rešenje kako bi se zadovoljili svi zadaci postavljeni pred javni medijski servis koji ima u suštini samo jedan radijski program (Prvi program radija na srpskom jeziku) u okviru kojeg mora da se emituju sadržaji prvoprogramski (pretežno informativni i sportski), drugoprogramski (kultura, reportaže, zabava i fokusirani sadržaji za decu, žene, penzionere) i trećeprogramski (nauka, seriozna muzika, zahtevniji sadržaji za probranu publiku).

Po modelu „hibridni programski formati” uređene su, pre svega, komercijalne radijske stanice koje imaju takozvanu „kliznu” programsku šemu određenu vremenom emitovanja sadržaja, (jutarnji, podnevni, popodnevni i noćni program), a ne njegovim tipom. Na ovaj način se omogućuje da sa manjim brojem zaposlenih novinara, jednostavnijom programskom strukturom ipak radijski program optimalno i konzistentno funkcioniše.

Prvi program radija RTV na srpskom u toku 24 sata podeljen je upravo na osnovu vremena emitovanja sadržaja (jutarnji, podnevni, popodnevni, noćni), odnosno specifičnim nazivom, na primer, prepodnevni blok je nazvan radnim danom *Od A do Š*, a prvog dana vikenda *Subotom sa vama*. Reč je o kolažu kratkih sedmičnih emisija, kao i dužih stalnih rubrika objedinjenih u celinu između kojih se emituju muzičke numere. Svaki dan se menja unutrašnji sadržaj (emisije) pojedinačnih hibridnih programskih formata (prepodnevnog, popodnevnog i noćnog programa). U svim hibridnim programskim blokovima Prvog programa radija RTV emituju se sadržaji i informativnog, i obrazovnog, i kulturnog i zabavnog karaktera, stoga i kvalifikativ „hibridni”. Dakle to je kompilacija sadržaja prilagođenih dobu dana, a ne tipu programa (prvi, drugi, treći program). U svakom od hibridnih blokova ipak preovlađuje neki od tipova sadržaja, no nedovoljno da bi se klasifikovao po svojim osobinama kao pretežno, ili isključivo informativni, kulturni, zabavni, dečji, dokumentarni, igrani, muzički.

Ovo nije najbolje, mada u ovim uslovima jeste jedno od realno mogućih rešenja za javni servis koji treba da razvija sve vrste programa na više zasebnih kanala kako bi u potpunosti ispunio i informativnu i obrazovnu i zabavnu funkciju.

U hibridne programske formate/blokove Prvog programa radija RTV na srpskom svrstani su *Jutarnji program*, prepodnevni program *Od A do Š* unutar kojeg je zasebna emisija *Porodični magazin*; Podnevni program u okviru kojeg su analizirane zasebne emisije *Novosadski i Vojvodinom, via regia* sa akcentom na *Naše priče*; u okviru *Popodnevnog programa* analizirane su pojedinačne emisije: *Peta strana sveta, Biznis kompas, Agroargument* i *Noćni program*. Ukupno je analizirano 109 sati hibridnih programskih formata/blokova.

1.1. Medijski format emisije i povod izveštavanja

Pod medijskim formatom emisije podrazumeva se uređivački koncept, struktura emisije, vreme emitovanja, dužina trajanja, procenjena publika kojoj je emisija namenjena, preovlađujući sadržaji, odnosno unutrašnja organizacija emisije, tip muzike. Zadatak javnog servisa je da kreira nove formate, nudi kreativnu perspektivu na organizaciju sadržaja, postavlja standarde u oblikovanju forme za sadržaj.

Povod za izveštavanje za javni servis uvek bi valjalo da bude javni inters. Povod može biti aktuelni događaj ili njegova najava, dakle svi oni koji prelaze informativni prag i po svojoj sadržini su od javnog interesa za građane i građanke. Javni servis, osim aktuelnim događajima, valjalo bi da se bavi i temama/pojavma koje sam odabira za analitičko prezentovanje, tačnije da ima medijsku inicijativu i tako na društvenu agendu postavlja pitanja o kojima bi trebalo da se u zajednici debatuje. Osim navedenog povod za izveštavanje može biti i pseudodogađaj, promotivni događaj, odnosno onaj koji akteri društvene prakse organizuju da bi postigli publicitet.

Formati hibridnih programskih blokova i pojedinačnih emisija unutar njih ne mogu se smatrati inovativnim. Svi su u profesionalnom smislu standardni, bez kreativnih prodora. Prvi program radija RTV na srpskom u hibridnim programskim blokovima ponudio je auditorijumu „od svega po malo, za svakoga po nešto“, ali bez pravih, inovativnih i promišljenih, novih koncepcija. Činjenica da je i van strogo informativnog programa dominirajući povod za medijske objave aktuelni događaj i najava budućeg događaja ukazuje da Prvi program radija RTV ostaje u polju samo beleženja svakodnevice bez dodatnog novinarskog angažmana.

Upravo to što je zbog jednog talasa koji emituje sve sadržaje u toku 24 sata na srpskom jeziku morao da pribegne blokovskoj podeli unutar šeme, moglo je biti izazov za inovativniju unutrašnju organizaciju i ponudu atraktivnijih formata. Umesto toga Prvi program RTV ostao je u okvirima tradicionalnog radija XX veka.

Jutarnji program se emituje svakog dana od 6 časova ujutro. Radnim danima traje 3, a vikendom 2 sata. Analizirano je 36 sati programa (18 sati je muzika): 18, 30, 31. januara, 23, 27, 28. februara, 2, 5, 6. marta, 9, 10. aprila, 21, 22. maja, 25, 26, 29. juna 2016. godine. Radnim danima sadržaji su prototipični za „buđenje uz radio“, a vikendom ima karakteristike zabavnog, relaksirajućeg, humorističkog programa. U oba tipa emisije, mali je broj stalnih, uglavnom neimenovanih rubrika osim *Vesti*, *Dogodilo se na današnji dan*, *Dečji budilnik*, *EPP*, *Čas istorije*, izveštaj o vremenu ili stanje na putevima, direktno uključenje reportera sa novosadskih ulica.

Radnim danima, informativni prag postavljen je veoma nisko, pa su i programski standardi neprimereni u potpunosti javnom servisu. Stoga je, može se pretpostavi, tražen bolji format za ovaj slušani termin. Od 1. 10. 2016. on je i pronađen u zajedničkoj emisiji *Na tri vode* koja se realizuje iz tri studija: Prvog programa radija RTV na srpskom, Radio Beograda RTS i dopisništva RTS iz Niša.

Povod za medijske objave u analiziranim emisijama (januar-jun 2016) najčešće je bio aktuelni ili budući događaj 64%, zatim medijska inicijativa 27%, uglavnom tokom predizborne kampanje bilo je i pseudodogađaja – 9%.

Prepodnevni program Radio Novog Sada *Od A do Š* emituje se svakog radnog dana od 9 do 13 časova. Analizirano je 24 sata 6 emisija emitovanih: 22.1; 22.2; 1.3; 6.4; 19.5. i 24. 6. 2016. Emisiju vodi jedan voditelj/voditeljka. Nakon najave tema o kojima će se govoriti u emisiji sledi rubrika *Prelistavanje štampe* sa gostom u studiju. Gost je uvek urednik/urednica informativne emisije *Novosti* Radio Novog Sada za taj dan. Nakon toga slede rubrike pod nazivom *Kultura*, *Pesma dana*, *Povodom*, *Sektor plus*, *O jeziku je reč*, *Biznis*, *ekonomija*, *zapošljavanje*, *Sport*, *Poljoprivreda i ekologija*, *Porodični magazin* i *Tema dana*. Dakle sadržaji tipični i za informativni, kulturno-obrazovni i za zabavni program.

U posmatranom periodu povod za medijske objave u 53% bio je aktuelni ili budući događaj, i medijska inicijativa 46%. Izbegavani su pseudodogađai (1%).

U okviru monitoringa hibridnog bloka *Od A do Š* Prvog programa radija RTV na srpskom jeziku posebno je izdvojen segment *Porodični magazin* za dodatnu analizu jer se ovakvom emisijom zadovoljavaju specifične komunikativne potrebe auditorijuma javnog servisa. Ukupno je analizirano 4 sata (4 emisije) i to 7.2; 6.3; 10.4; i 22. 5. 2016. Emituje se nedeljom od 11 do 12 časova. Voditeljka emisije ujedno je i presenterka i novinarka koja priprema priloge sa terena. Osim priloga sa terena u emisiji su česti gosti u studiju, ali i telefonska uključivanja sagovornika. Emisija pokriva opšte teme koje se tiču vrednosti porodice, socijale zaštite, obrazovanja dece ali i najstarijih članova porodice – penzionera.

Ono što se izdvojilo kao posebnost ove emisije jeste prikriveno oglašavanje u okviru rubrike prelistavanje. Naime voditeljka je čitala tekstove iz magazina *Original*, koji je pokrenula fondacija Novak Đoković i Direct media group. Ni u jednoj od monitorovanih emisija, za potrebe ovog istraživanja, nije jasno naglašeno da li se radi o plaćenju reklami, prikrivenom oglašavanju, ili je ovo lična inicijativa autorke/voditeljke emisije. Ova rubrika je identifikovana u svakoj od monitorovanih emisija. Voditeljka je u jednoj od emisija uputila slušaocima i na kojim mestima i po kojoj ceni mogu kupiti ovaj magazin.

Povod za rubrike je u 64% aktuelni događaj, a 36% medijska inicijativa.

Termin emitovanja dvočasovnog *Podnevnog programa* Prvog programa radija RTV je 13.00-15.00 časova. Prvi sat rezervisan je za dve emisije: *Novosadski* i *Vojvodinom, via regia*.

Analizirani korpus čine emisije emitovane 20.1; 25.2; 4.3; 4.4; 17.5; i 22. 6. 2016. godine. Ukupno trajanje korpusa je 720 minuta, odnosno 12 časova.

Gradska informativna emisija *Novosadski* emituje se od 13:10 do 13:30. Od 13:30 do 13:55 emituje se *Vojvodinom, via regia*. Ova emisija sadrži vesti, najave i izveštaje o događajima iz Vojvođanskih opština. U drugom satu, od 14.10 do 15.00 časova, emituje se muzička emisija *Pop ekspres*. Emisija sadrži u proseku 10 muzičkih numera, osim toga tu su i najnovije vesti iz svetske i domaće muzike.

S obzirom da je ovaj podnevni blok naglašeno informativan povod za rubrike u 87% slučajeva je aktuelni, ili budući događaj, 8% pseudodogađaj i 5% medijska inicijativa.

Svakog petka od 13:30 u okviru *Podnevnog programa* predviđeno je emitovanje dokumentarne radio reportaže *Naše priče* (u proseku traje 12 minuta, ukupno analizirano 96 minuta) u delu emisije pod nazivom *Vojvodinom / Via regia*. Struktura emisije *Via regia* očigledno ne predviđa stalne/redovne rubrike ili dokumentarističke programske minijature. Od osam preslušanih emisijau predviđenom terminu nekad je bilo teško prepoznati da se radi o očekivanom dokumentarističkom formatu ili je reč samo o tematskom paketu, pošto mu nije prethodila uobičajena špica, ili bilo kakva najava, 13. maja, reportaže nije ni bilo. Istovremeno u nekim slučajevima *Naše priče* su bile obeležene veoma profesionalno urađenom najavnom špicom. Počevši od uloge voditeljke, autorke, reporterke, vešto vođenih dijaloga, dobro odabranih sagovornika pa do izbora odgovarajuće muzike, *Naše priče* su jedina prava dokumentarna emisija Prvog programa radija RTV.

Popodnevni blok se dizajnira svakog dana u sedmici drugačije. U ovom korpusu analiziran je petak, sredi i utorak. Emisija *Peta strana sveta*, ili turistički magazin, kako ga voditeljke i novinarkes nazivaju, je emisija o turizmu i turističkim destinacijama u zemlji i regionu. Emisija ispunjava ceo termin popodnevnog programa radija RTV na srpskom petkom od 16:00-18:00 časova. Analizirano je ukupno 590 minuta/9 sati i to 22.1; 29.2; 4.3; 8.4; 20.5; i 24. 6. 2016.

U zavisnosti od doba godine u kom se emituje emisija autorke predstavljaju aktuelne turističke destinacije u Srbiji i svetu. Prilozi su kao celine odvojeni muzičkim blokovima. U emisiji su redovne rubrike koje priprema AMSS o stanju na putevima i METEOS agencija, ili uključivanje iz hidrometeorološkog zavoda Srbije, o vremenskoj prognozi.

U skladu sa temom emisije 44% priloga bilo je posvećeno aktuelnim ili budućim događajima. Medijska inicijativa bila je prisutna u 40% priloga a pseudodogađaj 17%.

Utorkom se emituje kraća emisija *Biznis kompas* od 16:20 i traje 30 minuta. Analizirano je ukupno 24 priloga (4 priloga u 6 emisija) od 19.1; 23.2; 1.3; 5.4; 17.5; i 14. 6. 2016. Ukupno je monitorovano 180 minuta, odnosno 3 sata.

Polu emisije (oko 15 minuta) čine četiri priloga u jasno podeljenim rubrikama: *Aktuelno*, *Iz mog ugla*, *Svet preduzetništva* i *Predmet finansije*. Drugih 15 minuta čine muzičke numere između ovih priloga. Emisija se bavi aktuelnim temama iz sveta ekonomije i preduzetništva, ali na vrlo oskudan i jednoličan način: jedan voditelj u studiju najavljuje priloge koje često čini samo jedan sagovornik i koji su uvek u istom formatu: pitanja novinara su isečena, a sagovornici govore o aktuelnoj situaciji, porede domaće i strano tržište iz svoje oblasti, navode pozitivne i negativne okolnosti.

Povod je najčešće medijska inicijativa (62%), dok je aktuelni događaj povod u 38% priloga. Ovolika prisutnost medijske inicijative objašnjava se činjenicom da su u rubrikama *U svetu preduzetništva* i *Predmet finansije* sagovornici najčešće iz Regionalne razvojne agencije Bačka i Narodne banke Srbije, koji unapred pripremaju tekst o ekonomiji koji čitaju. Ove teme jesu aktuelne, ali nisu dnevna/nedeljna dešavanja da bi se smatrala aktuelnim događajem.

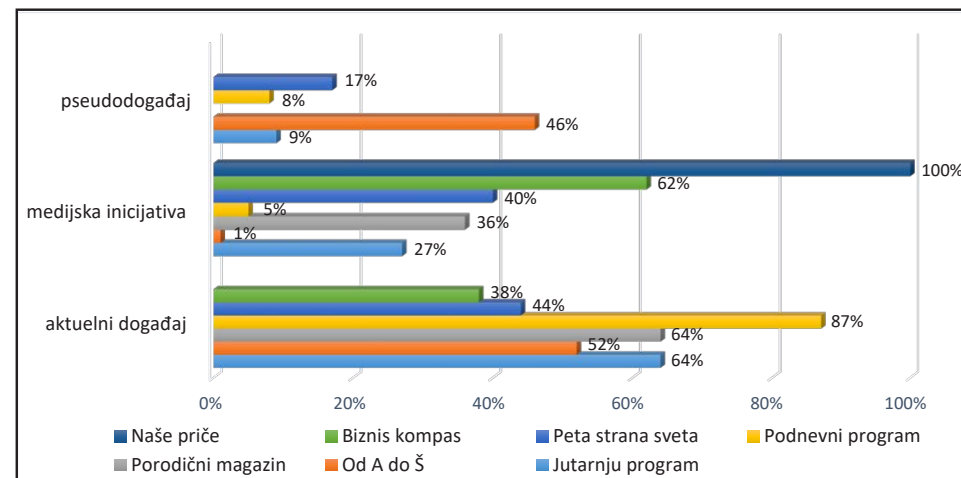
Sredom od 16:20 u fokusu *Popodnevnog programa* je polučasovna emisija *Agroargument*. Analizirano je šest emisija 20.1; 24.2; 2.3; 6.4; 18.5; 15. 6. 2016. – ukupnog trajanja 2 sata i 39 minuta. Svaka emisija je imala različito trajanje i nijedna nije ispunila predviđenih 30 minuta. *Agroargument* se bavio novim tehnologijama, standardima, agroekonomijom, ruralnim razvojem, projektima, investicijama, preduzetništvom, biljnom proizvodnjom, stočarstvom. Stalne rubrike ne postoje. Voditelj je ujedno i urednik, odnosno novinar emisije. Povod je uglavnom medijska inicijativa i u jednom slučaju aktuelni događaj (Poljoprivredni sajam u Novom Sadu). Emisija je namenjena prevashodno malim poljoprivrednim proizvođačima. Teme o kojima se govori direktno su povezane sa njihovim radom. Oni nisu ni na koji način uključeni u emisiju. Njihov glas se ne čuje. Veoma je vidljivo objavljivanje informacija bez takozvane „druge strane“. Ono što je nedostatak je

povremena prisutnost prikrivenog oglašavanja i izostanak onoga što se u kolokvijalnom novinarskom govoru naziva „topla ljudska priča“.

U hibridnim programskim formatima posebno mesto zauzima *Noćni program* koji počinje odmah posle ponoći i traje 180 minuta. Specifičnost emisija leži u tome što se u okviru serijala smenjuje sedam timova dnevnih urednika i autora, kao sedam zasebnih emisija sa sebi svojstvenim temama. Ponedeljkom *Leptirov let* (psihologija), utorkom Šik Šiz (moda), sreda *Dobri vuk* (humanost), četvrtak, petak *Noćobdijanje uz Bilija Kinga* (kultura, muzika, sport), subota *Vremeplov* (događaji u istoriji) i nedelja *Klasik rok* (svetska i exYU muzička scena). Blok je „otvoren“ novembra 2015.

Analizirano je 18 sati emisija (1080 minuta) od čega je dve trećine muzički sadržaj.

Povodi su medijska inicijativa i sporadično u vestima aktuelni događaji.



Grafikon 1: povod u hibridnim programskim formatima/blokovima

1.2. Žanrovske forme priloga

Žanrovske forme priloga u teoriji se dele na faktografske (vesti, izveštaji, neke vrste intervjuja), analitičke (tematski radijski i televizijski paketi, intervjui, komentari, kolumne, beleške) i publicistički (dokumentarne reportaže i dokumentarni film, tople ljudske priče iz svakodnevnog života, in memorijam, eseji, književna, filmska, pozorišna i likovna kritika...). Žanrovska raznovrsnost ukazuje na novinarski profesionalizam medijske kuće, postojanje novinarske ekspertize i široku mrežu spoljnih saradnika koji svojim kompetencijama doprinose visokim produkcionim standardima.

Hibridni programski formati/blokovi imaju ograničenu žanrovsku raznovrsnost. Preovlađuju vesti, izveštaji i intervjui i nešto manje tematski radijski paketi. Dakle faktografski žanr je preovlađujuća forma izražavanja. Nema inovacija u oblasti žanra. Novinari i novinarke Prvog programa radija RTV drže se žanrova koji ne zahtevaju izuzetnji angažman.

U radijskom *Jutarnjem programu* žanrovska raznovrsnost je prisutna u ograničenom broju: intervju 27%, vest/saopštenje 24%, autorski izveštaj 18%, ostalo 1%. Ono što izlazi iz uobičajenog je velika prisutnost satiričnih komentara (30%), ali samo u vikend izdanjima ove emisije koja su više zabavnog, nego informativnog, karaktera. Satirični komentari su suštinski lično obeležje/prezenterški stil veoma duhovotog voditelja vikend *Jutarnjeg programa* Prvog programa radija RTV.

Prepodnevni programski blok neguje žanrovsku raznovrsnost, pre svega: intervju (56%) uglavnom sa gostima u studiju (44%), vesti (15%), autorski izveštaj (13%) i radijski tematski paket (10%). Autorski novinarski angažman je skroman, nisu uočeni analitički i publicistički žanrovi.

Repriziraju se čak sadržaji iz fundusa fonoteke RNS. Reportaža iz Primera 1. snimljena je 1982. povodom 40 godina Novosadske racije.

Primer 1. (Emisija *Od A do Š*, 22. januar 2016.): u dokumentarnoj reportaži „Da se ne zaboravi“, 10 preživelih govori o raciji i svedoči o pogromu novosadskih Jevreja, Srba i Roma o kojem se gotovo do kraja osamdesetih XX veka nije u medijima pisalo i govorilo. Nakon ovako potresnih svedočenja puštena je „pesma dana“ koja nije bila primerena kontekstu. Reč je o muzičkoj numeri „I wich“ Stevie Wonder-a (<https://www.youtube.com/watch?v=hYKYka-PNt0>).

Porodični magazin, emisija u okviru prepodnevnog programa insistira na intervjuu (65%), odmah posle njega sa 18% prisutan žanr obeležen kao „drugo“ jer nije jasno o kom žanru je reč, a u pitanju je u svakoj monitorovanoj emisiji prelistavanje i čitanje isključivo magazina *Original*.

U *Podnevnom programu*, hibridnom bloku informativnog i pop muzičkog sadržaja, osnovni žanr je vest i izjava (65%), autorski izveštaj 28% i intervju 3% tako da preovlađuje u audioprezentaciji samo radijsko lice (voditelj/voditeljka) 67%.

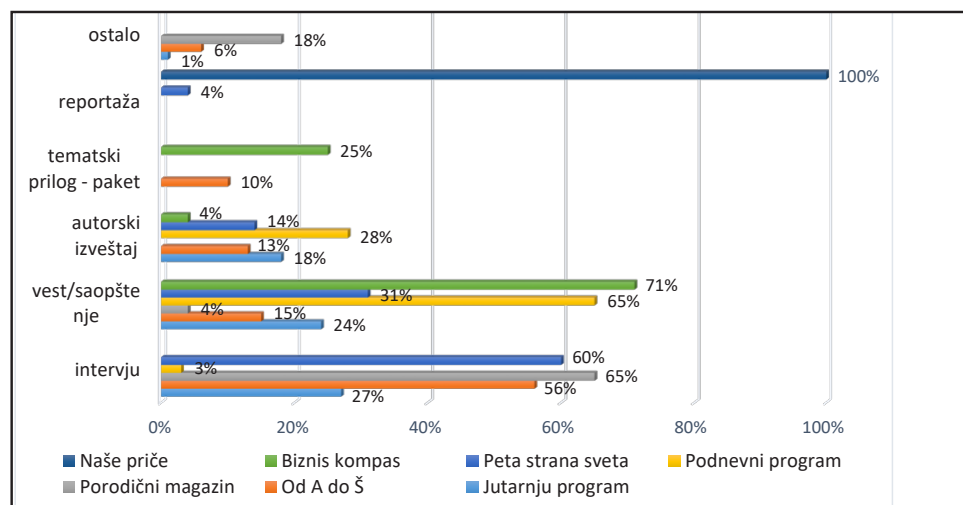
U *Našim pričama - Podnevnog programa*, reportaža je osnovni žanr. Autorka ovih reportaža dobitnica je prestižne nagrade na festivalu Interfer za 2016. goidnu.

U *Popodnevnom programu* petkom, u emisiji *Peta strana sveta*, najčešći žanr je bio intervju sa 60 % u odnosu na vest-izjavu-saopštenje sa upola manjom učestalošću (31%). Autorski izveštaj prisutan je u 14% slučajeva od ukupnog broja priloga, a reportaža 4%. Za emisiju posvećenu turizmu očekivano je bilo da reportaže budu dominirajući žanr. Tonski snimak zastupljen je u 51% slučajeva, a telefonski intervju u čak 14%. Samo voditelj zauzima trećinu audioprezentacije sadržaja.

Utorkom se u okviru *Popodnevnog bloka* emituje *Biznis kompas* i u ovoj emisiji dominira vest (71%). Autorski izveštaj je prisutan u 4%, dok su u rubrici *Aktuelno* najčešći tematski paketi – 25%.

Sredom u *Agroargumentu* u okviru analiziranog korpusa struktura emisije je dva puta bila u formi intervjuja sa jednim sagovornikom/com, tri puta u formi izveštaja sa snimljenim tonovima do pet sagovornika i jednom je emitovana u formi intervjuja sa troje sagovornika iz studija na Poljoprivrednom sajmu u Novom Sadu.

Noćni program neguje intervju, izveštaj, tematski radijski paket i radio dramu.



Grafikon 2: žanr u hibridnim programskim formatima/blokovima

1.3. Tematska raznovrsnost

Uređivački koncept se ogleda i u tematskim prioritetima, fokusima koji se u pojedinačnim emisijama postavljaju kao perspektiva iz koje se posmatra svakodnevica. Tematska raznovrsnost ukazuje i na stajališa, znanje, balansiranoost, kritičnost, informisanost i nediskriminatorni pristup u odabiru događaja, tema i osoba o kojima će se u mediju izveštavati.

U hibridnim programskim formatima/blokovima omiljene teme su kultura i sport, a potom slede one koje su u fokusu pojedinačnih sedmičnih emisija poput turizma, biznisa, poljoprivrede i obrazovanja. Ukupno posmatrano postoji tematska raznovrsnost, a sporadično se novinari bave i retko u drugim medijima obrađivanim pitanjima/pojavama/ljudima. Istovremeno događaji, a ne osmišljena dugoročna uređivačka politika i programsko planiranje diktiraju teme. Tako je Međunarodni poljoprivredni sajam u Novom Sadu, na kojem je radio istureni radijski studio RTV, bio tema u gotovo svim posmatranim blokovima i pojedinačnim emisijama uključujući i dokumentarnu reportažu *Naše priče*.

Jutarnji program radija RTV na srpskom bavio se u prvih pola godine 2016. sportom i rekreacijom 24%, temama o prošlosti 16%, komunalnim pitanjima i kulturom po 15%. Značajna rubrika je vremenska prognoza koja se u različitim varijantama (voditelj čita vest, saopštenje iz Hidrometeorološkog zavoda Srbije, izveštaj Meteosa i razgovor uživo sa meteorologom) emituje nekoliko puta u toku svakog sata Jutarnjeg programa (12%), ekonomija i poljoprivreda 4%, zdravstvo 3%.

Česte smene voditelja i urednika *Jutarnjeg programa* u poslednjih godinu i po dana dovele su do gubljenja jasnog uređivačkog koncepta i opadanja slušanosti. Kako je navedeno od 1. 10. 2016. ova emisija menja koncept u dobrom pravcu.

Prepodnevni program neguje tematski diverzitet pokrivajući razne aspekte svakodnevica: ekonomiju i poljoprivredu (25%), isto toliko i kulturu (24%), zatim gotovo tri puta manje sport i rekreaciju (9%), medije i javno informisanje (9%), obrazovanje i nauku (5%), zdravlje, socijalna zaštita i zdravstvo (4%). Češće su dnevni događaji i manifestacije nego medijska inicijativa „uređivali“ emisiju. S obzirom na to da je u vreme monitoringa održan međunarodni Poljoprivredni sajam u Novom Sadu, Radio RTV1 imao je studio na Sajmu sa kojeg su se novinari direktno uključivali u program i najavljivali događaje, izveštavali i razgovarali sa učesnicima i organizatorima Sajma. Otuda 25% sadržaja posvećenog poljoprivredi.

U okviru programa emituje se posebna emisija *Zelena energija* koja je posvećena obnovljivim izvorima energije. Emisija sadrži tri teme u formi intervju sa sagovornicima. Najvećim delom su to svedočenja lokalnih vojvođanskih funkcionera o ekološkim projektima koji se sprovode u njihovim opštinama i malih privrednika i poljoprivrednika koji koriste obnovljive izvore energije. Kultura je druga najzastupljenija kategorija tema o kojima se govori u prepodnevnom programu. U ovu kategoriju spadaju najave i izveštaji sa koncerata, izložbi, književnih večeri i festivala. Emisija *Od A do Š* nudi lepšu i zanimljiviju, „prepodnevnu“, stranu života.

U emisiji *Porodični magazin* u okviru prepodnevnog programskog bloka su teme koje se tiču obrazovanja/nauke i socijane teme, 33% od ukupnog broja priloga. Odmah zatim su zastupljene teme, koje se odnose na zdravlje, zdravlje i socijalno osiguranje i na medije i informisanje (13%), a najmanje su zastupljene teme iz oblasti kulture 7%.

Podnevni program skroman u žanru neguje tematski diverzitet po modelu „od svega po malo o svemu po nešto“ (komunalne teme 12%, ekonomija i poljoprivreda 8%, koliko je alocirano i na obrazovanje, zdravlje 6%, druge socijalne teme 5%, slede crna hronika i sport i naravno vremenska prognoza) sa akcentom na kulturu (46%) i to samo zbog *Popekspresa* koji ispunjava ceo drugi sat ovog bloka.

Teme reportaža *Naše priče* bile su prošlost iz vojvođanske regije: Kovilj, Kečkemet u Mađarskoj, Kikinda, Šajkaš, Novi Sad, ali i priče o individualnim fenomenima, raznim događajima, ljudskim prizvodima...

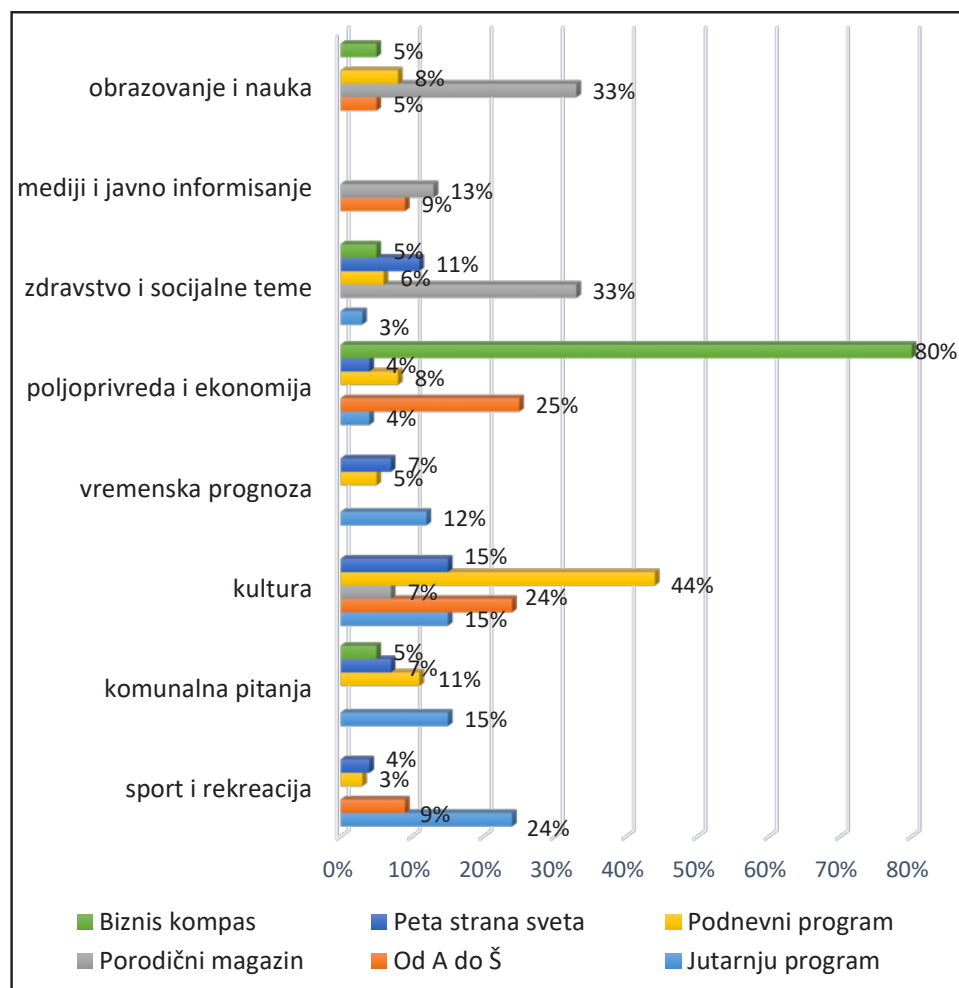
Primer 2. (Radio Novi Sad *Naše priče* 29. april i 20. maj 2016.) Reportaža o Vladimiru Kraučenkiju koji pravi matuške, čaše, skulpture, lampe, nakit, haljine od ljuske od jaja. Povod je nagrada koju je dobio na izložbi u Moskvi. Interesantna je i reportaža sa Novosadskog sajma: Kako se kupci pogađaju oko bika Kokana teškog 1.5 tona.

Popodnevni program takođe neguje teme iz oblasti kulture, odnosa svet i Srbija, svet i region, komunalne teme ali obzirom na to da je emisija specifično muzičkog karaktera unutar ove teme napravljena je uža podela tema kako bi preciznije odredili kojim podtemama iz oblasti turizma je posvećeno najviše pažnje. To su 60% turističke destinacije u Srbiji, znatno manje u svetu 20%, vrste turizma (zdravstveni, rekreativni, neprofitni) 10%, kultura i građani kao korisnici turističkih usluga 10%. U okviru emisije pojavljuju se i rubrike: *Turistička razglednica* – koja reportažno predstavlja određenu turističku destinaciju; „Ljudi koji putuju“ – putopisi ljudi sa raznih destinacija u svetu; *Destinacije* – rubrika koja kroz intervju govori o odredištima atraktivnim za određeno doba godine. Emisija takođe prati aktuelne sajmove i nove trendove u turizmu. *Peta strana sveta* je na granici između informisanja i besplatnog/neobebeženog reklamiranja turističke ponude u Srbiji.

Teme koje obrađuje *Biznis kompas* u popodnevnom programu utorkom usko su fokusirane (83%) na ekonomiju (studentski krediti i načini otplate, založna izjava, dozvoljeni minus, falsifikovani novac, transfer novca, dobrovoljni penzijski fondovi).

Sredom u *Agroargumentu* razgovarano je o zaštiti bilja, agroekonomiji, ulozi savetodavaca u poljoprivredi, malim ratarima koji zbog malih zarada prelaze u jake voćare, Poljoprivrednom sajmu u Novom Sadu, žetvi pšenice. Bilo je i veoma analitičkih i kritičkih priloga na primer o uvozu svinjskog mesa koje je zbog brzine uzgajanja puno antibiotika i drugih sredstava koja omogućuju brz rast stoke (26. 1. 2016).

Teme u *Noćnom programu* u toku 18 sati monitorovanja su bile: lični razvoj pojedinca, strahovi, elektronska muzika, muzika i kultura, pozorište. Svojom šarolikošću tema, neformalnog diskursa a sve u skladu sa terminom emitovanja *Noćni program* zadovoljava javni interes velikog broja noćobdija baveći se događajima iz sveta muzike, kulture i sporta kao i društvenim pojavama koje su usko povezane sa ciljnom grupom kojoj se obraća – to jest populaciji starijoj od 18 godina. Muzika je povezana sa temama elektronska i klubska muzika, kao i rok i pop.



Grafikon 3: teme u hibridnim programskim formatima/blokovima

1.4. Raznovrsnost aktera priloga

Odabir subjekata koji su predmet izveštavanja ili su nosioci aktivnosti ili mišljenja, koji su izvor informacija, odnosno oni koji imaju šansu da izravno govore u/za medije, ukazuje na način reprezentacije društvenih institucija i grupa odnosno na (ne)negovanje pluralizma mišljenja.

Među subjektima koji su nosioci mišljenja dominiraju u hibridnim programskim formatima sami novinari i novinarka i to kao gosti u studiju svojih koleginica i kolega – voditelja. Oni umesto aktera i akterki događaja ili pojava govore o svojim viđenjima i doživljajima različitih oblasti naše svakodnevice. Subjekti iz kulture, stručnjaci i građani su mnogo zastupljeniji od izvršne, pokrajinske i lokalne vlasti. Dominiraju muškarci kao izvori informacija. U hibridnim programskim formatima/blokovima u potpunosti je negovan stereotip po kojem je dominantna uloga žene u porodici (78% žene subjekti u *Porodičnom magazinu*), a muškarca u biznisu (82% muškarci u *Agroargumentu*).

Subjekti, nosioci mišljenja i/ili nosioci aktivnosti o objektima (temi, osobama, događajima) najčešće govore pozitivno ili neutralno, retka je polemika u analiziranim emisijama.

U *Jutarnjem programu* radija na srpskom RTV1 osim voditelja koji dominiraju (30%) javni sektor 16%, zatim stručnjaci 13%, udruženja građana 12%, sport i rekreacija 10%. Subjekt se čuje tonski ili govori uživo u 74%, parafraziran u 21%, a citiran u 5% objava u monitorovanim emisijama.

Neretko se dešava da nema nikakve novinarske angažovanosti. Nakon najave, bez postavljenog pitanja, ili naknadnih potpitanja subjekti sami pričaju, pa se čini da je reč o *prikrivenom oglašavanju* (primer 3).

Primer 3. (*Jutarnji program* subota 21. maj 2016.) Mirjana Marić, najavljena kao predstavica Poljoprivrednog sajma u Novom Sadu, skoro 4 minuta vrlo afirmativno, monotono sama priča (ima se utisak da čita) o ovom javnom preduzeću.

Često se u *Jutarnjem programu* pojavljuje subjekt u familijarnom odnosu sa voditeljem. Preplitanje privatnog i javnog modela komuniciranja uobičajeno je za ovu emisiju, koja iako je informativna po osnovnom karakteru, često prelazi u zabavnu. Takođe uočena je i familijarnost između samih novinara, pa slušaoci mogu samo da pretpostave ko se sa terena u program javlja novinar/novinarka, ili možda neki slušalac, ili organizator/organizatorica manifestacija koja se predstavlja.

Primer 4. (*Jutarnji program* nedelja 28. februar 2016.) Povodom pihtijade koja će biti održana naredne nedelje, voditelj najavljuje osobu neidentifikovne funkcije Branislava Popovića da govori o predstojećem događaju: „ ... Naš prijatelj iz Rumenke... ”

Kao i ostale informativne emisije i *Jutarnji program* je maskuliniziran (60% muški subjekti i 18% ženski). Predmet stava subjekta, koji je uglavnom pozitivno vrednovan (60%) uglavnom su bili, za razliku od informativnih emisija, građani kao potrošači 20%, kao učesnici događaja 5%, osobe koje službeno prenose informacije o vremenu i saobraćaju 17%, sportske i rekreativne institucije i javni sektor po 12%, kulturne institucije 11%, privatni sektor 3%.

Najveći broj subjekata koji su nosioci mišljenja u prepodnevnom programu radija *Od A do Š* bili su novinari i novinarka Prvog programa radija RTV kao gosti u studiju. Oni su stalni sagovornici u rubrikama *Prelistavanje štampe*, *Pesma dana* i *Sport*. Čest je slučaj da novinari i novinarka teme obrađuju umesto u tematskim radijskim paketima, u studiju sa voditeljem/voditeljkom emisije:

Primer 5. (Emisija *Od A do Š*, 25. februar 2016.): gost u studiju je novinar Stevan Davidović koji govori o skupu zaštitara, Prognozno izveštajnoj službi, društvu pčelara „Rusanda”, festivalu meda u Melencima i Sajmu meda u Beogradu.

Preovlađuju muškarci (56%) koji govore o veoma različitim objektima od stranih i međunarodnih aktera (8%), preko izvršne vlasti (14%), pokrajinske i lokalne vlasti (7%), privatnog sektora, udruženja građana, kulturnih institucija, sportskih i rekreativnih institucija, medija i novinara, različitih društvenih grupa i to preovlađujuće u pozitivnom kontekstu (51%), mnogo ređe u negativnom (22%) i neutralnom (13%). Najzastupljeniji subjekti koji su nosioci mišljenja u okviru *Porodičnog magazina*, koji se emituje u okviru prepodnevnog programskog bloka, su stručnjaci iz određenih oblasti sa 44%, najčešće psiholozi ili socijalni radnici. Odmah posle stručnjaka 11%, zastupljeni su građani kao učesnici, ili akteri, određenog društvenog događaja ili inicijative.

Ovo je jedina emisija u radijskom programu na srpskom jeziku RTV-a, u kojoj dominiraju žene sa 78%. One govore o projektima, starima i deci u takođe 78% slučajeva isključivo pozitivno.

U *Podnevnom programu* radija RTV na srpskom, s obzirom na koncept hibridnog bloka, subjekti iz kulture dominiraju (26%), strani i međunarodni subjekti (14%), pokrajinske i lokalne institucije vlasti (12%) sa akcentom na gradonačelnika Novog Sada (primer 6). Slede subjekti iz zdravstva, obrazovnih i naučnih institucija, stručnjaci, udruženja građana, verske institucije.

Primer 6. (Emisija *Novosadski*, 4. april 2016.): gradonačelnik Novog Sada Miloš Vučević posetio je Neoplantu povodom novih investicija. Novinarka gošća u studiju. Izjave gradonačelnika i direktora Neoplante, oboje hvale sebe i hvale se međusobno.

Objekti oslikavaju aktere nosioce aktivnosti u ulozi subjekta koji o njima govori dominantno pozitivno (65%). I u ovoj emisiji muškarci (40%) su zatupljeniji od žena (18%).

U *Popodnevnom programu* u emisiji *Peta strana sveta* kao subjekti nosioci mišljenja (u 83% slučajeva tonski predstavljeni) najčešće se pojavljuju predstavnici određenih agencija, odmarališta, ili ugostiteljskih objekata (24%). Odmah nakon ove kategorije najzastupljeniji su bili stručnjaci sa 12% (turizmolozi/turistički vodiči). Objekti su u 56% turističke destinacije o kojima naravno subjekti govore pozitivno (62%) i neutralno (38%), nikada kritički i polemički.

Rodni balans u *Popodnevnom programu* je bolji nego u drugim hibridnim formama (47% muškarci prema 36% žene).

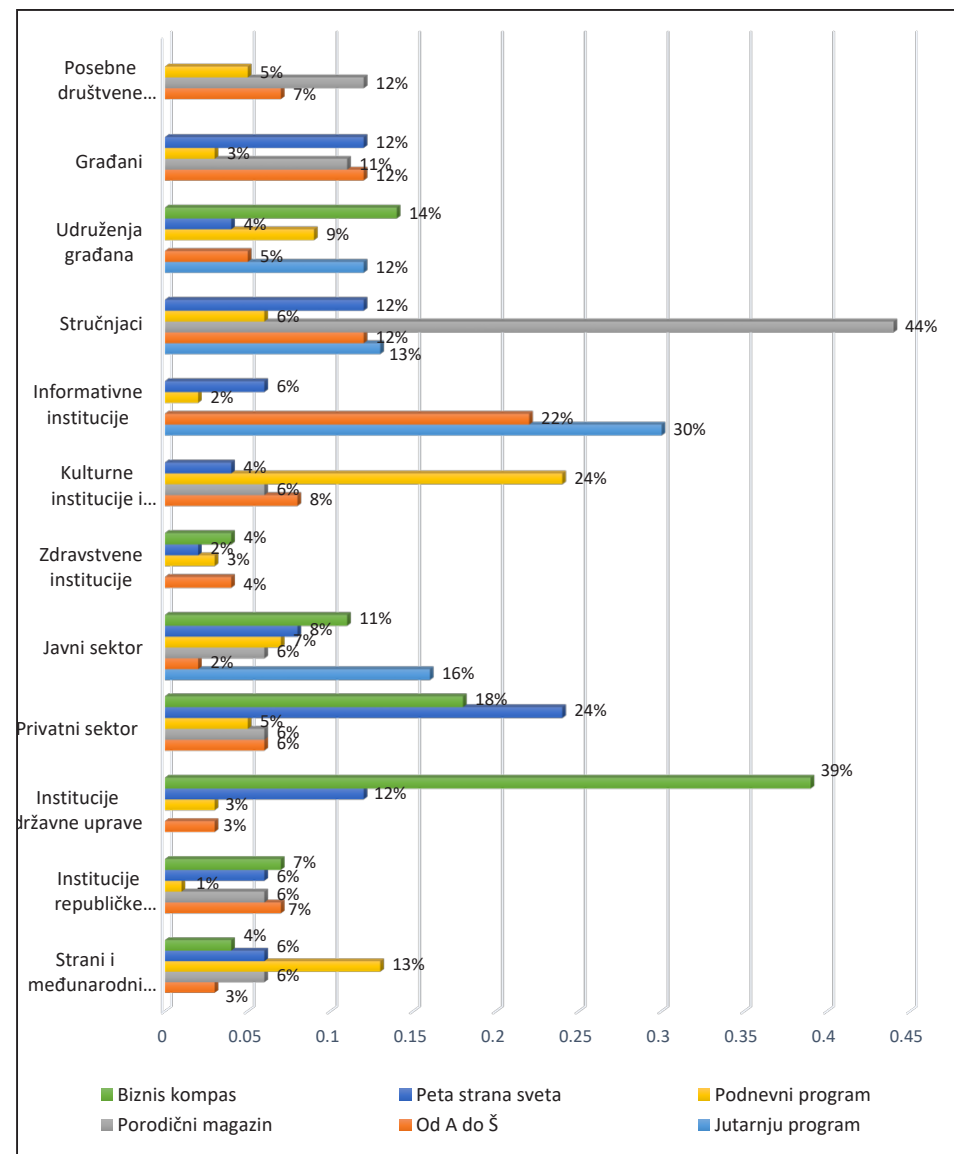
U *Popodnevnom programu* utorkom u *Biznis klubu* najzastupljeniji subjekti su nezavisne institucije i agencije (37%), jer je gotovo u svakoj emisiji po jedan prilog posvećen sagovornicima iz Regionalne razvojne agencije Bačka i Narodne banke Srbije, tako da se i ovde postavlja osnovano pitanje nije li reč o prikrivenom reklamiranju. Zatim slede ekonomski subjekti iz privatnog sektora, u rubrici *Iz mog ugla* i udruženja građana, odnosno klasteri i udruženja preduzetnika.

Javni ekonomski sektor i izvršna vlast su prisutni u 9% i 11%, a strani i međunarodni subjekti u 6%. U 91% slučajeva se subjekat čuje tonski.

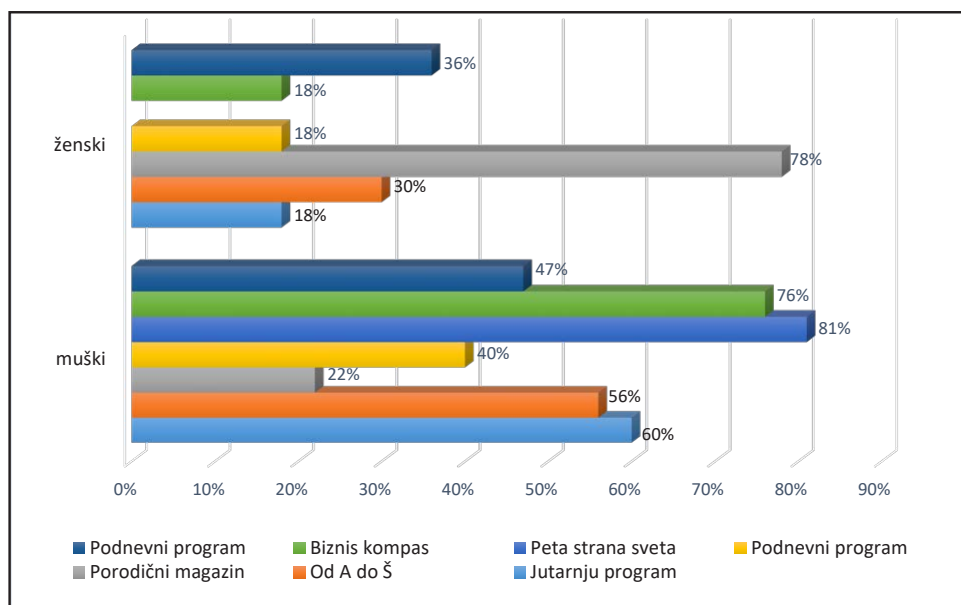
Za razliku od *Porodičnog magazina*, utorkom u *Biznis klubu* je reč o „muškoj“ (76% prema 18%) emisiji koja ukrepljuje stereotip da su biznis i ekonomija muška sfera. Vrednovanje tog muškog posla je bilo u visokom procentu pozitivno (45%) i neutralno (17%). U četvrtini medijskih objava subjekti su i pozitivno i negativno, dakle polemično, vrednovali objekte.

U *Agroargumentu* popodnevnog programa sredom subjekti kao nosioci mišljenja su stručnjaci, preduzetnici, menadžeri, direktor Novosadske produktne berze, predsednik Zadružnog saveza, PR Novosadskog sajma, mali proizvođači retko. Veoma je vidljiv izostanak malih poljoprivrednika kao sagovornika iako su oni krajnji korisnici savetodavnih usluga o kojima su svi subjekti govorili. Subjekti su žene u 18% slučajeva, a u 82% muškarci.

U *Noćnom programu* rodni balans postoji. Subjekti su muzičari, glumci, pisci, psiholozi. Od uvođenja ovog bloka, kako je istaknuto na javnoj raspravi o RTV-u, u emisiji je gostovalo 800 osoba iz različitih oblasti društvene prakse.



Grafikon 4: subjekti u hibridnim programskim formatima/blokovima



Grafikon 5: pol u hibridnim programskim formatima/blokovima

2. Kultura

Kultura je izuzetno važan programski sadržaj javnog servisa. O kulturi se govori u gotovo svim tipovima programa javnog servisa Vojvodine 2016. Podsetimo da je Prvi program televizije RTV 2009.⁹ emitovao 7% sadržaja iz kulture, a u septembru 2015. godine 5,38% na srpskom, a na mađarskom 8,7%. Kultura je danas sastavni deo na Prvom programu radija RTV na srpskom jeziku dnevnih centralnih informativnih emisija (od 4% do 11% u zavisnosti od ponude i personalnog uredničkog koncepta); zatim hibridnih programskih blokova, na primer u *Jutarnjem programu* (15%), u specijalizovanim emisijama za kulturu (*Spektar*, *Art salon*). Na Prvom programu televizije RTV na srpskom u dnevnim centralnim informativnim emisijama (od 4% u *Dnevniku* u 17.00 časova,

⁹ Jovanka Matić (2009). Raznovrsnost TV programa u Srbiji. U: „Medijski skener“, ur. Dubravka Valić Nedeljković. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.

do 11% u *Vojvođanskom dnevniku* u 22.00 časova), u kolaž emisijama tipa *Jutarnjeg programa* (11%) i *Razglednice* (15%), pa do specijalizovanih emisija iz kulture (*Folder kultura*, *Plavi krug*).

S obzirom na obimnost proizvodnje sadržaja iz kulture posebno na Prvom programu radija RTV nedostaju novinari i novinarki specijalizovani po obrazovanju i afinitetu za adekvatno zadovoljavanje komunikativnih potreba auditorijuma za sadržajima iz kulture (kulturalna politika, filmska, pozorišna, likovna, muzička, baletska i književna kritika, alternativna i andeground kultura itd) .

Valja istaći da program na srpskom i mađarskom jeziku, i radijski i televizijski, RTV tradicionalno neguje dobru redakciju za kulturu u kojoj su radili/rade kao novinari i ugledni kulturni stvaraoci (pisci, slikari, glumci i prevodioci) iz raznih sredina u Vojvodini, doduše više u ranijem periodu, nego danas.

Ukupno je analizirano na srpskom i mađarskom jeziku radijskih i televizijskih emisija RTV-a o kulturi 64 sata i 16 minuta.

2.1. Medijski format emisije i povod izveštavanja

Na Prvom programu radija RTV-a na srpskom jeziku emituju se već decenijama iste emisije iz kulture, ali i one pokrenute novijeg datuma što znači da postoji inicijativa novinara da inoviraju ponudu sadržaja iz kulture za različite ciljne grupe i ukuse.

Povod su uglavnom aktuelni događaji, odnosno najava događaj iz kulture. Što znači da se javni servis Vojvodine uglavnom bavi manifestativnom kulturom.

Specijalizovana emisije trećeprogramskog tipa sa fokusom na film, pozorište, slikarstvo i književnost *Spektar*, emituje se petkom od 22.05 i traje do ponoći, i to još od početka osamdesetih godina dvadesetog veka. Analizirano je 10 emisija (22.1; 29.1; 14.2; 26.2; 4.3; 11.3; 1.4; 8.4; 20.5; i 24. 6. 2016.) ukupnog trajanja 1150 minuta (19 sati i 10 minuta). Ova emisija predstavlja, slobodno se može reći, brend Prvog programa radija RTV na srpskom kada je u pitanju umetnička scena, pre svega Vojvodine, ali u zavisnosti od značaja događaja i Srbije.

U *Spektru* preovlađuje aktuelni događaj kao povod 80% i medijska inicijativa 20%.

Novijeg datuma pokrenute su emisije *Art salon* (2008) i *U dobrom društvu* (2014). Reč je o noćnim, trećeprogramskim emisijama, intervjuima sa uglednim stvaraočima iz različitih oblasti. Obe emisije se veoma neuredno postavljaju na sajt RTV-a, a mnoge nikada nisu ni stavljene na odloženo slušanje.

Art salon (polučasovna emisija) emituje se sredom od 22.12 časova. Reč je o emisiji o etici i estetici u najširem smislu te reči. Analizirano je pet, umesto šest, emisija jer većina nikada nije postavljena na odloženo slušanje (26.1; 5.4; 12.4; 17.5; 14.6.), ukupnog trajanja 150 minuta (dva i po sata).

Uzorkovano je sedam, umesto šest, emisija *U dobrom društvu* (22.05-23.00) 26.2; 4.3; 8.4; 29.4; 6.5; 20.5. i 3. 6. 2016. pošto je intervju sa Ljiljom Kapor emitovan 4. 3. 2016. repriziran 3. 6. 2016. dodata je još jedna emisija u korpus. To ukupno čini 330 minuta (5 i po sati).

U *Art salonu* 100% su aktuelni događaji, a u emisiji *U dobrom društvu* je to isključivo medijska inicijativa.

Prvi program televizije RTV-a na srpskom jeziku emituje takođe specijalizovane emisije posvećene kulturi kao što su na primer *Folder kultura* (analizirano je u ukupnom trajanju od 3 sata, po jedna emisija svakog meseca, u periodu od januara do juna 2016. godine, i to u sledećim terminima: 21.1; 25.2; 03.3; 07.4; 19.5. i 23.6.) i *Plavi krug* (3 sata analiziranog programa. Analizirana je jedna emisija svakog meseca u periodu od januara do juna 2016. godine. Analizom su obuhvaćeni sledeći datumi: 19.1; 25.2; 3.3; 7.4; 17.5. i 23.6.), kao i muzičke emisije od kojih izdvajamo *Gruvanje* namenjenu mladima (24.1.2016; 28.2.2016; 6. 3. 2016; 10.4.2016; 22.5.2016; 19.6.2016). Ukupno je monitorovano 162 minuta /2 sata i 42min programa. To je jedinstvena emisija takvog uređivačkog koncepta, slobodno možemo reći na zapadnom Balkanu, jer afirmiše modernu muzičku scenu. Karakteristika navedenih emisija je kreativnost, dobar vizuelni dijazn i uopšte uzevši televizičnost.

Drugi program radija RTV-a na mađarskom jeziku, osim u informativnim emisijama (8%), kulturi daje prostor i u posebnim emisijama. U okviru ove analize monitoring se odnosio na emisiju *Metszetek* (ukupno je analizirano 13,10 sati materijala po sledećem rasporedu: 22.1; 12.2; 18.3; 1.4; 6.5; 10.6). *Metszetek* je na programu petkom i osim priloga koji govore o događajima u mađarskoj zajednici u sferi kulture, obično sadrži i intervju ili kolaž intervju sa raznim akterima kulturne scene. Povod u *Metszetek-u* je 67% aktuelni događaj, 31% medijska inicijativa i 2% pesudodogađaj.

Drugi program televizije RTV-a na mađarskom jeziku emituje jednom nedeljno emisiju kolažnog tipa *Jelen lét* (*Prisustvo* ali isto tako može da znači i Život u sadašnjosti) o kulturnim dešavanjima u zajednici i šire. U proseku traje 30 minuta mada su neke emisije bile i duže. Ukupno je analizirano 7,04 sati materijala po sledećem rasporedu: 30.1; 13. i 27.2; 19.3; 2. i 16. i 30.4; 7. 14. i 27.5; 4. i 8.6. Emisija ima uvek jednog voditelja koji najavljuje priloge. Ova emisija koristi formate koji nisu uobičajni za TV programe, jer su izveštaji znatno duži od onih u informativnim emisijama. Sagovornici su uvek upućeni u temu o kojoj govore, istovremeno autori priloga su se potrudili da imaju više sagovornika, što daje dinamiku medijskim objavama. Promoviše se visoki kvalitet u stvaralaštvu. Teme su obrađene detaljno i stručno, ali istovremeno to ne umanjuje zanimljivost i pristupačnost. Skoro svaka najava, kao i svi prilozi, imaju muzičku podlogu.

U 79% slučajeva povod je aktuelni događaj, a u 21% medijska inicijativa.

Folder kultura ističe se po kretainosti i televizičnosti na Prvom programu televizije RTV-a na srpskom jeziku. *Folder kultura* predstavlja modernu emisiju posvećenu svetskoj i domaćoj kulturnoj sceni. Odlikuje se kratkim, sažetim priložima sa adekvatnim informacijama. Najčešće u emisiji postoji šest priloga, s tim da šesti nosi naziv *Infokult* i sadrži desetak kratkih vesti iz različitih oblasti umetnosti (film, muzika, književnost, i tsl.). Na programu je svakog četvrtka u 23.03 časova, dok je reprizni termin rezervisan za petak od 13.28 časova. Prosečno trajanje emisije je trideset minuta. Grafički dizajn emisije je moderan i atraktivan.

Povod rubrikama je u 77% slučajeva aktuelni ili budući događaj, a u 23% slučajeva medijska inicijativa.

Plavi krug je serijal umetničkog programa Radio televizije Vojvodine u kojem su najčešće publici predstavljeni značajni autori iz različitih sfera umetnosti (pozorište, film, muzika, likovne umetnosti i tsl.). Subjekt govori o svom životu i odrastanju, radu i uticajima koji su oblikovali njegov/njen umetnički put. Na programu je svakog utorka od 23.10 časova, a repriznu emisiju je moguće pogledati četvrtkom u 13.33 časova. Trajanje emisije je ograničeno na trideset minuta.

Povod je 75% medijska inicijativa i 25% aktuelni događaj (na primer Emisija realizovana 1. marta je bila posvećena 1650. igranju predstave „Buba u uhu“, reditelja Ljubiše Ristića, a emisija realizovana 5. aprila obeležavanju pedeset godina postojanja Muzeja savremene umetnosti Vojvodine).

2.2. Žanrovske forme priloga

U emisijama iz kulture i radija i televizije, i na srpskom i mađarskom jeziku, RTV-a dominantni žanr je intervju. Nedostaje umetnička kritika i drugi analitički i publicistički žanrovni.

Spektar u velikoj meri neguje intervju u živo (61%), ređe snimani u toku aktuelnih događaja iz kulture. Relativno su česte i izjave (26%) snimljene na samim događajima. Nekada veoma prisutna umetnička kritika iz svih oblasti stvaralaštva, danas je ona u *Spektaru* prava retkost (2%). Delimično se ovaj nedostatak nadoknađuje dobro pripremljenim, izazovnim intervjuima sa gostima u studiju (30%) u okviru kojih su pitanja novinarki koncipirana kao stav umetničkog kritičara/kritičarke o delu.

U *Art salonu* preovlađuju intervjui (50%) i izjave snimljene na događaju (38%), ali i umetnička kritika koja je pozicionirana uobičajeno kao uvodnik u emisiju 13%.

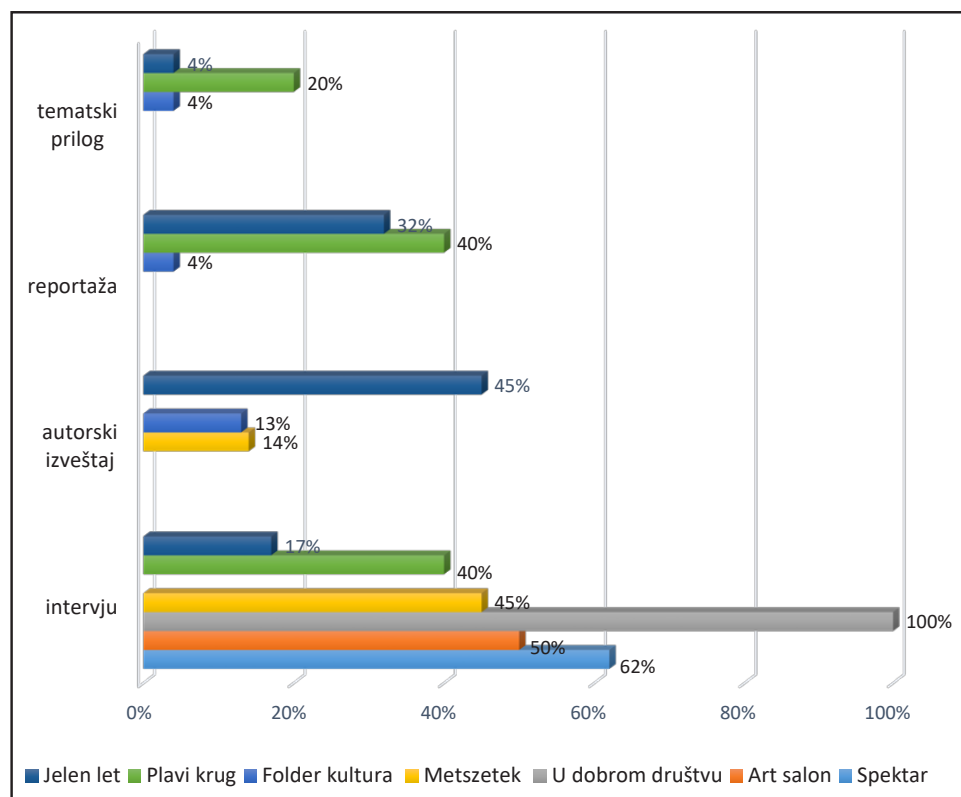
U dobrom društvu je isključivo intervju (100%) emisija u studiju, ili snimljen na terenu.

I u emisiji *Metszetek* na mađarskom jeziku Drugog programa radija RTV-a dominira intervju 45%, i autorski izveštaj 14%, i to 59% čini aktuelni audio snimak, a svega 2% je emitovano uživo iz studija. Manje od četvrtine sadržaja (20%) interpretira voditelj. Za razliku od *Spektra*, *Art salona* i emisije *U dobrom društvu*, u kojima nema arhivskih snimaka u *Metszetek-u* oni čine čak 20% emitovanog materijala.

U emisiji Prvog programa televizije RTV – *Folder kultura*, preovlađuje žanr vesti (61%), dok su znatno manje zastupljeni drugi žanrovski oblici – autorski izveštaj (13%), tematski prilog/paket i reportaža sa po 4% i kritika kao i u svim drugim emisijama o kulturi svega 2%.

U emisiji *Plavi krug* neguju se intervju (40%) i analitički medijski žanrovi (reportaža 40% i televizijski tematski paket 20%). Aktuelni audio-video snimak je 80% emisije.

Jelen let emiisa Drugog programa televizije RTV na mađarskom jeziku neguje žanrovsku raznovrsnost. Prisutni su i faktografski, anlički i publicistički žanrovi. Preovlađuje autorski izveštaj (45%), zatim reportaža (32%), intervju (17%), televizijski tematski apket (4%), umetnička kritika (2%). U 89% slučajeva emitovan je aktuelni audiovideo snimak, a u 11% sadržaji su emitovani uživo iz studija.



Grafikon 6: žanr u emisijama iz kulture

2.3. Tematska raznovrsnost

Tematska raznovrsnost u emisijama iz kulture uslovljena je dnevnim događajima/manifestacijama iz kulture. Svi važni događaji iz Vojvodine, ali i cele Srbije, kao i neki iz sveta našli su mesto u emisijama iz kulture. Izdavačka delatnost, pozorište, likovna umetnost, ređe film i muzika, su tematski okvir interesovanja novinara i novinarki koje rade u redakcijama za kulturu RTV-a. Češće je to mejnstrim, nego alternativna kultura. Emisije za kulturu promovišu uglavnom kvalitet umetničkog dela, nisu stavljali akcenat na afirmaciju nacionalne kulture, već kulturno-umetničko stvaralaštvo kao takvo.

U *Spektru* je 64% tema aktuelni kulturni događaj tipa manifestacija, takođe aktuelni događaj ali je reč o pojedinačnom stvaraocu povod je u 12%, najava događaja 2%, saradnja sa svetom isto toliko. Kulturna politika države i ekonomski i socijalni položaj kulturnih radnika su zastupljeni skromno sa 9%, odnosno 6%.

Likovna umetnost, pozorište i književnost su uglavnom podjednako prisutni kao teme „Spektra” (nešto iznad 20%), filmska umetnost 16% i muzička umetnost 3%. Sve ostalo je bilo sasvim na marginama interesovanja novinarki *Spektra*. Promoviše originalnost i kreativnost (20%), kvalitet umetničkog dela (19%) i uopšte umetničko stvaralaštvo (19%), kao i alternativnu kulturu (17%). Kulturna razmena (5%) ali i negovanje nacionalne kulture prisutni su u *Spektru* (6%). Imajući u vidu da su u posmatranom periodu samo tri novinarki pokrivala ceo „spektar” kulturnih događaja za informativne emisije i pripremale tri zahtevne radijske emisije iz kulture ovo se može smatrati veoma dobrim učinkom.

U *Art salonu* 38% sadržaja pripada pojedinačnom umetničkom delu, 25% manifestacijama, koliko i portretu stvaraoca, 13% trendovima u kulturi i umetnosti i to isključivo u književnosti. Ova emisija pre svega promoviše originalnost, kreativnost i stvaralaštvo (38%), ali i alternativnu umetnost (25%).

Emisija *U dobrom društvu* je multitematska. U zavisnosti od gosta/gošće osvetljava različita polja kulture, stvaralaštva (o književniku i slikaru Momu Kaporu, o glumištu kao izazovu Marko Nikolić, Tomo Kuruzović), ali i ljudskih vrednosti (o hrišćanskim vrednostima Atanasije Angelopulos, direktor Instituta za verska pitanja u Solunu, ili o istorijskom nasleđu – čuvari srpskog vojničkog groblja Zejtinlik Đorđe Mihailović kao i od skora njegov zamenik i budući čuvar ovog mesta Predrag Nedeljković).

Preovlađujuća tema emisije za kulturu Drugog programa radija RTV na mađarskom jeziku *Metszetek* je aktuelni događaj iz kulture (55%), portret umetnika (16%), umetničko delo (6%) i negovanje nacionalne kulture (8%). Ova emisija se fokusirala na pozorište (31%) i književnost

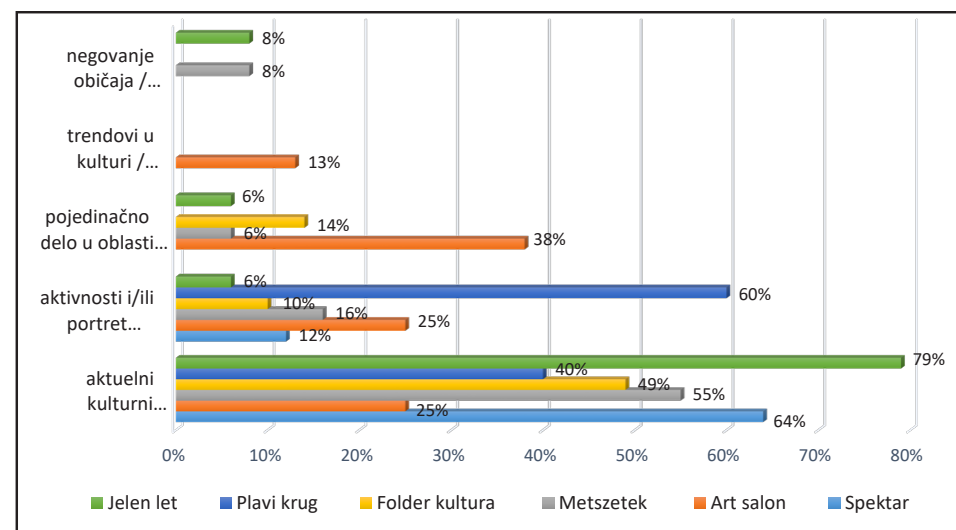
(27%), slede likovna (10%) i muzička (6%) umetnost. Valja istaći da je pozorišna scena na mađarskom jeziku izuzetno aktivna i atraktivna u Vojvodini tako da je podatak o visokoj zastupljenosti u *Metszetek*-u očekivan.

Vesti o aktuelnim kulturnim manifestacijama u našoj zemlji zauzimaju najviše prostora u emisiji *Folder kultura* (49%) Prvog programa televizije RTV, dok se pojedincima kao predstavnicima određene kulturne sfere posvećuje 10%, a pojedinačnim delima iz oblasti kulture 14%. Prema dobijenim podacima najviše prostora u emisiji zauzima filmska umetnost (29%), a druge oblasti kulture su znatno manje zastupljene, književnost (21%), likovna umetnost (15%) i muzika (10%).

Plavi krug po svom formatu neguje aktuelni događaj (40%) i portret umetnika (60%). Dakle osim predstavljanja markantnih pojedinaca iz različitih oblasti umetnosti i kulture, bavi se i kulturnim institucijama, kao nosiocima različitih manifestacija. U analiziranim emisijama najviše se govorilo o slikarstvu (portret slikara Ištvana Sajka, priča o Savi Šumanoviću, obeležavanje pola veka od postojanja Muzeja savremene umetnosti Vojvodine), a 20% se ticalo pozorišta.

Emisija *Plavi krug* promovise kulturno/umetničko stvaralaštvo (67%) dok su znatno manje zastupljeni originalnost, kreativnost stvaralaštva – sa 17%, te alternativna umetnost i tehnološke inovacije – sa po 8%.

Jelen let Drugog programa televizije RTV-a na mađarskom ne odudara od koncepta koji neguju i ostale analizirane emisije iz kulture. Aktuelni kulturni događaj je u središtu pažnje (79%), pojedinačno delo 6%, portret stvaralaca isto toliko, negovanje običaja i tradicije 2%. Prednjači pozorište (34%), zatim likovna umetnost (21%), književnost (19%), muzika (15%), film i fotografija (po 2%). Veoma slično kao i radijska emisija Drugog programa RTV-a na mađarskom jeziku *Metszetek*. Što znači da su praćeni isti događaji i posvećena im gotovo ista pažnja jer medijske inicijative nije bilo. Obrađujući navedene teme ova emisija je negovala kao prevalentnu vrednost kulturno-umetničko stvaralaštvo (38%), originalnost (23%), razvoj i negovanje tradicije i nacionalne kulture (13%), kulturnu razmenu (9%) i kvalitet umetničkog dela 6%.



Grafikon 7: tema u emisijama iz kulture

2.4. Raznovrsnost aktera priloga

U emisijama za kulturu primat je dat stvaralocima i kao subjektima i kao objektima, a ređe institucijama. Najčešće se afirmiše dobra praksa, tačnije nema problematizovanja, niti kritike, odnosno negativnog vrednovanja, rada stvaralaca i njihovih dela. Kultura je „muškog roda” na RTV-u.

Najprisutniji subjekti kao nosioci aktivnosti u *Spektaru* su stvaraoci 40%, 18% institucije kulture i 17% eksperti, teoretičari, kritičari. Objekti su takođe stvaraoci 41%, zatim institucije iz kulture 24%, strani i međunarodni akteri 9%. Kontekst u kojem subjekti govore o objektima je uglavnom pozitivan 55% i neutralan 40%. *Spektar* dakle afirmiše ono što je dobra praksa u kulturi, veoma retko problematizuje stvaralaštvo (negativan stav 2%, i pozitivan i negativan 2%).

Kao i u *Spektaru* domaći stvaraoci su izrazito vidljivi i u *Art salonu*, čine 50% svih subjekta nosilaca aktivnosti, a međunarodni subjekti 38%. Odnos subjekta prema objektu (gotovo je identična pripadnost i procentualna zastupljenost objekata kao u subjektima) je neutralna 75% i pozitivna 25%.

Iako je kultura stereotipno ženska sfera u *Art Salonu* subjekti su u 88% muškarci.

U *Metszettek*-u su, kao i u prethodno definisanim emisijama iz kulture, subjekti kao nosioci aktivnosti i objekti o kojima oni govore u visokom procentu sami stvaraoci (75% i 49%) i oni iz obrazovnih (7%), i institucija kulture (6% i 6%), s tim što je umetničko delo kao objekat prisutno u 23% slučajeva. U emisiji se neguje rodna balansiranost, no ipak neznatno su prisutniji muški subjekti (58%:42%).

Visok procenat novinara kao subjekta nosilaca mišljenja (43%) zabeležen je u emisiji *Folder kultura*, kao i visok procenat stvaralaca iz oblasti kulture (17%), te pojedinačne kulturne institucije (13%).

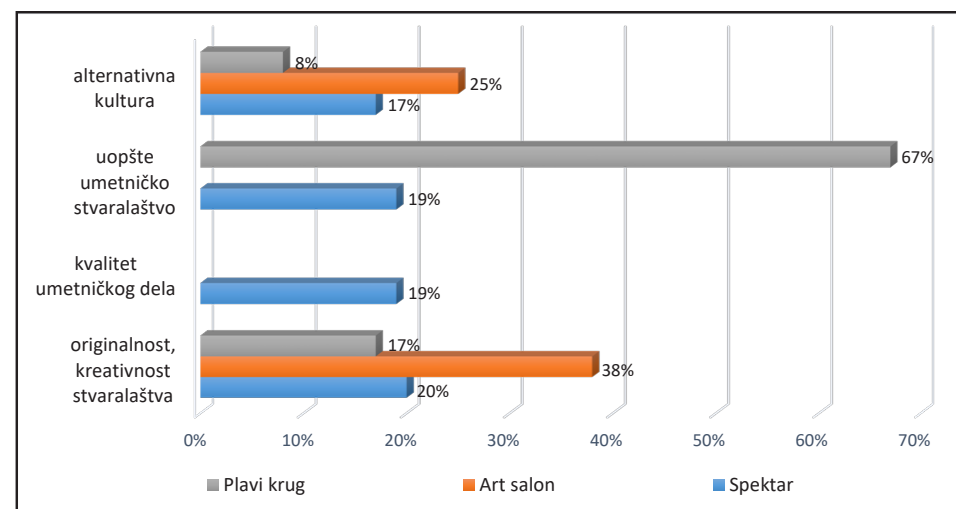
Rodna balansiranost je, kao i kod emisije *Metszettek* na mađarskom jeziku, bolja nego u ostalim – 55% muškarci i 45% žene – koji su govorili u 65% slučajeva o pojedinim oblastima iz kulture. Odnos subjekta prema objektu je ili pozitivan 43%, ili neutralan 50%, kao i neznatno i pozitivno i negativno 6%.

Subjekti emisije *Plavi krug* Prvog programa televizije RTV na srpskom su oni koji predstavljaju određene kulturne institucije (69%), a zatim slede stvaraoci – umetnici (23%) i kritičari sa 8%. Oni su govorili ili o institucijama iz oblasti kulture (54%), ili o stvaraocima (46%). Ukoliko je subjekt predstavnik određene kulturne institucije, onda on govori o aktivnostima matične institucije. Ako je subjekt autor umetničkog dela, on govori o svome radu i životu. Tako da je vrednovanje objekta u 62% slučajeva neutralno, pozitivno u 23%, a i negativno i pozitivno u 15%.

Rodni balans je uglavnom poštovan (54% muški i 46% ženski).

Subjekti bilo da su nosioci mišljenja ili aktivnosti emisije „Jelen lét” korespondiraju sa temom i povodom. To su stvaraoci 76% i subjekti iz obrazovanja 6%. U ovoj emisiji i publika je dobila svoj medijski prostor (5%). Govorili su o stvaraocima (48%) i njihovim umetničkim delima (17%), kao i o akterima iz sfere obrazovanja (4%), ali i o publici (14%) i građanima (13%). Subjekti su o objektima govorili neutralno (66%) ili pozitivno (33%).

Rodni balans uglavnom postoji, iako ne u potpunosti (57% muškarci, 43% žene).



Grafikon 8: vrednosti koje promovišu emisije iz kulture

3. Obrazovni sadržaji

U današnjoj ponudi javnog servisa Vojvodine sadržaji koji bi se mogli smatrati obrazovnim u osnovnom smislu su nedostadni za razliku od monitoringa iz 2009.¹⁰ kada je Prvi program televizije RTV na srpskom jeziku emitovao 9,6% sadržaja koji su se tada mogli smatrati obrazovnim. Istovremeno danas 2016. postoje različite emisije svrstane u druge oblasti (informativna, kulturna, zabavna, dečja i omladinska) koje u sebi sadrže i edukativnu komponentu. U Poglavlju 3. izdvojili smo samo one koje su jasno definisane kao obrazovne. Tu je svrstana i radijska verska emisija *Sosloviye* koja se ne bavi sociologijom religije, već je više u format veroučenja SPC-a pa je stoga dobila mesto među obrazovnim, a ne na primer trećeprogramskim sadržajima iz nauke.

Ukupno je analizirano 18 sati obrazovnog programa na srpskom i mađarskom jeziku.

¹⁰ Jovanka Matić (2009). Raznovrsnost TV programa u Srbiji. U: *Medijski skener*, ur. Dubravka Valić Nedeljković. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.

3.1. Medijski format emisije i povod izveštavanja

Prvi program radija RTV na srpskom emituje jednom sedmično emisiju *Abakus* u okviru koje je podtematski blok *Skamija* u *Popodnevnom programu* ponedeljkom. Suštinski je to jedna emisija sa dva fokusa i bavi se naukom i obrazovanjem, s tim što u okviru emisije postoji samo jedna stalna rubrika. Reč je o leksikografskoj jedinici prenesenoj iz „Srpskog biografskog rečnika” koju čita voditeljka. Odabrane su uvek manje poznate ličnosti iz srpske istorije koje su ostavile zanačajno nasleđe iz oblasti kulture, nauke i obrazovanja. Emituje se ponedeljkom od 16.20 i traje 40 minuta. Analizirane su emisije 25.1; 22.2; 29.2; 4.4; 16.5; i 13. 6. 2016. Ukupno 240 minuta (4 sata). Povod je uglavnom medijska inicijativa (68,75%), a aktuelni događaj je 31,25%. Emisija ne nudi ništa izuzetno i atraktivno iz oblasti nauke i obrazovanja, više prati aktuelnosti iz naše svakodnevnice, nego što predstavlja izazov. Suštinski je primerena ranom popodnevnu u kojem se emituju više sadržaji za opuštanje, negoli zahtevne teme iz nauke i obrazovanja.

Sosloviye je emisija koju je srpska redakcija Radio Novog Sada pokrenula na samom pragu poslednje decenije XX veka kao interreligijski radio časopis sa naglašenim ekumenskim utemeljenjem koja je pratila i aktuelne događaje, ali se bavila i crkvenim dogmatikama, izdavaštvom, portretima, religijskim izazovima današnjice, kao i sociologijom religije i fenomenima odnosa društva sa crkvama i verskim zajednicama u Srbiji i celom regionu. Emisija je tokom dve i po decenije menjala urednike, bivala je ukidana, pa ponovo vraćana u programsku shemu. Analizirani korpus obuhvata ukupno 270 minuta (4 i po sata). Korpus je proširen zbog dva Uskrsa (po Julijanskom i po Gregorijanskom kalendaru, značajno zbog multikonfesionalnog stanovništva Vojvodine) koja su se našla u okviru monitorovanog perioda tako da ga čine emisije emitovane 31.1; 21.2; 24.2; 28.2; 6.3; 13.3; 27.3; 3.4; i 1. 5. 2016. Ona je danas, pre svega, veronauka Srpske pravoslavne crkve. Ovu emisiju već nekoliko godina uređuje, vodi i priprema sve sadržaje samo jedna osoba (veoma retko se angažuje još jedna novinarka) uz sve ostale redakcijske obaveze van religijske sfere, što je nedostavno za ovako značajnu oblast naše društvene prakse. *Sosloviye* je takođe jedina emisija koja se uopšte i bavi

usko religijom na RTV-u, i radiju i televiziji. Ovaj koncept ne odgovara potrebama multikonfesionalne Vojvodine. Ipak valja istaći da programi na jezicima nacionalnih manjina takođe neguju verske emisije sa fokusom na konfesije kojima pripada većina stanovništva određene manjine. Time su, u celini posmatrano za RTV, zadovoljene komunikativne potrebe multikonfesionalnog stanovništva za različitim verskim sadržajima. Jedino što jezička barijera suštinski ograničava njihovo praćenje.

Povod za medijske objave u *Sosloviyu* je u 52% slučajeva aktuelni događaj, u 33% verski praznik, kao i budući događaj 14%.

Zdravac je obrazovna emisija kolažnog tipa Prvog programa televizije RTV na srpskom jeziku koja se bavi najzanimljivijim temama iz zdravstva. Iskorak u formatu ove emisije je da je autorka ujedno i „pacijentkinja” na kojoj se gledaocima pokazuju nove dijagnostičke metode. Prilozi su značajni za gledaoce iz Novog Sada jer su teme uglavnom aktuelni događaji koji se tiču zdravstvenih ustanova u Novom Sadu i Vojvodini. U trajanju od 25 do 30 minuta emisija se emituje svakog utorka od 15 časova i 30 minuta. Analizirano je ukupno 3 sata, a korpus je obuhvatio emisije od 19.1; 23.2; 1.3; 5.4; 17.5; i 21. 6. 2016.

Povod je u velikoj meri medijska inicijativa (83%).

Ráadás (Dodatak) je obrazovni program kolažnog tipa na Drugom programu radija RTV na mađarskom jeziku. Emituje se jednom sedmično u trajanju od 30 min. Ukupno je analizirano šest emisija u trajanju od 5,48 sati i to od 27.1; 17.2; 16.3; 20.4; 4.5; i 8. 6. 2016.

3.2. Žanrovske forme priloga

Žanrovska struktura posmatranih obrazovnih emisija je raznolika i ne može se uočiti neki opšti princip u uređivanju ovih sadržaja. Zabeleženi izuzetak u odnosu na žanrove celog monitorovanog korpusa samo u verskoj emisiji na srpskom jeziku i obrazovnoj emisiji na mađarskom jeziku radija RTV je da se emituju polučasovni snimci sa javnih predavanja bez ikakve novinarske intervencije, ili u nekim slučajevima sa voditeljskim najavama izmontiranih blokova.

Abakus/Skamija preferira intervju (56%) i to je u 38% slučajeva gost/gošća u studiju. Izjava je 19%, a reportaža 13%. Aktuelni audio snimak je 38%, a voditeljka koja je ujedno i urednica emisije, saopštava sadržaje u 25% slučajeva (na primer čita tekst iz „Srpskog biografskog rečnika”).

U *Sosloviju* Prvog programa radija RTV-a na srpskom jeziku ideo izjava, odnosno snimak javnog predavanja koje pokriva ceo termin, je izrazito visok 52%, a intervju je zastupljen sa 29%. Visok je procenat neidentifikovanih žanrova (19%), dakle onih koji nisu jasno izdiferencirani i definisani.

Emisija *Zdravac* Prvog programa televizije RTV je intervju emisija.

Emisija *Ráadás (Dodatak)* je negovala jasno neizdiferencirane žanrove.

3.3. Tematska raznovrsnost

U *Abakusu/Skamiji* su 82% teme iz nauke i obrazovanja – pokrivaju izuzetno široko polje. Na primer gost u studiju je objašnjavao kako funkcioniše ometač „bubica” koje koriste studenti za prepisivanje na ispitima, ili je predstavljena stipendistkinja koja studira na Kembridžu, ona prenosi svoja iskustva studiranja na jednom od najprestižnijih visokoškolskih institucija u svetu. Jedan tematski blok je bio posvećen različitim kalendarima kojima se ljudi u svetu danas služe (tema nije plasirana u sedmici promene zimsko-letnjeg računanja vremena). Posebna tema je bila posvećena popularizaciji nauke van Beograda u takozvanim Naučnim klubovima koji se osnivaju u manjim gradovima u Srbiji, ali i o, na primer, drugom zakonu termodinamike o kojem je kao uvod u svoje otvoreno predavanje govorio profesor sa PMF-a. Budućim studentima bile su posvećene teme o prijemnim ispitima, centru za razvoj karijere i softver za virtuelno intervjuisanje zainteresovanih. Emisija promovise tehnološke inovacije u 57% slučajeva, nacionalnu kulturu u 14% i globalizaciju u 5%.

U *Sosloviju* su teme obrađivane bez jasnog i čvrstog uređivačkog koncepta. U posmatranom periodu možemo ih grupisati u nekoliko tipova tema: 1. populistički sadržaj („Obmana zvana Hilendarski kolač”) 2. osnovne informacije koje su uobičajne teme veroučenja (Post, Zavet, Molitva, Uskrs po Gregorijanskom kalendaru); 3. verska književnost („Priča za laku noć”); naučna emisija (snimak javnog predavanja o Tesli koje je organizovala pravoslavna mladež); zatim kontemplativni teološki sadržaji, teško razumljivi prosečnom auditorijumu (Beseda Tadeja Vitovničkog „Gospod govori čoveku”, „Maksim prosveteni episkop zapadno Američki o trećoj nedelji časnoga posta”, povodom Uskrsa po Julijanskom kalendaru u emisiji su čitani delovi beseda Vladike Nikolaja Velimirovića).

Preovlađujuća tema u *Sosloviju* su verski praznici (59%). Učenje po verskim svetim knjigama 14%, nešto drugo/neidentifikovano, dakle pojedinačne teme koje je teško svrstati u predviđene varijable, zuzimaju čak 18%. Emisija nije reagovala čak i na neke izuzetne, istorijski značajne događaje:

Primer 7. (*Soslovije* 14. 2. 2016) Emisija je bila posvećena Sretenju, Svetom Trifunu i Svetom Valentinu. Prethodne sedmice su se prvi put u istoriji susreli Papa i Jerusalimski patrijar.

Zdravac se bavio zdravljem građana u svim mogućim varijantama.

Emisija *Ráadás (Dodatak)* Drugog programa radija RTV na mađarskom jeziku neguje dve osnovne teme: kulturu (38%) i obrazovanje (33%), s tim da je kategorija „drugo” čak 18%, znači to su teme koje je bilo teško svrstati u bilo koju od predviđenih varijabli.

Emisija o obrazovanju na mađarskom jeziku ima velike manjkavosti. Teško može auditorijum da je prati jer je često u pitanju snimak predavanja na neku temu koji je premontiran i emitovan. Problem je što nema intervencije novinara tokom cele emisije. Emisija ne ispunjava osnovne funkcije ovog tipa programa.

Primer 8. (*Ráadás* 8. 6. 2016.) Tema je migrantska kriza – emitovano je predavanje koje je snimljeno na terenu bez novinarske najave i uvodnika u temu, na početku čak nije predstavljen predavač, tek na kraju tridesetominutnog snimka se kaže ko je govorio.

3.4. Raznovrsnost aktera priloga

Subjekti kao nosioci mišljenja u emisiji *Abakus/Skamija* su osobe iz nauke (27%) i obrazovanja (23%), eksperti (9%), predstavnici udruženja građana 5%. Oni o kojima govore/objekti su takođe iz istih kategorija. Subjekti su o objektima u 52% slučajeva govorili pozitivno, a u 48% neutralno. Polemika je izostala. Emisija nije rodno senzibilisana, 61% su muškarci, a 35% žene.

U *Sosloviju* su subjekti kao nosioci mišljenja mahom samo predstavnici SPC (arhiepiskopi 14%, monasi 27%, sveštenici 23%), drugih crkava (nadbiskup 5%), a od laika subjekti kao nosioci mišljenja su religiolozi 23%, građani 5% i novinari 5%. Oni su govorili o objektima: sveci (9%), verske knjige (14%) i o nečemu drugom čak 86% slučajeva, a to su oni koje je bilo nemoguće grupisati u varijable. Nihov odnos je bio neutralan u 59% slučajeva i pozitivan u 32%, negativan u 9%. Odnos novinarke (urednice) prema subjektu nosiocu mišljenja, objektu nosiocu aktivnosti i temi je neutralan u 43% i pozitivan u 48%, 5% negativan i 5% i negativan i pozitivan.

U emisiji *Zdravac* Prvog programa televizije RTV, najviše subjekata kao nosilaca aktivnosti predstvaljaju zdravstvene institucije (78%) – što je i očekivano. Od ostalih subjekta kao nosilaca mišljenja našli su se pokrajinske i lokalne institucije vlasti, sportske i rekreativne institucije, kao i stručnjaci i građani u drugoj ulozi, te druga društvena grupa (na primer zavisnici). Subjekti govore o svojim zdravstvenim institucijama (81%). Ovo je jedna od retkih emisija u kojima dominiraju žene kao subjekti (58%). Ovo je obrazovna emisija tako da je vrednovanje aktera u 41% neutralno i u 37% pozitivno, i pozitivno i negativno je u 15% priloga.

U monitorovanim emisijama nije uočeno ponavljanje subjekata.

Subjekti i kao nosioci aktivnosti i kao nosioci mišljenja u emisiji *Ráadás (Dodatak)* Drugog programa radija RTV na mađarskom jeziku su bili raznovrsni: 38% strane i međunarodne institucije, 29% kulturne i isto toliko obrazovne institucije, 5% verske zajednice. Dominiraju muškarci (86% prema 14% žene). Neutralan odnos je subjekta prema objektu (95%).

4. Dečiji program

Ponuda dečijeg i omladinskog programa, iako na prvi pogled izgleda dostatna jer su uvedene nove emisije produkcije RTV-a, i u nekim segmentima taj program ostvaruje vrhunske rezultate, ipak delimično odgovara komunikativnim potrebama ciljne grupe. Javni servis je servis svih građana i ako želi da privuče mlađi auditorijum, koji po svim nalazima nije uopšte slušalac/gledalac programa javnog servisa, onda se to ipak neće dogoditi sa ovakvom ponudom specijalizovanih emisija za decu i mlade.

Međutim ako se uzme u obzir i internetski *O radio* (Omladinski radio) tada se s pravom može zaključiti da se javni servis Vojvodine otvorio prema novoj digitalnoj generaciji. Za samo nekoliko godina postojanja *O radio* je uspeo da kapacitira redakciju i osmisli sadržaj koji je prepoznat i u međunarodnoj radiodifuziji. Naime 2016. *O radio* je osvojio dve prestižne nagrade jedna je za najbolju radio stanicu u Evropi (Radio betl u organizaciji RAI2) i organizacija Mladi Srbije nagradila je *O radio* za najbolje izveštavanje o mladima.

Ovo istraživanje nije obuhvatalo internetsku multimedijalnu platformu RTV, niti internetski *O radio* RTV, već isključivo „zemaljski” program.

U odnosu na monitoring iz 2009.¹¹ ponuda dečjih emisija u septembru 2015. je bila na Prvom programu televizije RTV na srpskom 3,36%, a na mađarskom jeziku 0%.

¹¹ Jovanka Matić (2009). Raznovrsnost TV programa u Srbiji. U: *Medijski skener*, ur. Dubravka Valić Nedeljković. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.

Ove, 2016. na radiju i televiziji RTV broj emisija za decu i mlade, koje su produkcija javnog servisa Vojvodine, je povećan, istovremeno je smanjen udeo crtanih filmova. Povećan je i uzrasni diverzitet dečijih i omladinskih emisija, a nije uočeno stalno reprizirne tih sadržaja na Drugom programu televizije RTV, **što je bila jedna od osnovnih karakteristika 2009.**

Poseban značaj javni servis bi trebalo da obraća najzahtevnijim publicističkim žanrovima poput dokumentarne radio drame, umetničke radio drame i radio-igre za decu čime promovise stvaralaštvo i u oblasti pisanja za izvođenje na radiju, ali i istraživanja u oblasti zvuka/radiofonije.

Javni servis Vojvodine kao sukcesor RTVNS ima dugu tradiciju upravo u negovanju publicističkih žanrova. Ove godine obeleženo je 40 godina radio-igre za decu. Davne 1976. osnovana je dramska redakcija za decu koja je uspešno proizvela stotine i stotine kratkih i dužih formi u najzahtevnijem radijskom žanru radio-igri za decu. Nakon više od decenije prekida ponovo je na program stavljen ovaj složeni žanr imanentan upravo javnom servisu. Rezultat duge tradicije i iskustva, ali i istraživanja u formi i žanru, je nagrada koju je na festivalu dečije i omladinske radio-drame „Prix ex Aequo 2016” u Bratislavi – 12-16. novembra 2016. dobila savremena radio-igra Slobodana Govorčina i tonmajstora Aleksandra Markovića „Bajkva za dečakva o patkva kvama”. Inovacija u oblasti radiofonije je to što je cela radio-igra snimljena u otvorenom prostoru, dakle sa originalnim zvucima okruženja, a ne u gluvoj sobi uz pomoć zvučnih efekata.

Radio dramu imaju samo javni servisi u Srbiji s tim da je u RTV emituje i program na mađarskom jeziku koji u fonoteci čuva čak 3000 radio drama na mađarskom jeziku što je izuzetna kulturna baština na jeziku manjine (Javna rasprava o RTV 8. 12. 2016).

Poređenja radi, RTV godišnje emituje 25 novih drama, Radio Beograd 100, a na primer Britanski radio BBC 1000. Slovački radio (javni servis) ima 24-časovni poseban program za decu i mlade.

Dramski program RTV je postavljen na odloženo slušanje. Nije bio predmet analize sadržaja.

4.1. Medijski format emisije i povod izveštavanja

Javni servis Vojvodine izmenio je programske šeme u jesen 2015. godine – obavljena je reorganizacija redakcije za mlade, uvedene su nove emisije, a televizijska i radijska lica iz prethodnog perioda zamenjena su novim kadrom.

Analizirane su dve emisije sa radija, *A sad ja* i *Tinejdž svet*, dok su sa televizije monitorovane emisije: *Vodič za preživljavanje*, *Hajde sa mnom u obdanište*, *Pitam se, pitam se*, *Priče od kojih se raste* i studentska emisija *Akademac*. Analizirano je ukupno 16 sati programa za decu i mlade na oba medija, a svaka emisija u proseku traje 24 minuta dečjeg programa radija i televizije RTV na srpskom jeziku.

Špica za polučasovnu emisiju *A sad ja* (16.1; 27.2; 12.3; 9.4; 21.5; 18. 6.2016. ukupno 2 i po sata) čini prikladna dečija muzika – mahom instrumentalna. Nakon špice, voditeljka postavlja pitanje. Pitanje je istovremeno uvod u temu koja će biti obrađena. Posle pitanja sledi muzika. Nastavak emisije posvećen je zanimljivostima vezanim za glavnu temu. Svaki blok informacija se završava muzikom, čime se deci daje mogućnost da pojedine podatke bolje upamte i/ili možda roditelje pitaju za detaljnija objašnjenja. Emisija na vrlo uspešan način pažnju usmerava na najmlađe članove našeg društva. Aktiviranjem dece kao voditelja i sagovornika ističe se značaj deteta i detinjstva. Istovremeno deci se pruža sloboda da kažu šta osećaju, misle, tj. o čemu razmišljaju. *A sad ja* je emisija namenjena nižim razredima osnovne škole, a konceptualno je slična emisiji *Tinejdž svet* – preovlađuje kolažno-magazinska struktura medijskog sadržaja.

Subotom, svake druge sedmice, emituje se na Prvom programu radija RTV na srpskom jeziku nova emisija *Tinejdž svet* (analizirane su emisije od 23.1; 20.2; 5.3; 2.4; 15.5; 11. 6. 2016) ukupno 4 i po sata. Ova emisija je, ne sasvim uspeo, pokušaj radija javnog servisa Vojvodine da osvoji novi segment publike (stariji uzrast osnovne škole) koji već odavno nije slušalac radija kao medija, a posebno javnog servisa. Petogodišnje istraživanje te populacije u Vojvođanskim osnovnim školama, Odseka

za medijske studije¹², Filozofskog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu, ukazuje da tinejdžeri (osmi razred) u 2015. (poslednja obrađena godina) radio su slušali nikad, ili retko, njih 109, povremeno 107, često 67. Njih gotovo polovina slušaju muzički Radio S, jedna četvrtina, takođe muzički, AS FM, a javni servis Vojvodine sasvim sporadično. U odosu, na primer, na 2012. kada je od 313 anketiranih osmaka izjavilo da radio sluša nikad, ili retko njih 100, povremeno 113, često 95. Tada su takođe slušali najviše muzički Radio S (124), i muzički radio AS FM (njih 35), javni servis gotovo niko.

Takvoj publici obraća se nova emisija Prvog programa radija RTV *Tinejdž svet* koja se sastoji od 60% govornog i 40% muzičkog dela emisije uz pretežno čitani sadržaj u odnosu na emitovane priloge ili gostovanja. Osim urednice, u realizaciji emisije učestvuje dečija radijska grupa sastavljena od dečaka i devojčica različitog starijeg uzrasta. Već u uvodnoj špici može doći do zabune kome je emisija zapravo namenjena. Reč je o muzičkoj podlozi koja asocira na bezbrižnost ranog detinjstva, uz naizmeničnu promenu vrlo mladih glasova. Pritom, poruka koju voditeljka šalje već na početku emisije ne odaje utisak atraktivnosti za digitalnu generaciju.

Primer 9. Tinejdž svet, tinejdž svet, poletite sa nama u čaroban svet

Povod medijskih objava u *Tinejdž svet* su bili 67% aktuelni događaj i 35% medijska inicijativa.

Svake druge subote u istom terminu (12.05) emituje se emisija za predškolce *A sad ja* (16. 1. 2016, 27. 2. 2016, 12. 3. 2016, 9. 4. 2016, 21. 5. 2016, 18. 6. 2016.) koja traje prosečno 30 minuta, ukupno je analizirano 3 i po sata. Deca ranog osnovnoškolskog uzrasta postavljaju pitanja i na njih odgovaraju, pitanja im postavlja i voditeljka/urednica, ali nekad i učenica osnovne škole u ulozi voditeljke. Emisije su tematske i prilagođene uzrastu za koji se pripremaju. Povod je isključivo medijska inicijativa.

¹² Istraživanje se realizuje u okviru izbornog predmeta na osnovnim studijama Žurnalistine *Deca i mediji*, pod rukovodstvom prof. dr Dubravke Valić Nedeljković i asistenta mr Zlatomira Gajića.

Publika Prvog programa televizije RTV na srpskom je od početka 2016. godine mogla da prati emisiju za decu nezavisne produkcije *Fazoni i fore*¹³ koja predstavlja oživljavanje ideje nastale 1985. godine, a čiji je tvorac pisac za decu Ljubivoje Ršumović, ali i nove emisije kao što su *Vodič za preživljavanje* i *Pundravci 2* – namenjene srednjoškolcima. Osim navedenog i emisiju za predškolce *Hajde sa mnom u obdanište*.

Hajde sa mnom u obdanište emisija (23.1; 13.2; 5.3; 2.4; 7. 5. 2016 – ukupno analizirano 3 sata), emituje se na Prvom programu televizije RTV subotom u 8.00 i traje 30 minuta. To je kolaž-magazinska emisija u kojoj učestvuju deca. Muzika je primerena uzrastu kojem je emisija namenjena. Povod za emisiju je medijska inicijativa 71% i aktuelni događaj 29%.

Vodič za preživljavanje je novi serijal Programa za decu i mlade Prvog programa televizije RTV-a koji se sastoji od video klipova tinejdžera koje oni snimaju mobilnim telefonima i šalju redakciji. Emituje se nedeljom u 11.35 i traje do 30 minuta. Analizirano je ukupno 3 i po sata (17.1; 7.2; 06.3; 3.4; 8.5; 12. 6. 2016).

Emisiju u potpunosti realizuju tinejdžeri. Javljaju se u ulozi voditelja i sagovornika. Pažnja se posvećuje temama koje su značajne za mlade danas.

U toku emisiji se emituje video-materijal koji gledaoci mogu da odgledaju i putem *youtube*-a, kao i da glasaju za najbolji (sajt: <http://vzp.rtv.rs/>).

Povod za omladinske emisije je medijska inicijativa.

Akademac (ukupno analizirano 3 sata 6.2; 27.2; 5.3; 9.4; 21.5; 25. 6. 2016.) je debatna emisija čiji koncept u velikoj meri ne privlači svoju ciljnu grupu. Emisija se sastoji iz nasumično odabranih šest studenata, „glavnog gosta/gošće“ i voditeljke koja svakom gostu/gošći stigne da postavi svega po jedno pitanje. Kroz 24 minuta trajanja ove emisije, teme ostaju nedorečene i površno pokriveno. Analizirano je šest emisija, u

¹³ Nezavisne produkcije nisu analizirane u ovom korpusu.

okviru kojih je voditeljka jednolično vodila svaku emisiju. Ova emisija je jedini medijski prostor na kojem studenti dobijaju reč, a studentski predstavnici mesto gde će širiti svoje nedoumice, ideje i zalaganja. Povod je medijska inicijativa.

4.2. Žanrovske forme priloga

U emisiji *A sad ja* osnovni žanr je intervju. U emisiji „Tinejdž svet” podnevnog programa subotom žanrovi su ne sasvim primereni uzrastu: bajka/priča 17%, skeč, gost u studiju i intervju isto toliko.

Dijaloška forma razgovora je najprisutnija, premda ima i delova koji su obrađeni monološki.

U *Vodiču za preživljavanje* teško je odrediti žanr to su u suštini tinejdžerski video-klipovi, veoma popularan žanr među mladima. Danas su oni generacija prozjumer (istovremeno su i konzumeri i proizvođači medijskih sadržaja) tako da ova emisija odgovara tačno na komunikativne potrebe digitalnih urođenika (Prenski), tačnije generacije kojima su nove medijske digitalne tehnologije način svakodnevnog življenja u digitalnom svetu.

Emisije za decu i mlade su kolažnog tipa jedino je *Akademac* debata u studiju. U analiziranih šest emisija *Akademca* voditeljka je jednolično vodila svaku emisiju. Strogo gleda da svi dobiju po jedno do dva pitanja, ali se odmah nakon kratkog izlaganja studenata započinje sledeća zacrtana tema u scenariju i nema produbljivanja debate.

Ova emisija je jedini medijski prostor na kojem studenti dobijaju reč, a studentski predstavnici mesto gde će širiti svoje ideje i razmišljanja. Kako u svakoj emisiji učestvuje sedam gostiju, zbog kratkoće emisije (25 minuta), voditeljka se strogo drži scenarija i ne odstupi sa podpitanjima i diskusijama sa učesnicima. Samim tim, isticanje jednog gosta sa svega dva pitanja utiče na to da se zanemare ostali učesnici.

4.3. Tematska raznovrsnost

Obrazovanje u najširem smislu je najčešća tema svih analiziranih dečijih i omladinskih emisija RTV-a.

U emisiji *A sad ja* teme su u posmatranom periodu bile smeh, čarobni svet knige i znanja, balet Srpskog narodnog pozorišta za decu i odrasle „Ko je najmoćniji na svetu” – Bohuslava Martinua, ljubav, dečija razmišljanja koja nas vode kroz život, nastup radija Novi Sad na 59. Zmajevim dečijim igrama, dečiji raspust, o Grčkoj i Kini.

Emisija na vrlo uspešan način pažnju usmerava na najmlađe članove našeg društva.

U *Tinejdž svetu*, emisiji podnevnog programa subotom najčešći sadržaji su bili posvećeni slobodnom vremenu i predlozima kako da se ono najbolje iskoristi. Akcenat je bio na internetu i društvenim mrežama kao što je *YouTube*, inače najčešće korišćena platforma među osnovcima. Ovo je prepoznato kao glavni interes mladih. Osim o najboljim *Jutjuberima*, iliti *YouTube* ikonama, u emisiji je bilo reči još i o video igrama, izlascima, oblačenju, ali i sportu u manjoj meri. Književnost je takođe bila značajno zastupljena, kao i razgovori sa popularnim dečijim piscima. Tako su slušaoci Prvog programa radija RTV imali priliku da saznaju više o piscima i delima koje čitaju kao školsku lektiru. Ova emisija promovise podjednako znanje i učenje, hrabrost i takmičarski duh, ljubav, prijateljstvo solidarnost i ljubav prema umetnosti.

Hajde sa mnom u obdanište je u 40% slučajeva imalo učenje kroz igru kao osnovnu temu i u 20% svakodnevicu u kojoj deca odrastaju. Obradujući te teme ova emisija je u 26% promovisala ljubav prema umetnosti, u 24% slučajeva patriotizam i tradiciju i u 14% slučajeva učenje i znanje, u 7% bonton i ferplej, 5% prijateljstvo i solidarnost. Negativne vrednosti koje se osuđuju su u 24% slučajeva negativan stav prema umetnosti, 18% navike koje su loše po zdravlje, 18% nepatriotizam/izdaja, 9% lenjost, 9% nepristojno ponašanje.

Vodič za preživljavanje Prvi program televizije RTV u posmatranom periodu obradio je sledeće teme: ulizivanje, inspiracija, predlozi kako da se provede zimski raspust, proslava rođendana i udvaranje devojkama, roditeljske laži, o brijanju, neprijatne situacije, problem *single*-devojaka, „Ljudi mačke” – nastavak serijala grupe autora o temi „Kad bi ljudi bili psi”, intervju sa frontmenom grupe S.A.R.S., iz *Adrenalin parka* se javlja

Danilo Lučić, a Filip Lazarević je ponudio auditorijumu tipologiju ljudi koji se voze gradskim prevozom (brbljivac, posmatrač, komentator, fotograf, smrdljivac, zapucani, čitač novina, spavalica, buržujka), koliko je teško snimiti video-klip, *Vodič za Vodič za preživljavanje* ili: kako da kažeš kolegi da mu je ideja glupa? Kraj škole, ali ne i kraj učenja, roditelji i tehnologija, tračarenje.

Ova emisija prvog programa televizije RTV ostvaruje javni interes jer na originalan način, odgovarajući tinejdžerima, prikazuje probleme sa kojima se oni susreću tokom odrastanja i adolescencije.

Pružanjem šanse da kažu šta misle i sa kakvim mukama se suočavaju, omogućava mladima da se oseće značajnim za društvo u kojem bivstvuju. Istovremeno, govoreći o kriznim periodima karakterističnim za adolescenciju, gledaoci mogu da se identifikuju sa vršnjacima i na taj način shvate da nisu usamljeni, tj. da njihovi problemi nisu nerešivi, niti drugačiji od problema njihovih vršnjaka.

U emisiji *Akademac* teme kao što su hiperprodukcija doktoranata, pronalazak posla, studiranje u inostranstvu jesu veoma značajne za akademsku zajednicu, ali su ostale nedorečene i bez ozbiljne diskusije i argumentacije. Budući da emisija traje svega 25 minuta, uz sedam gostiju i prilog, nemoguće je postići opsežnije debatovanje o nekoj temi. Nijedna emisija nije dala rešenje, nisu se čuli primeri i iskustva. Veći deo emisije se koristi da glavni gost, koji je najčešće stručnjak, profesor ili omladinski radnik, objašnjava pojmove i pojave.

4.4. Raznovrsnost aktera priloga

U emisiji *A sad ja* subjekti kao nosioci aktivnosti su članovi dečije radio grupe, deca starijeg predškolskog i mađeg školskog uzrasta, ali i umetnici koji stvaraju za decu. Voditeljka nastupa u ulozi moderatorke, dok glavnu reč vode deca. Na taj način emisija dobija na kvalitetu a slušaocima, kazuje da je detinjstvo posebno doba i da stoga na odgovarajući način mora i da se neguje.

U *Tinejdž svetu* subotnjeg podnevnog programa subjekti su članovi radijske dečije grupe (50%), njihovi vršnjaci, zatim književnici

(50%). Svi su govorili samo o tinejdžerima (100%) i to u potpunosti pozitivno.

U emisiji *Hajde sa mnom u obdanište* glavni subjekt su deca gotovo 70%, a potom obrazovne institucije, stručnjaci.

Vodič za preživljavanje u potpunosti realizuju tinejdžeri. Javljaju se u ulozi voditelja i sagovornika. Dijaloška forma razgovora je najprisutnija, premda ima i delova koji su obrađeni monološki.

Subjekti kao nosioci mišljenja i aktivnosi u *Akademcu* su studenti 70%, dvadesetak posto obrazovne institucije i stručnjaci ispod deset posto.

Odnos subjekta prema objektu je uglavnom pozitivan.

Subjekti i objekti u dečijim i omladinskim emisijama su deca i mladi uzrasta kojima su emisije namenjene kao i oni koji ih neposredno okružuju.

5. Sportski program

Sportske, kao i na primer poljoprivredne, emisije na RTV-u (nekad RTVNS) beleže izuzetno dugu tradiciju. Pri čemu su sportska popodneva nekad samo nedeljom, a sad sredom i subotom popodne, oduvek najslušanija emisija radija RTV. Među najbrojnije redakcije spadaju upravo sportska redakcija radija (šest osoba je identifikovano kao autori rubrika o sportu) i televizije RTV. Istovremeno uređivačka politika ovih emisija/popodneva ne menja se već decenijama iako se auditorijum, kao i sport, ali sada kao društveni fenomen, potpuno promenio.

Udeo sportskih emisija na prvom programu televizije RTV na srpskom 2009.¹⁴ godine je bio 3,0%, a u septembru 2015. je udeo bio 1%, a na Drugom programu televizije RTV na mađarskom jeziku 3,6%.

¹⁴ Jovanka Matić (2009). Raznovrsnost TV programa u Srbiji. U: *Medijski skener*, ur. Dubravka Valić Nedeljković. Novi Sad: Novosadska novinarska škola.

Sportske emisije se bave rezultatima, a ne fenomenima iz sociologije sporta, niti strategijom razvoja sporta u Srbiji. Jedino su još i ekscesi na utakmicama i promene na čelu velikih klubova informacije koje prelaze informativni prag u sportskim emisijama.

Fudbal je načešće tema sportskih emisija.

Sportske emisije su pretežno „muškog roda”.

Ukupno je analizirano 12 sati i 15 minuta sportskog programa.

5.1. Medijski format emisije i povod izveštavanja

Emisija *Radio sport* emituje se svakog dana od ponedjeljka do petka na Prvom programu radija RTV, od 15.30 do 16.00 časova.

Analizirano je ukupno 85 priloga, što je prosečno 5,31 priloga po emisiji u 15 emisija emitovanih 18.1; 3.2; 12.2; 19.2; 8.3; 16.3; 24.3; 1.4; 3.5; 11.5; 20.5; 27.5; 13.6; 21.6. i 29. 6. 2016. Ukupno 7 i po sati programa.

Emisija je kolažna, a među analiziranim emisijama niti jednom nije zapažen uživo razgovor u studiju. Javljaju se autorski prilozi, ali i neautorizovani prilozi.

Osim emisije *Radio sport*, analizirana je i jedna emisija *Sportska subota* (12. 3. 2016.), koja se emituje celo popodne udarnog sportskog dana, od 15.30 do 19.00 časova. Ova emisija se uglavnom bavi radijskim prenosom fudbalskih utakmica, a tako je upravo bilo i u okviru analizirane emisije kada su rađeni prenosi utakmica iz Bačke Palanke i Subotice.

Od ukupno 85 analiziranih priloga *Radio sporta*, čak u 70 je u pitanju aktuelni ili budući događaj, 14 je pseudodogađaja, dok se samo jedan prilog može okarakterisati kao medijska inicijativa – u njemu se autor bavi nepovoljnom situacijom u ženskom rukometu u Srbiji.

Emisija *Sportska hronika* emituje se svake nedelje nakon *Vojvođanskog dnevnika* na prvom programu televizije RTV na srpskom jeziku i predstavlja sedmični pregled sportskih dešavanja u trajanju od dvadesetak minuta. Analizirani korpus obuhvata 5 polučasovnih emisija

emitovanih 28.1; 6.3; 10.4; 22.5. i 26. 6. 2016. (januarsko izdanje nije praćeno). Ukupno 75 analiziranih minuta (sat i 15 minuta). U periodu praćenja *Sportske hronike* nije bilo odstupanja od termina.

Voditelj stoji i najavljuje priloge i čita preglede rezultata, dok su sami prilozi često konfuzni, nadovezuju se jedan na drugi (pogotovo kada je reč o pregledu rezultata iz fudbalskih liga), međutim ima i kvalitetnih autorskih priloga snimanih na području cele Srbije.

Povod za medijsku objavu u ovoj emisiji je isključivo aktuelni sportski događaj.

5.2. Žanrovske forme priloga

U *Radio sportu* Prvog programa radija RTV na srpskom jeziku dominiraju vesti (32%), izjave (47%), manje je autorskih izveštaja (8%) i vesti u nizu (5%). Najprisutniji su žanrovi bez kritičkog i analitičkog pristupa temi. U *Radio sportu* dominira izjavno novinarstvo, kao i prilozi, koji su samo obrađene agencijske vesti, ili izveštaji i to bez navođenja izvora. U 94% slučajeva emitovan je audiosnimak. Uočeno je apsolutno odsustvo razgovora u studiju sa gostom/gošćom, koji je u okvirima radijskog novinarstva jednostavno realizovati u tehničko-tehnološkom smislu.

Dominantni žanr u *Sportskoj suboti* je direktan prenos fudbalskih utakmica. Po tim prenosima su i poznati radijski sportski novinari izuzetni poznavaooci fudbala. Prvi program radija RTV još u etru ima glasove izuzetno dinamičnih, angažovanih sportskih novinara već decenijama prepoznatljivih ljubiteljima fudbala. Važno je istaći da *Sportska subota* na radiju afirmiše domaći timski sport i to ne samo vrhunski.

U *Sportskoj hronici* Prvog programa televizije RTV od ukupno 48 analiziranih priloga, najveći broj, njih 26, predstavljaju tematski prilog – paket, 14 priloga emitovani su kao autorski izveštaj a 5 su bile obične vesti. Pod kategorijom „drugo“ našla su se tri priloga i oni predstavljaju pregled golova iz lige.

5.3. Tematska raznovrsnost

Radio sport u fokusu ima aktuelni sportski događaj 44%, kao i priprema i najava sportskog događaja 38%. Ukupno se ove dve teme javljaju u 81% analiziranih radijskih objava. Dominiraju izveštaji o fudbalu 36%, košarci 14%, odbojci i tenisu po 11%, rukometu 6%, vaterpolu 5%. Osim sa Olimpijskih igara ne izveštava se o gimnastici, mačevanju, plivanju i tako dalje. Istovremeno *Radio sport* jeste pažnju posvetio i manje popularnim sportovima, kao što su rvanje, biciklizam, veslanje, košarkaško prvenstvo za veterane, rekreativni sport.

Primer 10. (*Radio sport* 11. maj 2016.): Osim što se bavimo vrhunskim sportom i sportskim aktuelnostima naravno da posvećujemo pažnju i nekim drugim stvarima... Govore o društvenoj odgovornosti... Naime, Jovan Simić, koji je podigao Srbiju na noge...

Nema priloga o navijačima, huliganizmu, dopingu, ekonomskoj strani sporta, sportskom klađenju i sličnim temama. Niti postoji sportska emija na javnom servisu Vojvodine koja se sistematičnije bavi sociologijom sporta. Osnovni povod za medijsku objavu je isključivo takmičarski rezultat.

Gotovo jedina tema u *Sportskoj hronici* Prvog programa televizije RTV je u 98% slučajeva aktuelni sportski događaj, a samo jedan prilog ticao se proslave postojanja kluba (2%). Fudbal je najpropraćeniji sport u ovoj emisiji 25%, košarka 13%, rukomet 10% i odbojka 8% su na prva tri mesta po učestanosti. Vaterpolo, šah i auto – moto sportovi nisu spominjani u emisiji, dok je tenis bio tema samo jednom i to kada je Đoković igrao na Dejvis kupu. Kada se govori o individualnim sportovima, uglavnom se govori o borilačkim veštinama.

5.4. Raznovrsnost aktera priloga

Subjekti kao nosioci aktivnosti u *Radio sportu* RTV na srpskom jezku u 64% slučajeva su sportski klubovi, timovi i reprezentacije, a svega 16% sportisti i sportistkinje. Institucije i u emisijama koje ističu takmičenje i podstiču postizanje najboljih rezultata dominiraju i govore u

ime onih koji postižu te rezultate. Muškarci čine 64% svih subjekata, žene 14% a ostalo su rodno neidentifikovani subjekti.

U *Radio sportu* dominira izjavno novinarstvo, kao i prilozi, koji su samo obrađene agencijske vesti, ili izveštaji. Uočava se da se prate aktuelni i pseudodogađaji, uz gotovo potpuno odsustvo medijske inicijative.

Sportska hronika Prvog programa televizije RTV na srpskom jeziku imala je veći diverzitet subjekata kao nosilaca aktivnosti. Strani subjekti, gde se pretežno misli na strane sportiste, pojavili su se u 6% slučajeva. Republičke i pokrajinske sportske institucije (savezi, lige) su se kao subjekti pojavili po jednom, dok su klubovi, timovi i reprezentacije bili subjekti u 24% slučajeva. Pojedinačni sportisti davali su izjave 25 puta, dok su sportski treneri bili subjekti u najvećem broju slučajeva 30 puta.

6. Dokumentarno-zabavni program

Dokumentarno-zabavni program radija Prvog programa RTV-a u odnosu na period RTVNS je u suštini sveden na muzičke emisije, *Noćni program* i *Jutarnji program* vikendom (analizirani u okviru 1. Hibridnih programskih formata/blokova), i emisiju *Subotom sa vama*. Nema više humorističkih zabavnih emisija koje su činile znatan deo ovog tipa programa. Ostaje otvoreno pitanje šta je danas uopšte zabavni program na radiju RTV, osim muzičkog, posebno u mediju koji je formatiran po modelu hibridnih programskih blokova koji su sve ujedno i informativni i obrazovni i zabavni. Analizirani korpus ukazuje da se slio obrazovni i zabavni tip programa u govorno-muzičkim emisijama. Radio je izgubio u segmentu zabavnog programa smeh kao sadržaj. Postao je ili preozbiljan, ili naprosto plej lista.

Televizijski program RTV-a je očuvao i razvio zabavni program i u oblasti humorističkih emisija, dokumentarno-zabavnih, muzičkih, kao i specijalizovanih kraćih emisija (30 minuta do jednog sata) za posebnu vrstu publike (hobi emisije, emisije o ženama za žene, osobama trećeg doba, putopisnim, zanimljivim osobama i tome slično). Specifičnost

televizije RTV je da nema popularnih formata komercijalnih televizija kao što su kvizovi, rijaliti, domaći sitkomi i slično.

Ukupno je analizirano 34 sata zabavnog programa RTV.

6.1. Medijski formati emisija

Subotom sa vama Prvog programa radija RTV na srpskom jeziku je jadan od višedecenijskih brendova ovog radija. Nastala u vreme kada su ovakve višesatne zabavne voditeljske emisije sa intrigantnim gostima i temama iz sveta zabave i poznatih ličnosti bile retkost. Dugo godina je bila najslušanija emisija Radija Novi Sad, nekad, današnjeg javnog servisa Vojvodine. Uloga voditelja je imala poseban značaj u ovoj emisiji. Svojom izuzetnošću oni su bili ti koji su davali pečat uz muziku koja je bila važan sadržajni element emisije. Za veoma prepoznatljivu najavnu i odjavnu špicu ove emisije je komponovana posebna muzika na tekst koji na duhovit način poziva auditorijum da je slušaju.

Primer 11. (Najavna špica – song za emisiju *Subotom sa vama*)
„Nedeljom sa familijom, ponedeljkom sa kolegama, utorkom sa drugarima, sredom sa poslovnim partnerima, četvrtkom ‘jao kad će vikend’, petkom sam sa sobom, Subotom sa VAMA”.

Emisija je donosila Radiju Novom Sadu, neprevaziđen do danas, prihod od rekama. Početkom osamedesetih godina XX veka EPP redakcija radija zbog ove emisije imala je obaveznu radnu svaku subotu.

Danas je to emisija niskog kapaciteta. Bez prepoznatljivih voditelja, koja traži način da u novom medijskom i društvenom kontekstu odgovori na sve zahtevnije komunikativne potrebe publike koja radiju uglavnom nije sklona. Za sada je to sadržajno pre mlaka, nego izazovna emisija, iscepkana stalnim rubričicama koje obrađuju već oveštale teme (uputstva za ishranu, recepti i tome slično) koje su primerenije televizijskoj nego radijskoj obradi. Događa se da se repriziraju prilozima iz drugih emisija:

Primer 12. (*Subotom sa vama*, 23.01.2016)
Ponovljen prilog od 22.1.2016. o turističkim vodičima u Novom Sadu preuzet iz prepodnevnog bloka *Od A do Š*, i od istog datuma o Savi Šumanoviću iz emisije *Spektar*.

O emisiji autorke navode:

“Emisija *Subotom sa Vama* je kolažnog tipa, bavi se kulturom, umetnošću, naukom i zdravljem, prezentujući teme na popularan način sa obrazovnim premisama. Kratki razgovori o aktuelnim društvenim pojavama u kojima će govoriti sociolozi, medicinski stručnjaci, radnici iz oblasti kulture i nauke u najširem smislu. Uključena reportera sa značajnih događaja u Vojvodini i zemlji u celini. Predstavljanje izdavačkih kuća i knjiga, takođe uz kontakt sa slušaocima. U emisiji su pretežno gosti uživo razgovori uz uključenje slušalaca, reportera, kombinovano sa prilozima i reportažama”¹⁵.

Televizija RTV je preuzela deo radijskih sadržaja i to baš onih u sveri humora i satire. Na Prvom programu televizije RTV na srpskom jeziku emituju se dve veoma gledane takve emisije *Dnevnijak* i *Državni posao*.

Dnevnijak predstavlja humorističnu emisiju koja je konceptualizovana kao redovna centralna informativna emisija *Dnevnik*, samo što su i voditelji u studiju, kao i prilozima, sarkastične i humorističke fikcije događaja, često kao reakcija na aktuelna događanja. Emisija je nastala u saradnji sa Akademijom umetnosti i sajtom *Tarzanija* sa koga dolazi i urednički tim. Emisija se emituje od jeseni 2015. godine svake subote u 17 časova i 30 minuta i u njoj nema reklama. Ukupno trajanje monitoringovanih emisija jeste 180 minuta (3 sata). Emisije traju u proseku od 25 do 30 minuta i tokom monitoringa nije bilo odstupanja. Datumi analiziranih emisija su 23.1; 27.2; 3.3; 7.4; 19.5; i 23. 6. 2016.

Povod za skečeve su aktuelni događaji, ali i izmišljeni i pseudo događaji. Pošto simulira informativnu emisiju tipa *Dnevnik*, neguje i slične žanrove, a teme su uglavnom plasirane u odvojene rubrike (ekonomija, obrazovanje, kriminal, životni stil, obrazovanje, nauka, crna hronika, sport, rekreacija) iste kao i u *Dnevniku*.

Subjekti u *Dnevnijaku* ni u jednom slučaju nisu bili stvarni, simulirani subjekti predstavnici vojske, partija, crkava i verskih zajednica, sportisti – zapravo su glumci/glumice.

¹⁵ http://www.rtv.rs/sr_lat/subotom-sa-vama

Subjekti se u 99% slučajeva vide i čuju. Pošto *Dnevnik* verno podražava model *Dnevnika* 83% subjekata su muškarci, a svega 14% žene. Objekti su subjekti „u ogledalu“ o kojima oni govore, s obzirom na to da se radi o emisiji koja sarkastično ismeva aktuelna dešavanja i društvene pojave, o objektima subjekti govore u 33 % slučajeva negativno, no ipak je pozitivno vrednovanje u većini, zastupljeno u 44%. Neutralno vrednovanje objekta zabeleženo je u 16% slučajeva.

Ne ulazeći u komentarisane glume, ova emisija predstavlja osveženje mlađoj populaciji koja sve manje i manje gleda televiziju uopšte, posebno javnog servisa, a vreme uglavnom provodi na društvenim mrežama. Nije sporno ni to da omladina gleda *Dnevnik* na You Tube-u (pojedinačne klipove). Svakako sadržaj predstavlja humoristično i sarkastično viđenje svakodnevice na programu RTV-a, što uz *Državni posao* predstavlja najzanimljiviji program za mlade pokrajinskog javnog servisa.

Teme koje su zastupljene su aktuelne teme za ciljnu grupu emisije – od studiranja do posla i izlazaka. U nekim priložima humor prevazilazi granice dobrog ukusa, a i same teme su vrlo često osetljive (LGBT populacija, odgoj dece). Subjekti u priložima predstavljaju sušte suprotnosti, a neutralne ili stvarne slike nema (npr. anketa povodom Dana žena gde je onaj ko kupuje cveće prikazan kao neka patetična osoba, dok ogromni i „besno“ obučeni likovi predstavljaju „pravog muškarca“). Međutim, s obzirom da scenarije pišu uglavnom urednici sa sajta *Tarzanija* koji je omladini dobro poznat, ovakvi sadržaji su očekivani.

Tridesetominutna emisija *Dobar pogled* se emituje svake srede od 13.00 časova na prvom programu Radio televizije Vojvodine. Korpus istraživanja činilo je šest emisija emitovanih u periodu od januara do juna: 21.1; 25.2; 3.3; 7.4; 19.5. i 23. 6. 2016, ukupno 3 sata analiziranog materijala. Za zadate emisije nije bilo odstupanja od programske šeme RTV.

Ova emisija za ciljnu grupu ima ljubitelje lova, zaljubljenike u prirodu i lovačku hranu. Osim reportaža sa terena o lovačkim udruženjima širom Srbije, u emisiji se mogu pogledati i poslušati saveti

veterinara, oružara, a takođe se mogu naučiti recepti najpoznatijih lovačkih restorana. Takođe postoji rubrika *vaš foto – video* koja nije do duše zastupljena u svakom izdanju, ali je njena svrha da se prikažu fotografije i snimci gledalaca nastalih tokom lova, boravka u prirodi, ili tokom druženja lovačkih udruženja.

Povod je uvek medijska inicijativa 97%, a žanrovi reportaža 56%, vest i izjava 29%, tematski paket 6%.

Teme su u okviru sporta i rekreacije fokusirane na lov pa su tako i subjekti i objekti iz te sfere. Pošto je cilj emisije promovisanje lovnog sporta i rekreacije odnos subjekta prema objektu je 74% pozitivan, 16% neutralan i 7% negativan. Akteri su muškarci u 89% slučajeva, a žene samo u 8%.

Dodati život godinama je muzičko-zabavna emisija koja se emituje na Prvom programu RTV-a svake nedelje od 13.00 časova. Ukupno trajanje analiziranih emisija jeste 360 minuta, odnosno 6 sati, a praćene su emisije od 24.1; 28.2; 6.3; 10.4; 22.5. i 26. 6. 2016. Nije bilo odstupanja od termina.

Njeno trajanje je u proseku 50 do 60 minuta, u sklopu kojih se smenjuju muzičke numere, razgovori u studiju i reportaže. Emisiju vode tri voditelja/voditeljke.

Emisija je pretežno namenjena osobama trećeg doba, a reportaže su uvek vezane za trenutne goste u studiju koji su zapravo predstavnici Udruženja penzionera i Udruženja žena iz cele Srbije.

U svakoj emisiji postoji jedan reklamni blok u kom su emitovane najviše tri reklame i traje između 40 i 60 sekundi.

Povod je medijska inicijativa (56%) i aktuelni događaj (44%), a identifikovana su samo dva žanra: intervju (50%) i reportaža (50%).

Preovlađuju teme iz kulture (74%), slede socijalne teme, sport i rekreacija, životne priče. Subjekti samo pozitivno govore o umetnicima, civilnom sektoru, stručnjacima, sportu, rekreaciji i to gotovo podjednako i muškarci i žene.

Pošto treće doba nema nikakvu društvenu moć, a istovremeno žene duže žive od muškaraca, rodna balansiranost u ovoj emisiji je mnogo bolja nego u drugim (54%:45% za muškarce).

Konceptualno dobro zamišljena sa gostovanjima narodnih orkestrara, i sa skoro 50% vremena iskorišćenih na muzičke numere, predstavlja pravu emisiju za nedeljno popodne posle ručka. Javni servis ovom emisijom fokusira se na deo populacije koja je u Vojvodini mnogobrojna, treba imati u vidu da je u Pokrajini veći mortalitet od nataliteta i da je prosečna starost stanovništva 41,8 godina.

Emisija *Centar sveta* emituje se na Prvom programu televizije RTV svakog četvrtka u 16.20 časova. Emisija *Centar sveta* praćena je šest puta i to: 21.1; 4.2; 10.3; 7.4; 19.5. i 23. 6. 2016. Za vreme praćenja ovih emisija nije bilo odstupanja od programske šeme. Ukupno je analizirano 150 minuta (2 i po sata).

U proseku traje 25 minuta, a koncipirana je kao reportažna emisija u kojoj je autor i prezenter. Autor emisije posećuje razne predele, kako poznate turističke destinacije, tako i mesta manje poznata javnosti. U 25 minuta emisije mahom prevladavaju video zapisi uz kraća autorova objašnjenja o znamenitostima i zanimljivostima vezanim za određeno mesto. Svaka emisija ima svoj naslov, a neke se reportaže emituju iz više delova. Sagovornici su ili titlovani, ili parafrazirani, a „studijски“ deo u emisiji ne postoji. Emisija se na Prvom programu RTV-a emituje tri godine i osvojila je sedam internacionalnih filmskih nagrada (podatak sa sajta RTV).

Povod za izveštavanje je u četiri slučaja bio aktuelni događaj, i to kada se radilo o reportaži sa Mediteranskog turističkog foruma na Malti i u emisiji o održanoj vojvođanskoj regati. U ostalih 80% slučajeva povod za izveštavanje jeste medijska inicijativa.

Teme su istorija, znamenitosti, kultura, svet i region, poljoprivreda.

Strani subjekti pojavili su se osam puta, zatim slede sportske i rekreativne institucije (11%), građani kao učesnici u događaju i svedoci (11%), đaci (8%) i nešto drugo (18%), pod čim se misli na voditelja koji se

ne javlja „uživo“. Svi subjekti su personalizovani i njihovo predstavljanje je u 100% slučajeva – „vidi se / čuje se tonski (govori uživo)“. Subjekti su muškarci 82% a žene 18%. Vrednovanje aktera je u 87% slučajeva bilo pozitivno, svega pet puta neutralno i dva puta podjednako negativno i pozitivno.

Kolažno-magazinska emisija *Petkazanje* emituje se petkom od 20.10 časova i u proseku traje 60 minuta. Ukupno je analizirano 6 sati programa, odnosno 6 puta po 60 minuta. Analizirani datumi su: 29.1; 5.2; 4.3; 8.4; 25.5. i 26. 6. 2016. U ovim terminima nije bilo odstupanja od programske šeme.

Jedna je od popularnijih emisija na Prvom programu RTV-a na srpskom jeziku zbog toga što reportažno donosi priče o običnim, a neobičnim, ljudima i manifestacijama širom Srbije. Autor, urednik i voditelj emisije je ista osoba.

U svakoj emisiji bude jedan blok reklama od oko 120 sekundi, a Gomex je sponzor emisije.

Povodi su ili medijske inicijative (57%) ili aktuelni događaj (43%).

Dominira reportaža (63%) snimljena na terenu (aktuelni audiovideo snimak 74%).

Teme su raznolike (ekonomija 9%, kultura 35%, sport i rekreacija 13% a ostalih 43% su teme iz svakodnevnog života).

Najprisutniji subjekti su građani (49%) koji govore o najrazličitijim objektima pozitivno (78%).

Ovo je emisija dominirajućeg maskuliniteta (90% muškarci, 10% žene).

Petkazanje je izuzetno popularna emisija jer oslikava život običnih ljudi onakav kakav on zaista i jeste pri čemu pokazuje i običaje, i tradiciju, i stare zanate kojih vrlo brzo više neće biti, ostaće trag u ovim dokumentarnim reportažama i u kulturi sećanja. I nakon 13 godina

redovnog emitovanja petkom u večernjim satima ova emisija je zadržala atraktivnost i obeležila petak kao važan dan u šemi Prvog programa RTV. Ekipa sastavljena svega od tri člana uspela je da nametne auditorijumu dokumentaristički zabavni format kao nov, svež i izazovan medijski izraz koji u interakciji sa publikom realizuje svaku emisiju.

Emisija *Pod istim krovom* Prvog programa televizije RTV na srpskom jeziku je hibrid između informativnog i zabavnog. Emisija je u periodu od januara do juna praćena po jednom u svakom mesecu i to po datumima: 21.1; 25.2; 3.3; 7.4; 19.5. i 23. 6. 2016; i za to vreme nije bilo odstupanja od programske šeme RTV-a. Ukupno vreme analiziranja materijala iznosi šest sati.

Najveći broj priloga tiče se evropskih standarda i evropskih pristupnih fondova. Na sajtu RTV-a o ovoj emisiji između ostalog piše i da afirmiše „Partnerstvo kao izazov na putu za brže priključenje razvijenim zemljama. Između zabluda o lakom prelasku na bolji standard i starim lošim navikama”.

Emisija se emituje četvrtkom od 22.40 i traje u proseku 30 minuta.

Medijska inicijativa (53%) dominira nad aktuenim događajem (47%) tako da je televizijski tematski paket osnovni žanr (79%).

Obradene su različite teme na atraktivan, neuobičajen i zabavan način (ekonomija i poljoprivreda 47%, obrazovanje i nauka 16%, kultura i politika po 11%). Na primer kada novinar priča sa sagovornikom (stranac) o servisu za iznajmljivanje bicikala oni to rade dok voze iste te bicikle. Subjekti su raznoliki građani najčešće (27%), ekonomisti 17%, stranci 12%, subjekti iz obrazovanja 7%, stručnjaci 5%, pretežno muškarci (71%).

Cilj emisije je afirmacija EU tako da je odnos subjekta prema objektu u 60% slučajeva pozitivan, u 16% neutralan, nešto manje (10%) negativan, polemičan (i pozitivan i negativan 13%).

Još jedna emisija koja na Prvom programu televizije RTV ukazuje na jednu manje poznatu populaciju koja živi tu kraj nas i gleda nas iz

konteksta sopstvene kulture, običaja, jezika, društvenih odnosa. Reč je o kolažno magazinskoj emisiji *Sve stranci* koja se emituje petkom u 19 časova na Prvom programu televizije RTV. Ukupno je analizirano šest emisija (21.1; 4.2; 3.3; 7.4; 19.5. i 23. 6. 2016.) od po trideset minuta što je ukupno 180 analiziranih minuta, odnosno 3 sata. Za vreme monitoringa nije bilo odstupanja od programske šeme i termina.

U toku pola sata prikazani su životi stranaca koji borave i/ili rade u Srbiji. Emisija se bavi razlozima njihovog dolaska i ostanka, njihovog doživljaja Srbije koji se neretko kose sa predrasudama koje su ti ljudi imali o našoj zemlji. Intervjui sa sagovornicima se obično vode u opuštenim atmosferama novosadskih kafića, ili na radnim mestima sagovornika.

Povod u analiziranim emisijama je najčešće medijska inicijativa (67%).

Teme su raznolike od društva i svakodnevice (50%), preko kulture (17%), sporta (17%) do njihovih želja i planova.

I u ovoj emisiji prevlađuju muškarci (79%).

Emisija je pozitivna (89% subjekti pozitivno govore o objektima) i uvek ističe gostoprimstvo i načine na koje se ljudi različitih podnevlja mogu dobro razumeti.

Emisija *Sve stranci* predstavlja kreativnu i zanimljivu kolažnu emisiju u kojoj auditorijum javnog servisa Vojvodine može videti kakvo mišljenje stranci imaju pre nego što dođu u Srbiju, i kako ga, tokom boravka menjaju, a takođe se gledaoci mogu upoznati sa različitim kulturama. Konceptualno je dobro osmišljena kao neformalni razgovori sa sagovornicima, učenje srpskih reči i predstavljanje srpske i inostrane tradicije.

Žena danas predstavlja debatnu emisiju neodređene strukture. Urednica je i voditeljka emisije. Najčešće se u studiju nalaze tri gosta. U fokusu interesovanja su, baš kao što i sam naziv kaže, žene i problemi koji se tiču ženske populacije u Srbiji. Emisiju je moguće pratiti na podcast-u televizije RTV. Predstavlja novu emisiju u programskoj šemi Radio

televizije Vojvodine i emituje se od zime 2016. godine. Ovom emisijom javni servis Vojvodine teži da umanjí veliki rodni disbalans u subjektima. Istovremeno emisija nema jasno izražen karakter informativni, kulturni ili zabavni. Ona je hibridnog tipa. Ukupno je analizirano šest emisija u prosečnom trajanju od 50 minuta što je ukupno 5 sati i 30 minuta analiziranog programa. Obradena je po jedna emisija u periodu od januara do marta 2016. godine, a budući da nije bilo aprilske emisije, umesto nje su obradene dve majske: 30.1; 13.2; 5.3; 5.5; 26.5. i 9. 6. 2016.

U januarskoj emisiji je glavna tema bila nezaposlenost među ženskom populacijom, februaraska je bila posvećena kockanju kao jednoj od bolesti zavisnosti, martovska seksualnom mobingu, dok je emisija realizovana 5. maja nosila naziv *Život u skladu sa godinama* i bavila se pitanjem društvenih normi, tj. očekivanja okoline u odnosu na pojedinca – kako bi neko trebalo da se ponaša ukoliko ima određeni broj godina. Nakon promena nastalih na RTV-u 18. 5. 2016. u te dve emisije glavne teme su bile: uzori deci i mladima i Hepatitis C.

Aktuelnost tema i njihova intrigantnost ne motiviše voditeljku i urednicu da vodi studiozniji razgovor sa sagovornicima u studiju. On je uglavnom površan (75%). Voditeljka deluje vrlo nezainteresovano i nepripremljeno za vođenje razgovora. Karakterišu je nepripremljenost i nizak nivo profesionalnosti u obavljanju obe ove funkcije. Razgovor vodi čitajući sa papira tokom celokupnog trajanja programa što doprinosi neubedljivosti i nedovoljnoj zainteresovanosti publike (u studiju). Emisija bi mogla da postoji i bez voditeljke, ili bi mogao neko od sagovornika/sagovornica (eksperata, stručnjaka za određenu oblast) da preuzme ulogu voditeljke/voditelja.

Osim gostiju u emisiji su emitovani i prilozi koji u visokom procentu (67%) podstiču debatu i daju šansu građanima da iskažu svoj stav o temi. Budući da su teme uglavnom iz oblasti porodičnog života, porodica je uvek predstavljena u pozitivnom vrednosnom kontekstu, dok su u negativnom kontekstu predstavljeni mahom ekonomski faktori.

Subjekti su raznovrsni (stručnjaci/stručnjakinje 36%, novinari/novinarke 18%, institucije socijalne zaštite 9%).

Žena danas predstavlja nedovoljno uspeli pokušaj koncipiranja emisije u kojoj bi glavni protagonisti bile žene. Premda je jasna namera uređivačkog tima – dati glas ženskom rodu, nije najjasnije zašto su se opredelili za ovaj format emisije.

Zamisao jeste dobra i trebalo bi posvetiti naročitu pažnju položaju žene u Srbiji, ali, nažalost, ova emisija ne ispunjava svoju funkciju. Problemi sa kojima se susreću žene su mnogobrojni, te tema za debatu ne bi manjkalo. Potrebno je mnogo više pažnje usmeriti na sam koncept emisije – na njenu strukturu i uvesti različite rubrike, radi lakšeg prezentovanja glavne teme i podtema.

Emisija *Živopis* Prvog programa televizije RTV na srpskom predstavlja dokumentarno-reportažnu emisiju o zanimljivim (starim) ljudima ili mestima i emituje se ponedeljkom u 21.30 časova. Prosečno trajanje emisije je 30 minuta, a u okviru ovog istraživanja analizirane su 3 emisije (18.1; 29.2. i 14. 3. 2016.). Emisije u aprilu, maju i junu nisu emitovane, što ukupan korpus svodi na 1 čas i 30 minuta analiziranog materijala.

Autori nisu naznačeni. Povod za ovu reportažnu emisiju je uvek medijska inicijativa. Teme su neobične, na primer žena pilotkinja, dva stara duda u naselju Klisa u Novom Sadu, umetnica priča o svom doživljaju umetnosti i stvaralaštvu.

Emisija neguje pozitivan odnos subjekat prema objektu (88%).

7.0. Muzički program

Muzičke emisije su radijski formati. U radiju javnog servisa Vojvodine značajan deo programa su voditeljske muzičke emisije svih žanrova. Time javni servis ukazuje da nije „plej lista” već da stručnjaci za određene tipove muzike seriozno promišljaju i izvornu narodnu, i starogradsku, modernu, ozbiljnu, džez muziku.

Muzika na javnom servisu nije bila predmet analize sadržaja, ali

kao primer ipak su izdvojene dve emisije – jedna radijska sa dugom tradicijom *Muzika mundana* i jedna televizijska *Gruvanje*, moderna za mlade koja predstavlja gledaocima nove trendove i grupe. Jedinствена je po formatu među javnim servisima zapadnog Balkana. Nakon promena u RTV-u na uredničkim pozicijama, ova emisija nakon 300 epizoda prestala je da se emituje, zbog kako je obrazloženo, početka letnje šeme, međutim nije nastavljena ni nakon otvaranja zimske medijske sezone.

7.1. Medijski formati emisija

Muzika mundana je u suštini emisija koju valja svrstati u sadržaje iz kulture, iako formaciji pripada muzičkoj redakciji na Prvom programu radija RTV. Emisiju je krajem osamdesetih pokrenuo urednik Ilija Vrsajkov, vrsni poznavalac muzičke umetnosti i kulture uopšte. Njegovu koncepciju priča o muzici preuzela je i sadašnja urednica koja je ujedno i autorka svih priloga, odlikuje se izuzetnim poznavanjem područja seriozne muzike. Emisija *Muzika mundana* je emisija govorno-muzičkog karaktera i prati aktuelne muzičke događaje i dostignuća kompozitora iz zemlje i sveta. Emituje se uživo ponedeljkom od 22.00-00.00 časova. Analizirano je ukupno 8 sati programa emitovanog 18.1; 22.2; 4.4; 16.5. – emisiju nije moguće pratiti na odloženom slušanju.

U okviru monitorovanog korpusa teme su pratile aktuelne muzičke događaje, ali i opšte poznate kompozitore i njihovo stvaralaštvo. Voditeljka i autorka emisije iz studija uvodi slušaocima u rad kompozitora ili umetnika kratkim monolozima nakon kojih muzički blokovi traju u proseku 40 minuta. Ovo je prototipična trećeprogramska govorno-muzička emisija za zahtevnije slušaocima radija u kasnije večernje sate.

Za razliku od ove radijske, televizijska muzička emisija *Gruvanje* je bila jedan od brendova za mlade Prvog programa televizije RTV. Analizirano je šest emisija 24.1; 28.2; 6.3; 10.4; 22.5. i 19. 6. 2016. Ukupno je monitorovano 162 minuta/ 2 sata i 42 minuta programa.

Gruvanje u okviru jedne epizode ima svoje stalne rubrike koje su vizuelno odvojene džinglovima, a to su *Premijera*, *Set Lista*, *Prvi plan* i rubrika *5 Minuta*.

Sagovornici i voditelji emisije uvek su potpisani samo imenom i muzičkim bendom kome pripadaju.

Povod za rubrike je u 88% aktuelni muzički događaj, dominiraju intervjui (76%) sa članovima muzičkih grupa.

Subjekat je u većini priloga, u 83% slučajeva, vizuelno prisutan kao gost u studiju, ili je snimljen na terenu. U koliko se radi o snimku sa terena ti su snimci napravljeni na koncertu benda kome subjekat pripada, ili u muzičkom studiju, što je bio slučaj samo u 2 priloga od ukupnih 48.

Moderna muzika za mlade je muškog roda tako da su 74% subjekata muškarci, a svega 14% su žene.

Geografska pripadnost subjekta jasno ukazuje na zastupljenost bendova iz cele Srbije, ali i iz regiona. Ovo je jedan od razloga visoke gledanosti emisije, ali takođe i razlog zbog čega je emisija *Gruvanje* u mnogobrojnim anketama proglašena za jednu od najboljih muzičkih emisija u Srbiji.

Emisija *Gruvanje* na osnovu svoje vizuelne prezentacije, nastupa i angažmana novinara, aktuelnosti tema i priloga u potpunosti opravdava svoje postojanje na javnom servisu Vojvodine. U okviru emisije pokrivena su sva veća ili manja dešavanja u zemlji i regionu u trenutku emitovanja epizode, a koja se tiču alternativne muzike. Neformalan diskurs između voditelja i sagovornika doprinosi većoj atraktivnosti emisije kod ciljane grupe publike kojoj je namenjena. Na žalost u zimskoj šemi Prvog programa televizije RTV-a nije predviđena.

8. Zaključak za RTV

8.1. Opšta zapažanja:

Radio-televizija Vojvodine uglavnom zadovoljava odredbe *Zakona o javnim medijskim servisima* (2014). Tačke člana 7. iz poglavlja II Javni interes koji ostvaruje javni medijski servis poput:

„3) poštovanje privatnosti, dostojanstva, ugleda, časti i drugih osnovnih prava i sloboda čoveka; 11) proizvodnja domaćeg dokumentarnog i igranog programa; 12) blagovremeno obaveštavanje o aktuelnim zbivanjima u svetu i o naučnim, kulturnim i ostalim civilizacijskim dostignućima; 13) unapređivanje opšteg obrazovanja, zdravstvenog obrazovanja i obrazovanja u vezi sa zaštitom životne sredine; 14) razvijanje kulture i umetničkog stvaralaštva; 15) negovanje humanih, moralnih, umetničkih i kreativnih vrednosti; 16) zadovoljavanje zabavnih, rekreativnih, sportskih i drugih potreba građana; 18) predstavljanje kulturnog nasleđa i umetničkog stvaralaštva u zemlji i inostranstvu.”

Osim navedenog Prvi program radija RTV na srpskom jeziku formatiran je po modelu komercijalnih radijskih stanica koje neguju „klizni program”/hibridni programski formati (jutarnji, prepodnevni, podnevni, popodnevni i noćni program) u okviru kojih se emituju gotovo sve programske oblasti inače specifikovane kao I,II i III program, a čine ih u različitom obimu prisutni informativni, kulturni, zabavni, sportski, dečji, dokumentarni sadržaji. Ovakvo rešenje je imalo opravdanje u predigitalnom periodu jer je ograničen broj raspoloživih frekvencija, ali ukoliko dođe do digitalizacije i radijskog emitovanja (televizijsko je već digitalno) valjalo bi omogućiti javnom servisu Vojvodine otvaranje drugog i trećeg programa kako bi mogao na adekvatniji način da zadovolji komunikativne potrebe građana Vojvodine, jer hibridni programski formati nisu adekvatni za ispunjavanje zadataka javnog servisa.

U velikoj meri RTV je zadovoljio i devetu tačku člana 7. *Zakona o javnim medijskim servisima* (2014):

„(9) afirmisanje nacionalnih kulturnih vrednosti srpskog naroda i nacionalnih manjina koji žive u republici Srbiji, kao i zbližavanja i prožimanja njihovih kultura;”

S tim što u radijskom programu na srpskom i mađarskom jeziku nije u dovoljnoj meri vidljiva programska razmena srpske sa redakcijama na jezicima manjina i međusobna razmena tih redakcija. Istovremeno valja istaći da je emisija *Paleta* na Prvom programu televizije RTV-a, od kad je nastala pre četiri godine, značajan pomak u tom pravcu. Prema unutrašnjoj organizaciji RTV-a redakcije na jezicima manjina, pre svega na mađarskom, slovačkom, rumunskom i rusinskom jeziku su samostalni

složeni sistemi sa unutrašnjom hijerarhijom. Po konceptu su ti programi razdvojeni i samostalni. Malo je sadržaja koji afirmišu multikulturalnost Vojvodine u svim tim programima, kao i malo reprezentacije Vojvodine kao multikulturalnog društva, nisu dovoljno u programima vidljivi sadržaji koji su rezultat zajedničkih programskih inicijativa. Stoga je *Paleta* dobra inicijativa jer nalazi se u razmeni informacija između nacionalnih sredina, a ne samo u prevazilaženju jezičke getoizacije. Dodatni napor da se poveća prožimanje kultura na jezicima manjina i tako unapredi interkulturalna saradnja je zajednički novogodišnji program koji proizvode mladi saradnici svih televizijskih redakcija Drugog programa RTV.

Program na mađarskom jeziku, analizirani deo, zadovoljava komunikativne potrebe stanovništva koje im je namenjeno i u skladu je sa odredbama o javnom interesu *Zakona o javnim medijskim servisima* (2014), posebno magazinske i emisije iz kulture. Pojedine emisije su izrazito profesionalne, ali neke ne dosežu standard. Valja istaći da je program na mađarskom Drugog programa televizije RTV u poslednje četiri godine povećao produkciju sadržaja za 3000 minuta uvođenjem novih emisija i podmlađivanjem redakcije.

U celini posmatrano javni servis Vojvodine promovise vrednosti građanskog društva i neguje dobar ukus.

Analizirani sadržaji su radiofonični i televizični. Grafički dizajn televizijskih sadržaja je veoma kreativan. Sve to ukazuje da je tehničko-tehnološki RTV na veoma profesionalnom nivou, mada mu ipak nedostaje više kreativnog eksperimentisanja u domenu zvuka i slike.

8.2. Pojedinačna zapazanja:

1) Televizijski program više nego radijski u svojoj programskoj šemi (distribuciji vremena i sadržaja) ostvaruje ciljeve i zadatke javnog servisa kao servisa svih građana;

2) programski sadržaji i radija i televizije RTV kao što je kultura,

zabava... više su balansirane i okrenute zadovoljavanju komunikativnih potreba svih građana i građanki, nego informativni programi;

3) Radijskom programu RTV-a na srpskom jeziku nedostaju pojedini programski segmenti, na primer problematizacija kulturnih, obrazovnih, verskih politika, zatim debatne i polemičke emisije. Nedostaju humorističke emisije, zabavni program, dokumentarne reportaže, kao izuzetno značajn segment publicističkih/umetničkih žanrova, a radio-drama je sve ređa. Uočeni su pojedini izuzetni uspesi na međunarodnom nivou dramske produkcije što ukazuje da kreativni potencijal postoji, ali nije dovoljno iskorišćen, čime nije u potpunosti ispunjena tačka 11, član 7. *Zakona o javnim medijskim servisima* (proizvodnja domaćeg dokumentarnog i igranog programa).

4) Dečiji i omladinski program je prisutniji nego prethodnih godina, ali ne uvek na sasvim adekvatan način realizovan i u radijskim i u televizijskim šemama. Nije dovoljno iskorišćen potencijal nove digitalne generacije koja sadržaje RTV-a ne prepoznaje kao atraktivne.

5) Multikulturalni sadržaji, programska razmena sa redakcijama na jezicima manjina, značajnija je u televizijskom (emisija *Paleta*), nego u radijskom programu. Nije zabeleženo da direktno citirani subjekti koji pripadaju nacionalnim manjinama govore na maternjem jeziku uz simultani prevod ili titl. Ovaj nalaz je dobijen i u monitoringu 2006. i 2007. godine. Takođe, tada su subjekti nesrpske nacionalnosti bili zastupljeni na TV RTV 3%, a na radiju RTV 6%, a sama tema koja se mogla smatrati afirmacijom multikulturalnosti 1,2%. U uzorku 2016. multikulturalizam je ostao na marginama kao tema. Znači nije došlo do značajnih promena u afirmisanju multikulturalizma na RTV-u. U celosti javni servis Vojvodine jeste jedan multikulturalni medijski prostor, ali pojedinačno posmatrano po jezičkim programima, nema dovoljno sadržaja koji bi ga podsticali.

6) Radio i televizija javnog servisa rodno su nedovoljno senzitivni mediji, bez obzira što se na Prvom programu televizije RTV emituje emisija *Žena danas*. U specijalizovanim emisijama za porodicu, kulturu, kao i one namenjene trećem dobu znatno je bolji rodni balans, nego u ostalim analiziranim emisijama. U sadržajima koji su namenjeni

društvenim grupama koje nemaju moć u zajednici rodna balansirano je bolja.

7) Marginalizovane grupe nisu prepoznate u RTV-u kao subjekti u svim programskim oblastima (informativnom, obrazovnom, kulturnom, dečjem, sportskom) osim sporadično kada dnevni događaji nametnu temu i što je sajt RTV-a prilagođen slepim i slabovidim osobama. Time je nedovoljno ispunjena tačka 5, člana 7. *Zakona o javnim medijskim servisima*:

„Zadovoljavanje potreba u informisanju svih delova društva bez diskriminacije, vodeći računa naročito o društveno osetljivim grupama kao što su deca, omladina i stari, manjinske grupe, osobe sa invaliditetom, socijalno i zdravstveno ugroženi i dr”.

8) Prikriveno oglašavanje uočeno je u pojedinim specijalizovanim emisijama na primer o turizmu, porodičnom magazinu, reportažnoj emisiji *Petkazanje*. U nekima jeste naznačeno da je reč i o reklamnim sadržajima, a u drugima novinari nisu jasno označili da li je reč o ekonomskoj propagandi, ili informaciji.

9) Žanrovska struktura je više faktografska, nego analitička i publicistička. Nedostaju složeni žanrovi poput umetničke kritike, komentara, radijskih i televizijskih tematskih paketa, polemike. Upravo u tome bi javni servis morao da prednjači u odnosu na komercijalne medije. Nedovoljno je medijske inicijative i u specijalizovanim emisijama, uglavnom je reč o prenošenju aktuelnih ili budućih događaja. Pseudodogađaji su svedeni na minimum.

10) I radio i televizija (više) RTV-a imaju emisije po kojima je ovaj javni servis prepoznatljiv kod auditorijuma i to i u informativnom i u kulturnom, i u sportskom i zabavnom segmentu. Istovremeno, dugovečnost pojedinih popularnih emisija, doprinela je da one izađu iz fokusa auditorijuma (*Subotom sa vama*), što znači da im je neophodno reformatiranje u kontekstu novog doba, nove publike, i nove navike auditorijuma. Istovremeno emisije poput *Petkazanja* koja ni nakon 13 godina nije iscrpela sve mogućnosti i ostala je sveža i uvek nova, izrazito rado gledana, otvorena za građane i građanke i njihov mikrosvet, primer je kako javni servis treba da kreira zabavne sadržaje.

11) RTV još nije u potpunosti odgovorio na komunikativne potrebe segmentirane publike u odnosu na uzrast, pol, obrazovanje, socijalni status, specifičnosti, hobije. Mada je uočen napredak u odnosu na monitoringe „Transformacije državocentrične RTVNS u javni servis Vojvodine” iz 2006.

12) Striktno posmatrano jasno profilisane obrazovne i posebno naučne emisije nedostaju i radiju i televiziji RTV, čime je edukativna funkcija javnog servisa ograničena.

13) Istraživanja u oblasti zvuka i slike mogla bi biti prisutnija u RTV. Potencijali svakako postoje imajući u vidu da je radio RTV domaćin već godinama jedinstvenog međunarodnog festivala tonskog stvaralaštva TAKTONS. Iskustva koja se na ovakvim festivalima stiču mogu biti dobar podsticaj za eksperimentisanje u oblasti zvuka. Ima takvih pojedinačnih kreativnih inicijativa (nagrađena dečija radio-igra na festivalu u Bratislavi 2016. je jedan od primera) samo bi ih trebalo sistematičnije podsticati. Jer i to je zadatak javnog servisa.

14) Javni servis do sada nije u dovoljnoj meri iskoristio potencijal digitalizacije. Novi softveri bi doprineli sigurno atraktivnijem vizuelnom identitetu televizije RTV.

15) Stabilnije finansiranje i nova zgrada pokrajinskog javnog servisa sigurno da bi doprineli boljem funkcionisanju i ispunjavanju javnog interesa.

POGLAVLJE IV

IZVEŠTAJ JAVNIH SERVISA O PREDIZBORNOJ KAMPANJI 2016. GODINE

IZVEŠTAVANJE JAVNIH SERVISA O PREDIZBORNOJ KAMPANJI 2016. GODINE

Sažetak: Cilj komparativne analize je dekonstrukcija uređivačkih politika Radio-televizije Srbije i Radio-televizija Vojvodine u vreme predizborne kampanje za vanredne parlamentarne i redovne pokrajinske i lokalne izbore u Srbiji 2016. godine, kako bi se uočile prototipične diskursne strategije koje su mogle uticati na odluke birača. Komparativna analiza centralnih informativno-političkih (ukupno 2427 minuta) i debatnih emisija RTS-a i RTV-a pokazala je nesrazmeru u zastupljenosti političkih opcija, kao i široko zastupljen državni marketing. Osetljive grupe bile su u potpunosti nevidljive, a jednakost žena i muškaraca na političkoj sceni ne uzmiče mnogo od deklarativnog nivoa. Javni servisi su u zadovoljavajućem obimu izveštavali o republičkim parlamentarnim izborima, dok su informacije o pokrajinskim i lokalnim izborima bile retke i štute, čime je dat doprinos centralizaciji kampanje i defokusiranju važnosti regionalnih i lokalnih politika.

Summary: The aim of the comparative analysis is the deconstruction of the editorial policies of Radio Television of Serbia and Radio Television of Vojvodina during the pre-election campaign for snap parliamentary and regular provincial and local elections in Serbia in 2016, in order to identify prototypical discourse strategy that may have influenced the decisions of voters. Comparative analysis of central current affairs and political (a total of 2427 minutes) and discussion programs on RTS and RTV showed a disparity in the representation of political options, as well as a great deal of national marketing. Vulnerable groups were completely invisible, and equality between women and men on the political scene goes just slightly above the declarative level. Public broadcasters have reported on the republic parliamentary elections to a satisfactory extent, while the pieces of information on the provincial and local elections were rare and scarce, which contributed to the centralization of campaign and to defocusing of the importance of regional and local policies.

Uvodna razmatranja

Početak marta 2016. godine raspisani su vanredni parlamentarni izbori, čiji je termin usklađen sa redovnim pokrajinskim i lokalnim izborima. Na taj način je namera predsednika Vlade Srbije – da prevremenim izlaskom na birališta obezbedi dodatni četvorogodišnji mandat – krucijalno uticala i na predizbornu kampanju na pokrajinskom i lokalnom nivou. Štaviše, teme posvećene Vojvodini i njenim lokalnim samoupravama marginalizovane su pod pritiskom gotovo monopolske pozicije kampanje za vanredne parlamentarne izbore.

Većina građana Vojvodine glasala je 24. aprila na tri nivoa, pri čemu je i na republičkom i na pokrajinskom najviše glasova osvojila lista okupljena oko Srpske napredne stranke (48,25%, odnosno 44,48%). Cenzus su na republičkom nivou prešle još i koalicija oko Socijalističke partije Srbije (10,95%), Srpska radikalna stranka (8,1%), Demokratska stranka (6,02%), pokret Dosta je bilo (6,02%), koalicija DSS-Dveri (5,04%) i koalicija SDS-LDP-LSV (5,02%). Mesta u Skupštini Srbije na osnovu prirodnog izbornog praga dobile su manjinske stranke Savez vojvođanskih Mađara, Bošnjačka demokratska zajednica, SDA Sandžaka, Zelena stranka i Partija za demokratsko delovanje. Na pokrajinskim izborima cenzus su osim SNS prešle i koalicija oko SPS-a (8,86%), Srpska radikalna stranka (7,66%), koalicija oko DS-a (7,24%), Liga socijaldemokrata Vojvodine (6,43%) i pokret Dosta je bilo (5,54%); dok će prema prirodnom pragu u Skupštini APV svoje mandate imati i Savez vojvođanskih Mađara, Mađarski pokret za autonomiju i Zelena stranka. Srpska napredna stranka osvojila je najveći broj glasova i na većini lokalnih izbora u Vojvodini. Izuzetak su opštine u kojima je pobedio SVM (Senta, Kanjiža, Bačka Topola) i one u kojima su pobedile lokalne grupe građana (Ada, Nova Crnja).

Ključna tema izbora bile su investicije i ekonomska slika Srbije, a kroz ovu ravan posmatrane su i paralele: prošlost – budućnost, Istok – Zapad, Rusija – Evropa, patriotska ekonomija – strani investitori... Pojedini zapadni mediji, među kojima je i londonski „Gardijan“, izbore u Srbiji tumačili su kao neformalni referendum o budućnosti evrointegracija

Srbije, konstatujući da će zemlju – uprkos povratku evroskeptika u parlament – u naredne četiri godine voditi proevropska stranka.

Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je dekonstrukcija uređivačkih politika javnih servisa – Radio-televizije Srbije i Radio-televizije Vojvodine – u vreme predizborne kampanje za vanredne parlamentarne, redovne pokrajinske i lokalne izbore u Srbiji 2016.

Metod i korpus

Osnovna metoda je kvantitativno-kvalitativna analiza medijskog diskursa, a za upoređivanje analiza korišćena je komparativna metoda¹. Monitoringom je obuhvaćeno izveštavanje o formalnoj i neformalnoj predizornoj kampanji *Dnevnika 2* i dnevnika *Hirado* Radio-televizije Srbije, *Dnevnika* Radio-televizije Vojvodine, *Novosti dana* Radija Beograd, *Novosti*, *Predizborna hronika* i *Délutáni Híradó* Radija Novi Sad, kao i debatnih emisija na ovim televizijskim i radijskim stanicama. Analizirane su centralne informativne emisije na javnim servisima počevši od 8. aprila i zaključno sa 20. aprilom, odnosno 1237 minuta televizijskog i 1190 minuta radijskog programa. Kada je reč o debatnim formatima, na nedeljnom nivou analizirane su emisije *Talasanje* na Radiju Beograd, *Fókuszban* na mađarskom jeziku na Radiju Novi Sad, *Upitnik*, *Da, možda, ne* i *Reč na reč* na Radio-televiziji Srbije, te *Radar*, *Sučeljavanje* i *Pravi ugao* na Radio-televiziji Vojvodine.

¹ Monitoring su sproveli Milka Domanović (*Da, možda, ne*), Ila Hajnal (*Sučeljavanje*), Nataša Šaru (*Radar*), Stefan Janjić (*Dnevnik RTV-a*), Dragana Krunić (*Talasanje*), Nataša Starčević (*Pravi ugao*), Nataša Šaru (*Radar*), Norbert Šinković (*Híradó, Fókuszban, Délutáni Híradó*), Dragana Todorović (*Dnevnik 2, RTS-a*), Jovana Veljković (*Upitnik, Reč na reč*) i Milena Vilotijević (*Novosti dana, Novosti, Predizborna hronika*).

Analiza

Savet Regulatornog tela za elektronske medije (REM) usvojio je 2015. godine novi pravilnik o izveštavanju u predizbornoj kampanji, što znači da je taj dokument 2016. godine bio važeći za sva tri izborna nivoa: republički, pokrajinski i lokalni. Može se zaključiti da su pravila REM-a (navedena u tabeli) načelno poštovana na javnim servisima, s tim da se potpunija slika o ravnomernoj zastupljenosti stranaka (tačka 7) može steći tek uvidom u rezultate analize subjekata.

► OCENA PO EMISIJI		RTS	RTV	RBG	RNS
▼ PRAVILO REMA					
1	Program može emitovati samo pružalac medijske usluge čija zona pokrivanja obuhvata područje za koje su izbori raspisani.	+	+	+	+
2	Predizborni program mora biti odvojen zvukom i slikom (najavna i odjavna špica) od ostatka programa i tokom celog trajanja mora biti jasno označen tekstualnim obaveštenjem.	+	+	+	+
3	Zabranjeno je prikriveno emitovati predizborni program u vidu informativnog programa.	? ¹	? ²	+	+
4	Zabranjeno je prikriveno emitovati predizborni program u vidu igranog, dokumentarnog, zabavnog ili drugog sličnog programskog sadržaja u kojem se pojavljuje funkcioner ili istaknuti predstavnik podnosioca izborne liste ili kandidat.	+	+	+	+
5	Zastupljenost u programu bez diskriminacije - izveštavati istinito, objektivno, potpuno i blagovremeno.	+	+	+	+

² Pravilo je formalno gledano poštovano, ali je RTS pokazao nedovoljan otklon od pseudodogađaja i drugih vidova samopromocije stranaka na vlasti.

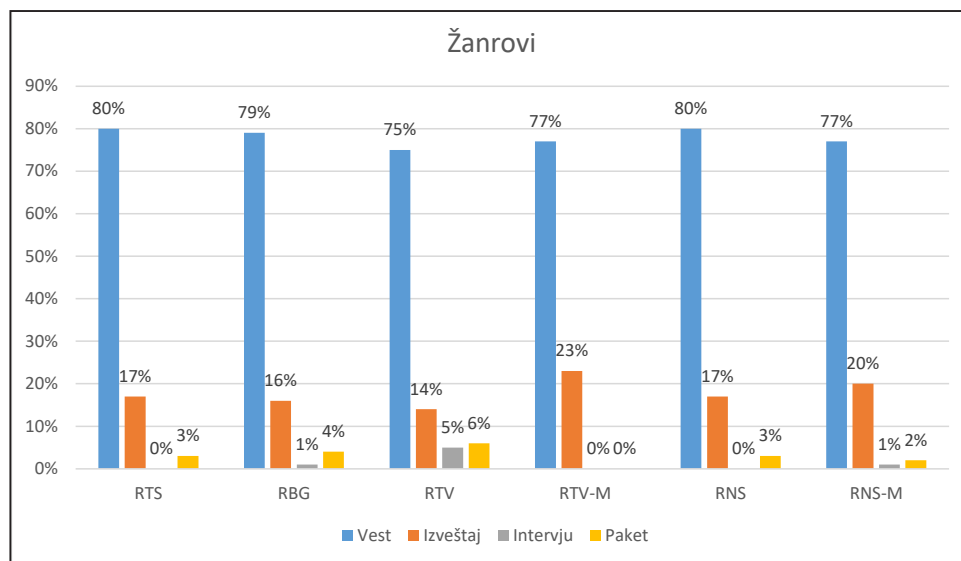
³ Pravilo je poštovano u okviru segmenta programa koji je namenjen predstavljanju stranaka, ali ne i u centralnim informativnim emisijama.

6	Pružalac medijske usluge ne može objaviti rezultate istraživanja javnog mnjenja povodom raspisanih izbora u udarnom terminu emisije vesti (npr. naslovi, „hedovi“, vest dana, prva ili najvažnija vest i sl.).	+	+	+	+
7	RTV i RTS dužne su da u svom programu ravnomerno i bez diskriminacije, pod istim programskim i tehničkim uslovima, predstavljaju sve izborne liste i kandidate.	? ²	? ³	? ³	? ³
8	Najavna i odjavna špica bloka političkih oglasnih poruka mora sadržati tekstualno obaveštenje u televizijskom programu, odnosno zvučno obaveštenje u radijskom programu, na osnovu koga se jasno može zaključiti da je reč o političkom oglašavanju.	+	+	+	+

Žanrovi

U analiziranim emisijama preovladavali su, u skladu sa očekivanjima, osnovni informativni žanrovi – vest i izveštaj, koji su zbirno činili više od 90% žanrovske strukture, što dovodi do zaključka da je prostor za analitički pristup bio izuzetno skroman. Paketi su se sporadično javljali u svim posmatranim medijima, izuzev dnevniku *Hirado* na mađarskom jeziku, dok je intervju u većoj meri bilo samo na *Dnevniku* Radio-televizije Vojvodine. Intervjui su u toj emisiji prikazivani prvenstveno zahvaljujući direktnom uključenju u studio u kom se snima debatna emisija *Pravi ugao*. Takav postupak prvenstveno služi najavi emisije, ali ipak unosi u *Dnevnik* neophodnu dimenziju dinamičnosti i može se smatrati primerom dobre prakse⁴. Manjak analitičkih žanrova može se tumačiti prirodom predizbornog bloka vesti, koji je najčešće ograničen na priloge od po 20-30 sekundi za svaku od kandidovanih lista, što ne ostavlja veliki prostor za nadilaženje osnovnog, informativnog nivoa priloga.

⁴ Novo uredništvo je nakon smena na Radio-televiziji Vojvodine ukinulo uživo uključivanje u emisiju *Pravi ugao*.



Grafik 1 Distribucija žanrova u centralnim informativnim emisijama (CIPE) javnih servisa

Povod za izveštavanje

Posmatrani prilozi razvrstavani su prema povodima za izveštavanje u četiri grupe: na aktuelne događaje, pseudodogađaje (usmerene ka medijima), predizborne događaje (usmerene ka biračima; mitinzi) i medijske inicijative. Najveći balans ostvaren je u *Dnevniku* Radio-televizije Vojvodine, koji se ujedno odlikovao i najvećim udelom medijskih inicijativa, koje su – sa druge strane – potpuno izostale iz *Dnevnika* RTS-a, kao i iz obe posmatrane informativne emisije na mađarskom jeziku. Ovakva uređivačka koncepcija informativnih emisija, u velikoj meri ili čak potpuno lišena analitičnosti, proaktivnosti i insistiranja na pitanjima od javnog značaja, može se smatrati neuspešnom, budući da je svedena na puko prenošenje poruka koje oblikuju sami kandidati.

Primer 1: 8. april, *Novosti dana* – Radio Beograd

Primer vesti koja je mogla da bude povod za istraživanje, ali je nakon prenošenja osnovne informacije izostala svaka medijska inicijativa.

Agencija za borbu protiv korupcije upozorila je da neke stranke tokom kampanje organizuju aktivnosti koje nisu političke kao što su deljenje humanitarne pomoći, besplatni lekarski pregledi i časovi za maturante

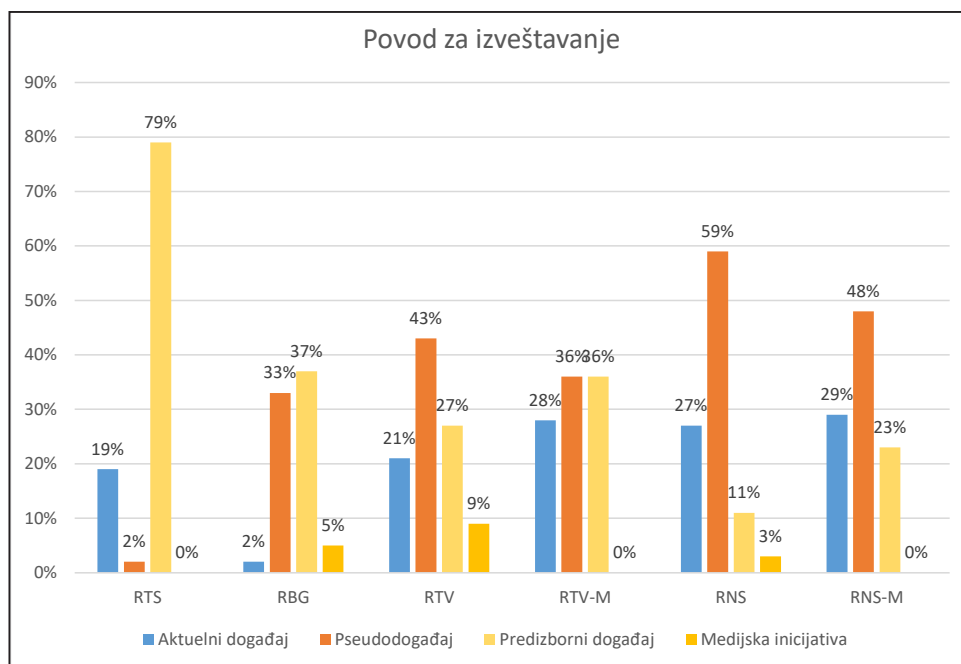
Primer 2: 20. april, Popodnevni dnevnik na mađarskom jeziku – Radio Novi Sad

Primer medijske inicijative. Građani se žale da i preminuli članovi porodice dobijaju pozive da glasaju. U prilogu govori jedna građanka koja navodi primer iz svoje porodice dok situaciju objašnjava član proširenog sastava Republičke izborne komisije Đula Ladocki.

Za organizaciju pseudodogađaja mahom su se odlučivale male i nove partije, tj. one koje nisu imale dovoljno novca ili kapaciteta da organizuju velike predizborne mitinge. One su najčešće samostalno, bez posredništva javnih servisa, snimale kratke priloge fokusirane na određenu temu (nezaposlenost, korupcija, bela kuga, odliv mozgova), a potom ih dostavljale redakcijama. Najveći sklad između pseudodogađaja (usmerenih ka medijima) i predizbornih događaja usmerenih ka biračima uočen je na dnevniku *Hirado*, a najveća disproporcija na *Dnevniku 2* RTS-a.

Primer 3: 14. april, *Dnevnik RTV*

Kamen temeljac za robnu kuću „Ikea” položili su Aleksandar Vučić, potpredsednica Vlade Zorana Mihajlović, gradonačelnik Siniša Mali i direktor Stefan van Overbek. Sve tri ličnosti koje se pojavljuju kao predstavnici države ujedno su i visokopozicionirani članovi Srpske napredne stranke. Premijer A. Vučić, izjava: „Ne znam da li ću da budem na otvaranju ali ono što vam obećavam da ću tu dasku za sečenje mesa i tu oklagiju iz Čuprije za veliku „Ikeu”, prvo da kupim. Ova kiša je znak dobrog profita, znak da ćete dobro da zaradujete ovde, želim vam da tako zaradujete u celoj Srbiji, a mi ćemo da se postaramo da vam dobro i lepo naplatimo sve poreze koje ste dužni da platite”.



Grafik 2: Distribucija povoda za izveštavanje na CIPE javnih servisa

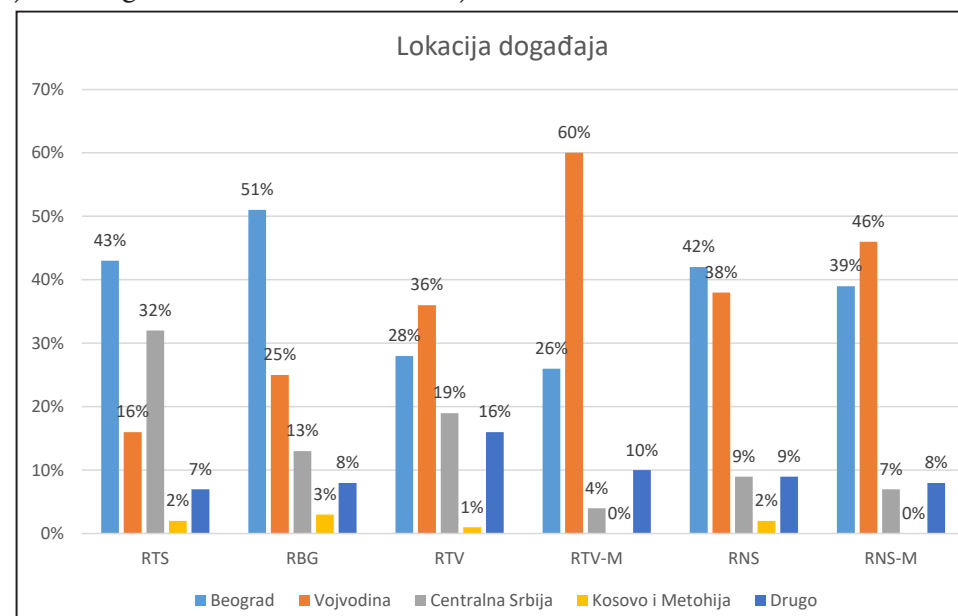
Primer 4: 17. april, Dnevnik RTV

Off: Odgovarajući na pitanje novinara da li time što u nekoliko proteklih nedelja često otvara fabrike i polaže kamene temeljce po Srbiji zloupotrebljava svoju političku funkciju tokom kampanje, predsednik tehničke Vlade Srbije i SNS-a Aleksandar Vučić rekao je da on svojim postupanjem to ne čini. Vučić je objasnio da radi isto kao i pre, jedino što sada nije u prilici da ugošćava strane diplomate, dodajući da otvara fabrike i postavlja kamene temeljce češće zbog toga što je u toku građevinska sezona. Premijer A. Vučić, izjava: „Nigde ni na koji način niste mogli da vidite, čak ni u prenesenom smislu da govorim loše o nekim drugima ili da na bilo koji način nešto zloupotrebljavam. Naprotiv. Za razliku od drugih, ja se njima ne bavim, nijednu ružnu reč nisam izgovorio u kampanji, nijednu nepristojnu, i čisto najčistije predstavljam ono što su rezultati rada i što je naš program i plan.”

Lokacija događaja

Razmatranje lokacija sa kojih se izveštava može pružiti sliku o centralizovanosti kampanje, ali i o snazi dopisničke mreže analiziranih medija. Komparativna analiza rezultata pokazuje izvesnu nadzastupljenost Beograda (prosečno 40% udela), koja je – što se može smatrati povoljnim trendom – ipak niža u poređenju sa vanizbornim periodom. Tome su svakako doprineli stranački mitinzi, organizovani širom Srbije. Međutim, ovaj model kampanje više je doprineo teritorijalnoj nego suštinskoj, tematskoj decentralizaciji kampanje. Drugim rečima, nisu pokretana pitanja od važnosti za lokalne sredine, već su mitinzi uglavnom bili orijentisani ka opštim temama i parlamentarnim izborima.

Na pokrajinskom javnom servisu – izuzev u *Novostima* Radija Novi Sad – prevladavaju događaji iz Vojvodine, koji su na RTS-u zastupljeni sa 16% (TV), odnosno 25% (radio). Događaji iz centralne Srbije bili su najzastupljeniji na *Dnevniku 2* RTS-a, a najređi u emisiji *Hirado* na mađarskom jeziku – svega 4%. Region Kosova i Metohije izuzetno se retko javljao kao lokacija događaja, najviše na Radiju Beograd, a nimalo u analiziranim emisijama na mađarskom jeziku. Pod opcijom „drugo“ (7-16%) pobrojani su događaji iz regiona i sveta, kao i oni kojima je nemoguće utvrditi tačnu lokaciju.



Grafik 3: Odakle potiču događaji sa kojih je izveštavano? Distribucija lokacija na CIPE javnih servisa

Primer 5: 15. april, *Novosti dana* – Radio Beograd

Primer negativne kampanje. Predsednica DSS-a Sanda Rašković Ivić posetila je Kosovo. Tom prilikom je izjavila: „Bitku za Kosovo vodio je srpski narod protiv raznih, ali nikada mu se u istoriji nije desilo da ga vodi protiv samoga sebe i da sa druge strane ima protivnika u svojoj vlastitoj Vladi i u svom vlastitom predsedniku Vlade“.

Primer 6: 19. april, *Dnevnik RTS1*

Levica Srbije pokrenula je u Ćupriji akciju koju je nazvala „Stopama neizgrađenih Vučićevih fabrika“ pokazavši bilbord na kom je prethodno bila Vučićeva najava izgradnje fabrike do 2014.godine, a koja ni danas nije izgrađena.

Teme

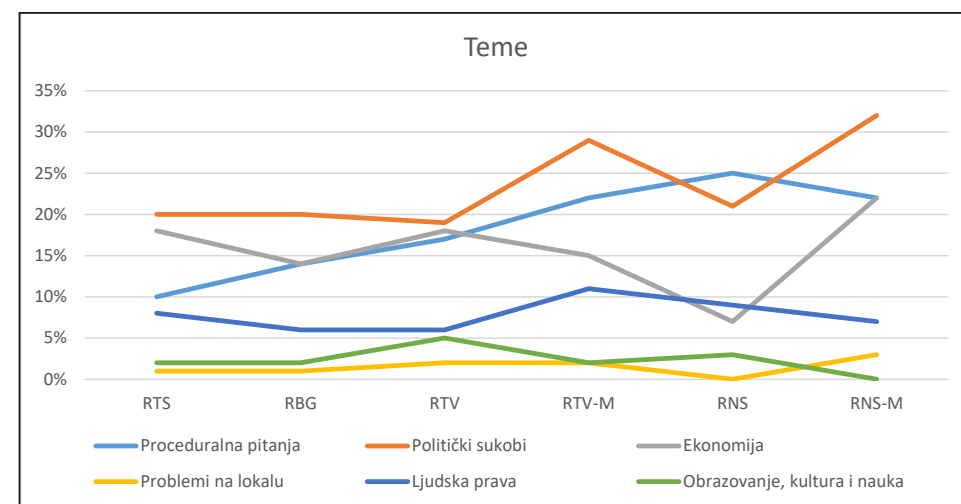
U kodni protokol uvedene su dve grupe tema, s obzirom na to da li je određeni prilog emitovan u predizbornom bloku vesti (19 tema) ili van njega (21 tema). Analiza predizbornog bloka pruža uvid u prioritete teme koje su isticale kandidovane liste, dok tematika preostalih priloga razotkriva udeo državnog marketinga u sadržaju informativnih emisija. Na ovom mestu predstavimo pregled zastupljenosti šest tema: tri najzastupljenije i tri koje su svojom niskom zastupljenošću takođe oblikovale tok predizborne kampanje.

Najčešća tema bili su sukobi među političkim strankama – ratovi saopštenjima, optužbe za stranačko zapošljavanje, nepotizam, bogaćenje na račun budžeta, loše upravljanje na republičkom i pokrajinskom nivou... Jedino su u *Novostima* Radija Novi Sad proceduralna pitanja poput raspisivanja izbora, prikupljanja potpisa i predaje lista, najave postizbornih koalicija, bila zastupljenija od političkih sukoba.

Primer 7: 8. april, *Dnevnik RTS1*

Bojan Pajtić se na svom stranačkom skupu dosta posvetio antikampanjskom elementu i temi političkih protivnika, što najbolje ilustruje izjava: „Na ovim izborima birate da li verujete svojim očima ili verujete Vučiću; svom frižideru ili televizoru. Laž je jedini princip koji vodi u njihovu politiku, najsiriomašniji smo narod u ovom delu Evrope.“

Ekonomski pitanja, koja su većina stranaka deklarativno isticala kao suštinska, našla su se tek na trećem mestu. Malo je bilo reči o ljudskim pravima, obrazovanju, nauci i kulturi, a gotovo nimalo o problemima lokalnih sredina. Iako je neopravdano očekivati da se javni servisi – republički i pokrajinski – posvećeno bave lokalnim temama, treba imati u vidu da su mnoge lokalne sredine prethodnih godinu dana u postupku privatizacije ostale bez svojih lokalnih medija. Budući da je kampanja za parlamentarne izbore potpuno zasenila pokrajinske i lokalne izbore, građani nisu imali priliku da se detaljnije obaveste o lokalnim programima stranaka i predlozima za rešavanje komunalnih pitanja.



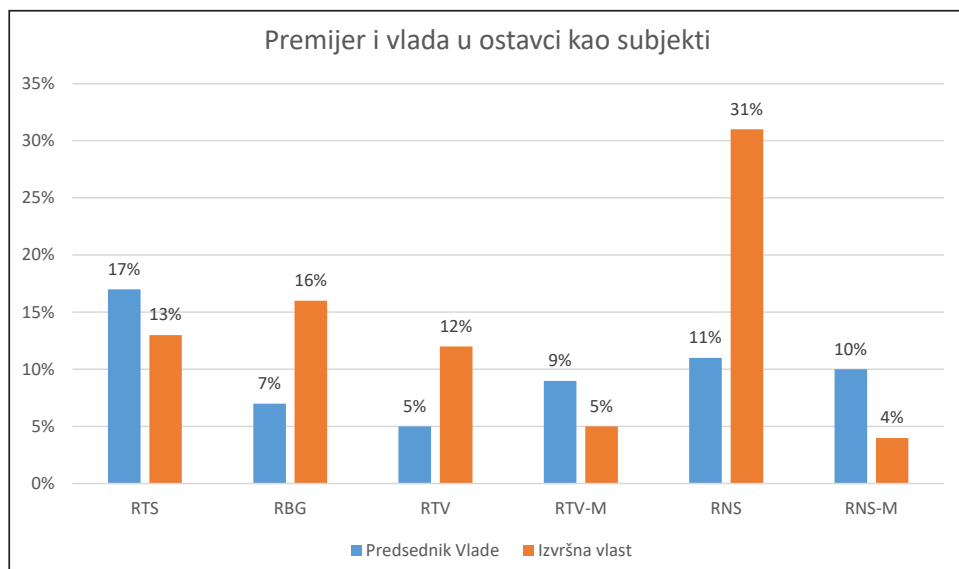
Grafik 4: Distribucija tema u predizbornim blokovima priloga

Subjekti

U sklopu ovog istraživanja akteri su klasifikovani profesionalno i stranački. Profesionalna klasifikacija sadržala je 40 varijabli, od kojih su na grafikonu br. 5 predstavljene dve koje mogu da ukažu na udeo državnog marketinga u informativnim emisijama: tehnički premijer (Aleksandar Vučić³) i tehnička vlada. Tehnički predsednik Vlade najmanji udeo među

³ Aleksandar Vučić je kodiran kao premijer samo ako je tako i potpisan/najavljen

akterima imao je na Radio-televiziji Vojvodine (5%), a najveći na Radio-televiziji Srbije (17%). Na *Dnevniku 2* RTS-a, dnevniku *Hirado* RTV-a i na *Délutáni Híradó* RNS-a Aleksandar Vučić je bio zastupljeniji od svih drugih članova Vlade, posmatranih zbirno. Ministri su od premijera bili značajnije zastupljeniji samo u *Novostima* RNS-a. Srpska napredna stranka i (manjim delom) Socijalistička partija Srbije dobile su na ovaj način deo informativnog programa koji je bio zatvoren za druge stranke. Različiti pseudodogađaji, otvaranja fabrika, najave investicija, polaganje kamena temeljaca, druženja sa investitorima i presecanja crvenih vrpce omogućili su strankama na vlasti da steknu besplatan pozitivan publicitet i u tome se ogleda suštinski disbalans prilikom raspodele medijskog vremena na CIPE javnih servisa.



Grafik 5 Udeo zastupljenosti premijera i vlada u ostavci na CIPE javnih servisa

u analiziranim emisijama. U suprotnom, u okviru stranačkih aktivnosti, kodiran je kao predsednik Srpske napredne stranke u okviru varijable „stranke na vlasti“. Isti metod primenjen je i na druge funkcionere u Vladi Srbije, Vladi Vojvodine i lokalnim samoupravama.

Primer 8: 11. april, *Dnevnik* RTV

Premijer Aleksandar Vučić je prilikom otvaranja deonice puta kod Grdelice govorio o hrvatskom izbornom sistemu, kao i o politizaciji Jasenovca. Prilog se sastoji isključivo od njegovih izjava. Off: „Premijer Srbije, prilikom otvaranja deonice puta kod Grdelice, rekao je da naša zemlja nema nikakav spor sa Hrvatskom i da je Srbija uradila sve što je do nje za otvaranje tog poglavlja.“

Primer 9: 8. april, *Dnevnik* RTV

Off: „SNS nikome ne kupuje glasove, poručio je potpredsednik te stranke Nebojša Stefanović i najavio formiranje policijskih timova koji bi onemogućavali eventualne pokušaje da neko ponudi novac građanima za glas.“ (podvukao autor).

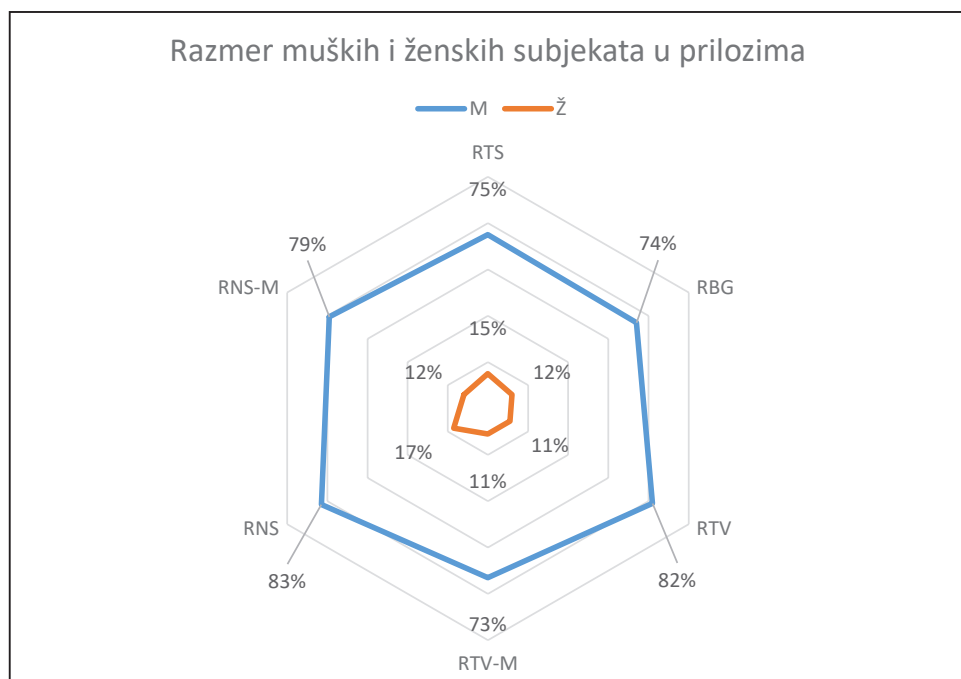
Primer 10: 17. april, *Novosti dana* – Radio Beograd

Primer prisustva žena u ulozi objekta. Koalicija Dveri-DSS organizovala je predizbornu konvenciju u Novom Sadu. Predsednica DSS Sanda Rašković Ivić govorila je o problemima žena u Srbiji i izjavila: „Prave i suštinske ravnopravnosti za žene u Srbiji nema“.

Odnos muškaraca i žena

Kao i u svakoj od prethodno obavljenih analiza predizborne kampanje, muškarci su bili daleko vidljiviji od žena. Iako je ova kampanja u tom pogledu donela određene pozitivne pomake (žene su bile nositeljke lista u dva slučaja), žena je i dalje na periferiji političke scene, što se može uočiti i na grafikonu br. 6. Klasifikacija subjekata na muške, ženske i ostale⁴ pokazuje da je razlika u vidljivosti dvaju polova petostruka: najmanja je na RTS-u (razlika od 60%), a najveća na RTV-u (71%). Ova izrazita disproporcija proističe iz činjenice da su kampanje bile veoma centralizovane, a da je tek desetina lista imala žene kao liderke (DSS-Dveri i Zavetnici).

⁴ U „Ostale subjekte“ ubrajani su akteri kod kojih je nemoguće utvrditi pol: državne institucije, Vlada kao takva, nevladine organizacije, subjekti prikriveni anonimizacijom i slično.

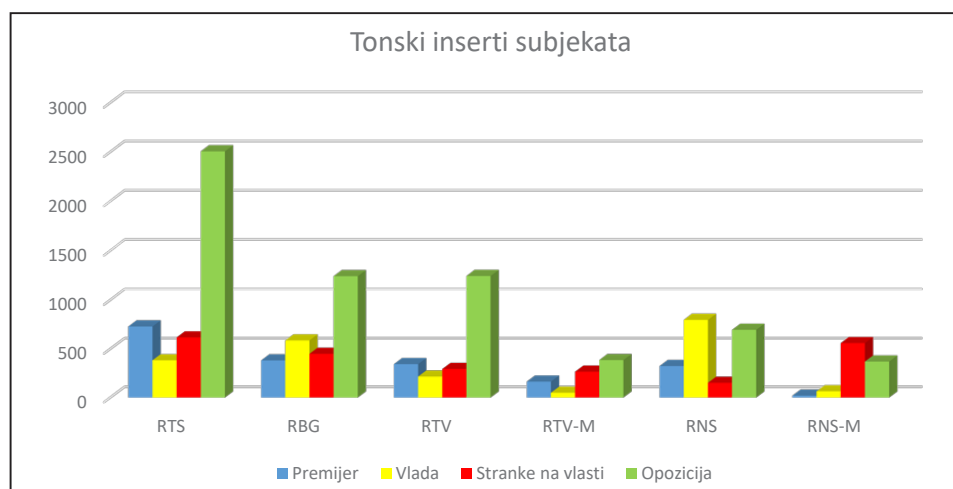


Dužina tonskog inserta

Prisustvo subjekata dvostruko je registrovano: merenjem učestalosti pojavljivanja i merenjem dužine tonskog inserta, odnosno direktnog obraćanja subjekta. Na grafikonu br. 7 izdvojene su četiri kategorije subjekata, na osnovu čega je moguće primetiti da je premijer imao više direktnih citata od svih predstavnika izvršne vlasti (zbirno posmatranih) na *Dnevniku 2* RTS-a i u oba TV *Dnevnika* RTV-a (srpski i mađarski jezik): Opozicija je najviše prostora dobila na RTS-u, a najmanje na radijskom dnevniku na mađarskom jeziku. Pri proceni izbalansiranosti treba imati u vidu da prve tri kolone (*premijer – vlada – stranke na vlasti*) označavaju praktično identičnu grupu aktera, okupljenih oko vladajućih SNS-a i SPS-a, a da su to tek dve od dvadeset kandidovanih lista.

Primer 11: 13. april, Dnevnik RTV

Na vest o kažnjavanju novinarkе Svetlane Božić Krainčanić zbog pitanja postavljenog na konferenciji, reagovao je i sam Vučić: „Pajtićev i Čankov direktor Televizije Vojvodine kaznio je, kako ja čujem, novinarku Televizije Vojvodine. Dakle, Pajtićev i Čankov direktor Televizije Vojvodine. Kaznio je tobož zbog mene. Nemoj da kažnjavate Svetlanu Božić Krainčanić zbog mene, jer ja volim njena pitanja, uživam u njenim pitanjima, uživam da odgovaram, kao što vi možete da mi postavite svako pitanje i ja da vam odgovorim. I vama sam zahvalan zato što se ne žalite kad vam odgovorim. Makar to ne bilo uvek najlepše ili ne mislite da je najprikladnije, ali je to razgovor, to je demokratija, to je dijalog. I nemoj da kažnjavate nekoga u moje ime i da to radite namerno 10 dana pred izbore da bi bilo da sam to ja tražio.”



Grafik 7: Dužina tonskih inserata pojedinih grupa subjekata

Zastupljenost stranaka

Srpska napredna stranka bila je ubedljivo najzastupljenija partija na CIPE javnih servisa tokom predizbornog perioda, a ta pozicija ostvarena je mahom u okviru vanizbornog bloka, u kojem je imala monopolističku poziciju. U celokupnom korpusu gotovo svaki treći politički akter (30%) pripada redovima SNS-a. Druga vladajuća stranka – SPS – imala je petostruko manji udeo u dnevnicima, dok je najvidljivija opoziciona

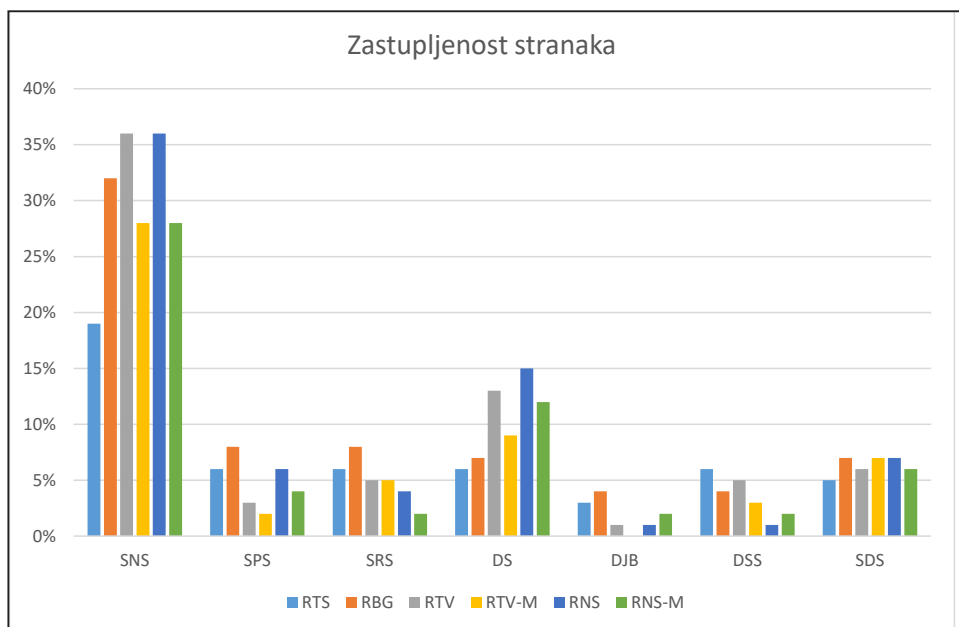
stranka bila DS (prosečno 10%). Među partijama koje su u parlament ušle prelaskom cenzusa, najmanje prostora u dnevnicima javnih servisa bilo je za pokret Dosta je bilo (prosečno 2%).

Primer 12: 8. april, *Novosti* – Radio Novi Sad

Primer događaja koji promoviše aktuelnu vlast. Ministar Aleksandar Vulin, direktorka Republičkog fonda za penzijsko i invalidsko osiguranje Dragana Kalinović i gradonačelnik Novog Sada Miloš Vučević posetili su Udruženje penzionera Novog Sada. Vučević je tom prilikom izjavio: "Vide se velike promene u odnosu na prethodnih, nešto više od godinu dana, danas najstariji Novosađani imaju daleko bolje uslove".

Primer 13: 14. April, TV *Dnevnik* na mađarskom jeziku - RTV

Prilog u vezi sa predstavljanjem izbornih lista na RTV-u. Novinarka je posebno naglasila kada će Savez vojvođanskih Mađara i Mađarski pokret – Demokratska zajednica vojvođanskih Mađara da se predstave biračima.



Grafik 8: Zastupljenost stranaka koje su prešle cenzus u prilogima CIPE javnih servisa

Debatne emisije

Na nedeljnom nivou analizirane su emisije *Talasanje* i *U središtu pažnje* na Radiju Beograd, *Fókuszban* na mađarskom jeziku na Radiju Novi Sad, *Upitnik*, *Da, možda, ne* i *Reč na reč* na Radio-televiziji Srbije, te *Radar*, *Sučeljavanje* i *Pravi ugao* na Radio-televiziji Vojvodine.

U emisiji *Da, možda, ne* predstavnici vladajućih i opozicionih stranaka javljali su se u omeru 44%:56%, a žene su bile dvostruko manje zastupljene nego muškarci. Radijska emisija *Talasanje* je u nedeljama pred izbore gotovo u potpunosti bila posvećena kampanji, što je vidljivo i u nazivu koji objedinjuje posmatrane epizode: „Suočavanje stavova, ideja i obećanja”. U trećini slučajeva subjekti su pripadali vladajućim partijama, a isto toliko prostora posvećeno je stručnjacima i analitičarima. Iako je na izbornom listiću 90% stranaka bilo opoziciono orijentisano, njihovi članovi se u *Talasanju* javljaju kao akteri u tek 13% slučajeva. Ova radijska emisija odlikovala se mlakim, neangažovanim pristupom voditelja. U *Upitniku* je zastupljenost vladajućih i opozicionih stranaka bila prilično izjednačena (42%:58%), za razliku od zastupljenosti polova: među ukupno 12 gostiju u studiju našla se samo jedna žena. Predizborni specijal *Reč na reč*, specifičan po konceptu jasno utvrđenih tema i vremenski ograničenih obraćanja, dao je više prostora opoziciji (4:1), a ponovo je bilo mesta za samo jednu ženu.

Debatna emisija *Sučeljavanje* ostavila je širok prostor opozicionim strankama, budući da su bile petostruko zastupljenije od vladajućih. Kao subjekti javljali su se i ekonomski subjekti i predstavnici zdravstvenih institucija. *Sučeljavanje* je, kao retko koja druga emisija, omogućilo manjinskim strankama da iskažu svoje stavove. Primereno poziciji pokrajinskog javnog servisa, subjekti u 90% slučajeva dolaze iz Vojvodine, a u preostalih 10% iz Beograda. Emisija *Radar* nije se podrobnije bavila izbornom kampanjom, a u temama koje su tokom posmatranog perioda doticale politike *Radar* se odlikovao nepristrasnim izveštavanjem i analizom. U debatnoj emisiji *Pravi ugao* bili su zastupljeni predstavnici svih stranaka koje su naposljetku prešle cenzus, a vidljiva je i najniža nesrazmera između muških i ženskih subjekata: 60%:40%. Kao pozitivan

primer može se istaći emisija *U fokusu (Fókuszban)* na drugom programu Radija Novi Sad. U izmenjenom formatu predstavljeni su stavovi stranaka po ključnim temama, u oblasti statusa Vojvodine, ekonomije, manjinskih i ljudskih prava, poljoprivrede, obrazovanja i informisanja.

Zaključak

Monitoring Radio-televizije Srbije i Radio-televizije Vojvodine sproveden u toku predizborne kampanje 2016. godine pokazuje nedovoljan otklon javnih servisa od pseudodogađaja i promotivnih aktivnosti vladajućih stranaka. Upravo je to ključna karakteristika koja je u procesu izveštavanja stvarala disbalans u zastupljenosti partija.

Radio-televizija Srbije i Radio-televizija Vojvodine nisu kršile REM-ova pravila o izveštavanju u predizbornoj kampanji, ali ih nisu u potpunosti poštovala, ako se kao jedan od ključnih kriterijuma nepristrasnosti posmatra jednak nivo zastupljenosti stranaka. Savršena jednakost se u tom pogledu verovatno može smatrati pukom utopijom, ali to ne znači da mediji ne treba da streme ka njoj. Stepen balansiranosti zavisio je pre svega od tipa programa, i u tom svetlu možemo prepoznati tri kategorije:

- Predstavljanje stranaka – jednak prostor za svaku od 20 kandidovanih lista; mogućnost predstavljanja stranačkih programa i besplatne promocije predizbornih spotova.
- Centralne informativne emisije – približno jednak prostor za kandidovane liste, i to u predizbornom bloku kratkih vesti; vladajuće stranke su ipak privilegovane jer se u velikoj meri pojavljuju i van predizbornog bloka vesti, pre svega zahvaljujući državnom marketingu i pseudodogađajima.
- Debatne emisije – nejednak prostor za kandidovane liste, poziv dobijaju stranke koje imaju najviše izgleda da dostignu cenzus.

Ovakva raspodela medijske pažnje podstiče politički status quo: kako nadzastupljenošću vladajućih stranaka, tako i preuskim prostorom za male, manjinske i nove stranke. Mogućnosti za relevantno predstavljanje novih ličnosti i novih političkih opcija su minimalne. Ovakvim izbornim opsegom pokrajinske i lokalne teme ostale su gotovo netaknute, budući da je kampanja bila strogo centralizovana, fokusirana na parlamentarne izbore i liderski orijentisana.

POGLAVLJE V

**OSTVARIVANJE JAVNOG INTERESA
U PROGRAMIMA RADIO-TELEVIZIJE
SRBIJE I RADIO-TELEVIZIJE VOJVODINE
- OPŠTI ZAKLJUČCI I PREPORUKE**

OSTVARIVANJE JAVNOG INTERESA U PROGRAMIMA RADIO-TELEVIZIJE SRBIJE I RADIO-TELEVIZIJE VOJVODINE OPŠTI ZAKLJUČCI I PREPORUKE

1. Finansiranje javnog servisa

1.1. Sredstva građana

Adekvatno i stabilno finansiranje javnog medijskog servisa je osnovni preduslov za njegovu upravljačku nezavisnost i mogućnost da delotvorno obavlja programske funkcije. Način finansiranja javnog servisa tokom 2016. godine – kombinacija bužetskih donacija (nepoznatog konačnog obima) i minimalne takse od 150 dinara mesečno – ne obezbeđuje ni jedno ni drugo.

Evropsko iskustvo je pokazalo da budžetski način finansiranja nije odgovarajući, jer je to podloga za uticaj države na funkcionisanje javnog servisa. Potrebno je naći rešenje koje će biti u saglasnosti sa potrebama i obavezama javnih servisa.

Iako je *Zakon o javnim medijskim servisima* (2014) predvideo da se usklađivanje visine takse obavlja jednom godišnje, počevši od 1. januara 2017. godine (član 37, stav 7), u poslednjem mesecu 2016. godine još uvek nije jasno kako će se to obaviti.

Preporuka

RTS i RTV treba da insistiraju na doslednoj primeni *Zakona o javnim medijskim servisima* (2014) koji utvrđuje da je primarni izvor finansiranja javnog servisa taksa za javni medijski servis, i to u visini koja omogućuje finansiranje njegove osnovne delatnosti. Jedan deo prihoda treba da se obezbedi od ekonomske propagande i drugih komercijalnih

usluga koje su u skladu sa funkcionisanjem javnih servisa. Finansijski prihodi treba da omoguće više od sadašnjeg nivoa funkcionisanja, jer RTS i RTV imaju obavezu da uvode nove usluge, kako programske, tako i tehnološke. Ukupni budžeti RTS-a i RTV-a treba da pokriju i oblike saradnje sa javnošću, a u budućnosti i eventualno uvođenje regionalnih programa.

Upravljačka tela javnih servisa treba da pokrenu kampanju za edukaciju građana i građanki o prirodi javnog medijskog servisa kao specifičnog elementa medijskog sistema i o značaju takse kao njegovog glavnog izvora finansiranja. Element te kampanje treba da budu redovni izveštaji za javnost o načinu trošenja sredstava koje građani plaćaju za javni servis.

1.2. Raspodela prihoda između organizacionih delova javnog servisa

Prema dobrom evropskom iskustvu, raspodela prihoda između radija i televizije javnog servisa ostvaruje su u odnosu 1:2 ili 1:3 u korist televizije, jer televizijska proizvodnja zahteva više sredstava. Nije poznato kako se ova raspodela ostvaruje između organizacionih delova RTS-a i RTV-a, ali je mnogo indicija da televizija dobija mnogo više sredstava nego radio.

Preporuka

U okviru planiranja raspodele ukupnih finansijskih sredstava, RTS i RTV treba unapred da utvrde adekvatan odnos finansiranja radija i televizije, koji će biti u skladu sa dobrim iskustvima drugih javnih servisa i neće ići na višestruku štetu radija.

2. Organizaciona struktura javnog servisa

2.1. Garancije upravljačke nezavisnosti javnog servisa

Postojeće zakonske i institucionalne garancije za upravljačku

nezavisnost javnog servisa nisu dovoljne. Praksa je pokazala da se izbor upravnih odbora RTV-a i RTS-a obavlja pod jakim političkim uticajima.

Nezavisnost upravljačkog tela javnog servisa se po postojećim zakonskim rešenjima oslanja na nezavisnost Saveta Regulatora (regulatornog tela nadležnog za oblast elektronskih medija, REM). Međutim u odredbama zakona i u načnu njihove primene u praksi do sada nema dovoljno garancija za političku nezavisnost i samog Regulatora.

Preporuka

Potrebno je preispitati zakonska rešenja o načinu izbora članova Saveta Regulatora i garancijama njegove političke nezavisnosti, kako bi se onemogućili politički uticaji na izbor članova upravljačkog tela javnog servisa.

Nezavisnost upravljačkog tela javnog servisa moguće je dodatno osnažiti promenom kriterijuma za izbor članova upravnih odbora RTS-a i RTV-a, koji se odnose na vrstu kompetencija neophodnih za obavljanje funkcija ovih tela. .

Upravljačka tela javnih servisa treba da donose godišnje planove o ispunjavanju mandata javnog servisa, sa jasnim pregledom finansijskih i programskih aktivnosti i planiranih, merljivih, ciljeva. Ovi planovi treba da se predstave publici i treba da budu osnova za Regulatora i Skupštinu Republike Srbije u oceni rada javnih servisa.

2.2. Regionalni javni servisi

Građani iz raznih delova Srbije imaju česte i utemeljene primedbe da njihovi regioni nisu dovoljno prisutni u programima javnih servisa. Postojanje regionalnih javnih servisa je dominantno evropsko iskustvo, a njihove prednosti se iskazuju u Velikoj Britaniji, Francuskoj, Češkoj i drugim zemljama. Inicijative za osnivanje regionalnih javnih servisa postoje već više godina u raznim delovima Srbije. Ideja o stvaranju separatih regionalnih servisa u koje bi se transformisale nekadašnje

lokalne i regionalne radio-televizije, osnovane od lokalnih i regionalnih samouprava, odbačena je u vreme donošenja novih medijskih zakona 2014. godine.

Preporuka

S obzirom na značajne funkcije regionalnih javnih servisa i podršku građana njihovom osnivanju, u dugoročnu strategiju razvoja javnih servisa treba uključiti ideju o osnivanju tri ili četiri regionalna javna servisa u sastavu RTS-a za deo Srbije van teritorije Vojvodine i dva ili tri u sastavu RTV-a za teritoriju Vojvodine.

2.3. Javna kontrola javnog servisa

Nezavisnost i samostalnost javnog servisa u velikoj meri može osnažiti javna kontrola nad javnim medijskim servisom. Jedan od ovakvih vidova kontrole je Programski savet. Postoje i drugi oblici delotvorne javne kontrole preko organizacija civilnog društva, stručnih organizacija i građana. Komitet ministara Saveta Evrope preporučuje da se mehanizmi javne kontrole uspostave u saradnji sa civilnim društvom.¹

Javna kontrola rada javnih medijskih servisa je zanemarena u *Zakonu o javnim medijskim servisima* (2014). Ona je posebno neadekvatno regulisana odredbama o načinu izbora Programskog saveta, koji ima savetodavnu ulogu i treba da zastupa interese najšire javnosti. U Zakonu je predviđeno da članove Programskog saveta bira Upravni odbor javnog servisa. Ovo rešenje nije dobro jer sprečava da Programski savet funkcioniše kao oblik spoljne kontrole i javnog uticaja.

Preporuka

Potrebno je izmeniti članove 28, 29. i 30. *Zakona o javnim medijskim servisima* koji se odnose na način izbora i obaveze Programskog

¹ Preporuka CM/REC(2007)2 Komiteta ministara Saveta Evrope državama članicama o medijskom pluralizmu i raznovrsnosti medijskog sadržaja

saveta. Ovo telo ne treba da bira Upravni odbor javnog servisa već treba da se bira izvan javnog servisa i na način koji će obezbediti zastupanje najšireg javnog interesa.

Radi unapređivanja ostvarivanja programskih funkcija javnog servisa, RTS i RTV treba da uspostave stalnu saradnju sa stručnim organizacijama i organizacijama civilnog sektora koje se bave medijima i imaju stručnu ekspertizu za analizu ostvarivanja javnog interesa u njihovim programima.

Javni servisi treba da ustanove nove oblike komunikacije sa auditorijumom. Široka i aktivna razmena informacija i ideja treba da omoguće što veći uticaj publike na program i reakcije na već emitovani sadržaj.

Javni servisi treba da osnuju stručnu službu koja će pratiti reakcije, predloge, komentare, sugestije publike i o njima obaveštava Programski savet, Upravni odbor, generalnog direktora i ostale programske direktore i glavne i odgovorne urednike. Njen zadatak bi mogao biti i organizovanje redovnih javnih rasprava o sadržajima, planovima i opštoj programskoj politici javnog servisa.

2.4. Sprečavanje neadekvatnih uticaja na manjinske redakcije

Zakon o nacionalnim savetima nacionalnih manjina (2009) daje mogućnost nacionalnim savetima manjina da daju mišljenje o kandidatima za odgovornog urednika programa na jezicima nacionalnih manjina. U praksi je to korišćeno za politički uticaj nacionalnih saveta pri izboru nekih urednika u redakcijama na manjinskim jezicima u RTV-u. Ovakva praksa je suprotna *Zakonu o javnim medijskim servisima* (2014), evropskim regulatornim standardima i misiji javnog medijskog servisa.

Preporuka

Pri očekivanoj izmeni *Zakona o nacionalnim savetima nacionalnih manjina* (2009) trebalo bi slediti evropske standarde i

institucijama nacionalnih manjina omogućiti participativnu ulogu u kreiranju programske orijentacije sadržaja na manjinskim jezicima, ali ne i uticaj na izbor kadrova.

3. Programska politika javnog servisa

Sadržaji koje proizvode i emituju javni servisi u **velikoj meri** ostvaruju ciljeve definisane u članu 3. *Zakona o javnim medijskim servisima (2014)*:

“ostvarivanje ljudskih prava i sloboda, razmena ideja i mišljenja, negovanje vrednosti demokratskog društva, unapređivanje političke, polne, međunacionalne i verske tolerancije i razumevanja, kao i očuvanje nacionalnog identiteta srpskog naroda i nacionalnih manjina”.

U svim pojedinačnim programskim celinama vidljivo je da javni servisi afirmišu civilizacijske vrednosti i tekovine demokratskog društva. Medijski diskurs javnog servisa zasniva se na postulatu poštovanja i negovanja dobrog ukusa.

Programska ponuda radija i televizije javnih servisa je raznovrsna u pogledu vrste sadržaja. Svakodnevna programska šema obuhvata emitovanje sadržaja širokog žanrovskog i tematskog raspona, počevši od informativnih, preko obrazovnih, kulturnih, dokumentarnih, sportskih do zabavnih, muzičkih, dečjih, rekreativnih, itd. Unutar ovih programskih celina postoji raznovrsnost u formi prezentacije (kolažne/mozaične, debatne, hibridne, igrane, itd.). Javni servisi iskazuju dugoročnu orijentaciju ka povećanju raznovrsnosti programa i uvođenju novih programskih formata i emisija. RTS je u prvoj polovini 2016. proizveo dve nove domaće serije i pet novih emisija², a RTV šest televizijskih emisija.

Javni servisi neguju savremen prezentacioni izraz koji je u procesu usklađivanja sa novim medijskim digitalnim tehnologijama.

² Izjavio je Dragan Bujošević, generalni direktor RTS-a 12.2.2016. u otvorenom pismu javnosti povodom uvođenja takse.

Profesionalizam novinara, prezentera i onih zaslužnih za tehničku izvedbu programa je na nivou standarda modernih javnih servisa.

Javni servisi ipak ne uspevaju da ostvare sve zakonom predviđene uloge i ciljeve.

3.1. Informativni program

Informativni programi RTS-a i RTV-a nisu dosegli standarde kojima se „omogućava slobodno formiranje i izražavanje mišljenja slušalaca i gledalaca”³.

U njihovim informativnim emisijama se ne poštuje zakonska obaveza o nepristrasnom obrađivanju političkih istorijskih, privrednih, socijalnih, zdravstvenih i drugih pitanja koja omogućuju „ravnopravno sučeljavanje različitih stanovišta” (član 7., tačka 7. *Zakona o javnim medijskim servisima*).

Tematski prioriteti emisija informativnog programa odražavaju interese političke elite. U njima se izbegavaju kontroverzne teme. Centralna izvršna vlast ima privilegovan tretman u odnosu na druge društvene subjekte. Građani nisu adekvatno reprezentovani, kao ni drugi subjekti koji su nosioci kritičkog, ili alternativnog mišljenja.

Preporuka

Informativne emisije treba da budu tematski raznovrsnije i više pažnje posvete temama koje najviše interesuju građane, ne izbegavajući najveće društvene kontroverze o kojima još uvek nema javnog konsenzusa. Medijska inicijativa kao povod za izveštavanje treba da bude znatno prisutnija, kao i složena analitička obrada događaja i pojava.

Neophodna je bolja reprezentacija građana koji će izražavati mišljenje o relevantnim temama i veća šansa drugih društvenih subjekata da iskažu kritičke ocene javnih politika.

³ Član 7, tačka 1, *Zakona o javnim medijskim servisima* 2014.

3.2. Informisanje na jezicima manjina

Javni servisi imaju višestruke obaveze u pogledu informisanja nacionalnih manjina na njihovom jeziku. *Zakon o javnim medijskim servisima* (2014) ne pravi u ovom pogledu razliku između republičkog i pokrajinskog javnog servisa. Ipak, RTV svoje obaveze ispunjava, dok RTS nema programske segmente na manjinskim jezicima, osim na romskom, iako u Srbiji, van teritorije pokrajine Vojvodine, žive Vlasi, Bugari, Albanci, Bošnjaci i druge etničke grupe,

Pored domaćeg zakona i značajni međunarodi dokumenti uređuju obavezu informisanja na manjinskim jezicima. Među njima su dokumenti Saveta Evrope, koje bi Srbija kao članica morala da poštuje.

Preporuka

Budući da RTV ostvaruje komunikativne potrebe nacionalnih manjina koje žive u Vojvodini na njihovim jezicima, RTS bi trebalo da emituje sadržaje na jezicima onih manjina koje žive van Vojvodine.

Televizija RTS i Radio Beograd, osim emisije na romskom jeziku, treba da uvedu kratke informativne emisije na drugim manjinskim jezicima (albanskom, bugarskom, vlaškom). Bilo bi poželjno inicirati duže nedeljne emisije, kao što je *Građanin*, koje bi u celini bile na manjinskim jezicima.

Potrebno je uvesti praksu (RTS), odnosno negovati praksu (RTV) da pripadnici manjina u emisijama na srpskom jeziku koriste svoj maternji jezik, sa prevodom na jezik većine.

3.3. Verski sadržaji

Radio programi RTS-a i RTV-a imaju emisije koje se bave religijom. To su *Hram* na Drugom programu Radio Beograda i *Sosloviye* na Prvom programu Radija RTV. Obe emisije se gotovo isključivo bave pravoslavljem, dok ostalim veroispovestima posvećuju tek po neki prilog

povodom verskih praznika. Ovakva programska produkcija nije primerena potrebama verskih zajednica u Srbiji koja je multikonfesionalno društvo, a protivna je *Zakonu o javnim medijskim servisima* (2014), koji kao oblik javnog interesa izričito navodi „poštovanje i podsticanje pluralizma političkih, verskih i drugih ideja i omogućavanje javnosti da bude upoznata sa tim idejama, ne služeći interesima pojedinačnih političkih stranaka i verskih zajednica, kao ni bilo kom drugom pojedinačnom političkom, ekonomskom, verskom i sličnom stanovištu ili interesu.“ (član 7, tačka 4).

Preporuka

U emisijama koje govore o religiji potrebno je uvesti više sadržaja o ostalim konfesijama, pored pravoslavne, u skladu sa raširenošću ovih konfesija. Poželjno je dati prostora negovanju međukonfesionalnog dijaloga, kao i uvidima u religije sa stanovišta sociologije religije.

3.4. Direktan prenos zasedanja Skupštine Srbije

Iako nema zakonsku obavezu da to čini, Na drugom programu televizije RTS-a direktno se prenose sednica Narodne skupštine Srbije. To se čini na uštrb drugih programa na ovom kanalu, posebno programa namenjenih deci, manjinana i obrazovnih emisija. Direktni prenosi zasedanja Skupštine na RTS-u su svojevremeno izdejstvovani političkim pritiskom. Direktni prenosi nisu najbolji način informisanja javnosti o radu parlamenta. Ono se bolje ostvaruje opširnim i analitičkim specijalizovanim emisijama i izveštajima.

Preporuka

Treba razmisliti o uvođenju posebnog skupštinskog kanala u okviru RTS-a, ili to prepustiti nekom drugom zainteresovanom mediju ili medijsoj inicijativi. Skupštinski kanal, bi trebalo da, osim plenarnih sednica Skupštine, prenosi i zasedanja drugih skupštinskih tela, kao i javnih slušanja i debata.

3.5 Prenosi međunarodnih sportskih događaja

Sportski program RTS-a uključuje prenose međunarodnih sportskih takmičenja i kada u njima ne nastupaju domaći klubovi. To je slučaj, na primer, sa fudbalskom Ligom šampiona. To nije praksa evropskih javnih servisa. Ovaj deo medijskog biznisa se svesno prepušta komercijalnim televizijama.

Preporuka

Potrebno je preispitati praksu RTS-a da ne prenose međunarodna sportska takmičenja, u kojima ne nastupaju domaći sportisti. To treba prepustiti komercijalnim emiterima.

...

Kao što je monitoring pokazao, republički i pokrajinski javni medijski servisi napreduju ka modelu medija javne službe koji ostvaruje opšti interes, uprkos izvesnim nedostacima koji se mogu otklanjati doslednim i odgovornim odnosom uređivačkih timova. Istovremeno, izrazito je važno jačati društvenu svest o neophodnosti postojanja, održivosti i razvoja ovakvih medijskih institucija, jer su one zamišljene kao brana tematskoj i interesnoj uskosti komercijalnih medija i kao prostor za permanentnu javnu debatu koja doprinosi demokratizaciji društva, nejkovoj koheziji i sveopštem napretku.

FULFILLING THE PUBLIC INTEREST THROUGH THE PROGRAMS OF THE RADIO TELEVISION OF SERBIA AND OF THE RADIO TELEVISION OF VOJVODINA

GENERAL CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

1. Funding of public service broadcasters

1.1. Assets of citizens

Adequate and stable funding is an essential precondition for management independence of public service broadcasters (PSBs) and their ability to effectively perform their remit. The funding method of public service broadcasters during 2016 – a combination of budget donations (of an unknown final amount) and the minimum fee of 150 dinars per month - does not ensure neither one, nor the other.

Experience of some European PSBs has demonstrated that budget financing is not appropriate, because it is the basis for the state's influence on their functioning. It is necessary to find a solution that will be in compliance with the needs and requirements of public service broadcasters.

Even though the Law on Public Service Broadcasting (2014) stipulated that the adjustment of the tax for PSB is going to occur annually, starting from 1 January 2017 (Article 37, paragraph 7), in the last month of 2016 it is not yet clear how this will be carried out.

Recommendations

RTS and RTV should insist on the consistent implementation of the Law on Public Service Broadcasting (2014), which stipulates that the

primary funding source of PSBs is the tax, in the amount which allows them to finance their core activities. A part of the income is to be provided from commercial advertising and other commercial services that are in accordance with the functioning of public broadcasters. Financial revenues should enable more than the current level of operating, as RTS and RTV are required to introduce new services to both programme and technology. The overall budgets of RTS and RTV should also cover all forms of collaboration and public relations, and a possible introduction of regional programs in the future.

Management bodies of public service broadcasters should initiate a campaign to educate citizens about the nature of public service broadcasting as a specific element of the media system and the importance of the tax as its main source of funding. Regular reports to the public regarding the way of spending funds that citizens pay for PSBs should also be an element of this campaign.

1.2. The income distribution between the organizational units of the public service broadcasters

According to positive European experiences, the distribution of income between the radio and television of public service broadcasters is realized in the ratio of 1:2 or 1:3 in favour of television, due to requirement of more resources for television production. It is unknown how this distribution is realized between the organizational units of RTS and RTV, but there are many indications that television gets a great deal more resources than radio.

Recommendation

Within the planning process of the distribution of financial resources, RTS and RTV should, in advance, establish an adequate relationship of financing radio and television, which will be accordant with positive experiences of other public service broadcasters and will not be detrimental towards the radio aspect.

2. The organizational structure of public service broadcasters

2.1. Guarantees of the management independence of public service broadcasters

The existing legal and institutional guarantees for the management independence of public service broadcasters are not enough. Practice has shown that the selection of management bodies of RTV and RTS is realized under strong political influence.

The independence of management bodies of public service broadcasters, according to the existing legal solutions, relies on the independence of the Council of the Regulator (Regulatory Authority for Electronic Media, REM). However, in the provisions of the law and in the manner of their implementation into practice, so far there are not enough guarantees of political independence of the Regulator itself.

Recommendations

It is necessary to review the legislative solutions on the method of appointing the members of the Council of the Regulator and warranties of its political independence, in order to prevent any political influence on the selection of members of management bodies of PSBs.

Independence of the management structures of PSBs can be further reinforced by changing the criteria for selection of members of management boards of RTS and RTV, relating to the type of competencies required for performing the functions of these bodies.

Management bodies of public service broadcasters should make annual plans on the fulfilment of the PSB remit, with a clear overview of financial and programming activities and estimated, measurable goals. These plans should be presented to the public and be the basis for the Regulator and the Parliament of the Republic of Serbia for the evaluation of the operation of public service broadcasters.

2.2. Regional public service broadcasters

Citizens from different parts of Serbia make frequent and justified objections that their regions are insufficiently presented in the programming of public service broadcasters. The presence of regional public service broadcasters is predominantly a European experience, and their benefits have been recognized in the UK, France, Czech Republic and other countries. Initiatives for the establishment of regional public broadcasters have existed in various parts of Serbia for many years. The idea of creating separate regional PSBs, made by transformation of the former local and regional radio and television stations, which had been founded by local and regional self-governments, was rejected at the time of the enactment of new media laws in 2014.

Recommendation

Considering the significant functions of regional public service broadcasters and the support of citizens for their formation, the long-term strategy of development of public service broadcasting should include the idea of establishing three or four regional public service broadcasters within RTS, for parts of Serbia outside the territory of Vojvodina, and two or three within RTV and for the region of Vojvodina.

2.3. Public control of public service broadcasters

Public control and supervision of public service broadcasting can in great deal strengthen its independence and autonomy. One such type of control is the Programming Council. There are some other types of effective public control through civil society organizations, professional organizations and by the citizens themselves. The Committee of Ministers of the European Council suggests that the public control mechanisms should be established in collaboration with the civil society.¹

¹ Recommendation CM/REC(2007)2 of the Committee of Ministers of the Council of Europe to the member countries about media pluralism and diversity of media content

Public control of work of public service broadcasters is neglected in the Law on Public Service Broadcasting (2014). It is, especially, inadequately regulated by the provisions pertaining to the election of members of the Programming Council, which has an advisory role and should represent the interests of the general public. The Law prescribes that the Management Board of the public service broadcaster appoints the members of the Programming Council. This solution is inadequate because it prevents the Programming Council from functioning as a form of external supervision and a form of public influence.

Recommendations

It is necessary to make amendments under articles 28, 29 and 30 of the *Law on Public Service Broadcasting*, which are related to the election process and to the responsibilities of the Programming Council. The Management Board of the public service broadcaster should not elect this body; it should be elected outside the public service broadcaster and in a way that will ensure representation of the broadest public interests.

In order to improve the realization of public broadcaster's remit, RTS and RTV should establish permanent cooperation with professional and civil sector organizations dealing with the media and having professional expertise for the analysis of the fulfilment of public interest in the programmes of PSBs.

Public service broadcasters should establish new ways of communication with the audience. Widespread and active exchange of information and ideas would enable greater influence of audience as well as reactions to already broadcasted content.

Public service broadcasters should establish its own expert service which is supposed to track the reactions, recommendations, comments and suggestions of the audience and report to the Programming Council, Management Board, Director-General and other programme directors and editors-in-chief. One of its tasks could include the orga-

nization of regular public debates about the content, plans and general programming policies of the PSBs.

2.4. Prevention of undue influences on editorial staff for minority language programming

The Law on the National Councils of National Minorities (2009) gives national minority councils a possibility to voice their opinion on candidates intended for the position of editor-in-chief for programs in the languages of the national minorities. In practice, this was used for the exercising of political influence of national councils in the appointment of some editors-in-chief in RTV programmes in the languages of national minorities. This kind of practice is contrary to the *Law on Public Service Broadcasting of 2014*, European regulatory standards and the remit of public service broadcasting.

Recommendation

In the forthcoming amendments to the *Law on the National Councils of National Minorities (2009)*, European standards should be followed. National minority institutions should be granted a participatory role in the creation of the programming orientation of the content in minority languages, but not the influence in the choice of PSBs personnel.

3. The programming policies of public service broadcasters

The content produced and broadcast by public service broadcasters fulfils, to a great degree, the goals defined in Article 3 of the *Law on Public Service Broadcasting (2014)*:

“realizing human rights and freedoms, exchanging ideas and opinions, nurturing the values of democratic society, advancing political, gender, international and religious tolerance and understanding, as well

as preserving the national identity of the Serbian people and national minorities”.

It is apparent in all programming segments that public broadcasters affirm values of our civilization and heritage of a democratic society. Media discourse of public service broadcasters is based on the postulates of respect and of nurturing good taste.

The radio and television programming offer of public service broadcasters is diverse in terms of the type of content. Everyday programme schedule includes broadcasting of content with a wide range of genres and topics, starting from news, then educational, cultural, documentary genres, to sports, entertainment, music, recreation, etc. Inside these programming segments there is diversity in form of presentation (collage/mosaic, debate, hybrid, acting, etc.)

Public service broadcasters express a long-term orientation towards an increase of the diversity of programming and the introduction of new programme formats and shows. In the first half of 2016, RTS produced two new TV series and five new programmes², while RTV produced six TV shows.

Public service broadcasters nurture a contemporary form of the presentation of content, which is in the process of synchronization with new media digital technologies.

Professionalism of the journalists, presenters and the ones responsible for technical aspects of the programming is at the level of modern public service broadcasters' standards.

Still, public service broadcasters do not manage to achieve all the roles and goals required by the law.

3.1. News and information programmes

The news and information programmes of RTS and RTV have not

² Stated by Dragan Bujosevic, RTS Director-General, 12.02.2016. in an open letter regarding the introduction of the tax for PSB.

reached the standards which "enable the free formation and expression of the opinions of the listeners and viewers³".

Their news and information programmes do not adhere to the legal obligation of unbiased coverage of political, historical, economic, social, healthcare and other issues which allows for "equal presentation of different viewpoints" (Article 7., item 7. of the Law on Public Service Broadcasting).

The thematic priorities of the news broadcasts reflect the interests of the political elite. They avoid controversial topics. The central executive authorities have a privileged treatment in comparison to other social actors. The citizens are not adequately represented, alongside other actors which hold critical or alternative opinions.

Recommendations

News and information programmes should be more thematically diverse and they should dedicate more attention to topics which are of the highest interest to the citizens, without avoiding the biggest social controversies about which there is still no public consensus. The initiative of the media should more often be the motive for reporting. The reporting should consist of a greater number of items with an analytical approach to events and issues.

There is a need for better representation of citizens so they can express their thoughts and opinions about relevant and timely topics. Other social actors as well should be given a chance to express critical judgment of public policies more often than is the case.

3.2. News in the languages of minorities

Public service broadcasters have multiple responsibilities regarding the provision of information to the national minorities in their own languages. The Law on Public Service Broadcasting (2014), from this

³ Article 7., item 1, Law on Public Service Broadcasting of 2014.

viewpoint, does not make a difference between the national and the regional public service broadcaster. However, RTV fulfils its obligations, while RTS has no programming segments in minority languages, except in Roma language, even though Serbia, outside the Vojvodina province, is populated by Vlachs, Bulgarians, Albanians, Bosniaks and other ethnic groups.

Outside the national laws, international documents also govern the obligation of providing information in minority languages. Among them are the documents of the European Council, which Serbia, as a member, should follow.

Recommendations

Being that RTV meets the communication needs of national minorities that live in Vojvodina in their own languages, RTS should broadcast content in languages of the minorities that live outside of Vojvodina.

RTS's television and radio, except the news in Roma language, should introduce short news programs in other minority languages (Albanian, Bulgarian, Vlach). Initiating longer weekly shows which would be entirely in minority languages, such as "*Građanin (The Citizen)*", would be most welcome.

RTS should establish the practice, and RTV should upgrade the existing practice, of minorities using their own mother-tongue in broadcasts in Serbian language, subtitled into the language of the majority.

3.3. Religious content

Radio programming of both RTS and RTV include special broadcasts dealing with religion. These are: "*Hram (The Temple)*", broadcast on the Second channel of Radio Belgrade and "*Sosloviye*" on the First channel of Radio RTV. Both shows almost exclusively deal with the orthodox Christian religion, while other religions get only a few items related to religious holidays. The content of these broadcasts is not suitable to

the needs of religious communities in Serbia, which is a multi-religious society, and is a direct breach of the Law on Public Service Broadcasting (2014), which as a form of public interest clearly states "respecting and inciting of pluralism in political, religious and other ideas and enabling the society to become familiar with such ideas, not serving the interests of individual political parties and religious organizations, nor any other individual political, economic, religious and other viewpoint or interest."(Article 7, item 4).

Recommendation

The programmes devoted to religion should include more information about other religions, in addition to the orthodox religion, in accordance with the spread of these religions. It would be desirable to allow the nurturing of the multi-religious dialogue, as well as providing insight into religious issues from the aspect of sociology of religion.

3.4. Live broadcasts from sittings of the National Assembly of Serbia

Even though there is no legal obligation to do so, the Second channel of RTS provides live broadcasts from the sittings of the National Assembly of Serbia. This is being done at the expense of other programmes on this channel, especially programmes dedicated to children, minorities and educational shows. Live broadcasts of the sittings of the Assembly on RTS were formerly put across as a result of political pressure. Live broadcasts are not the best means of providing information to the public about the work of the parliament. This would be done better with in-depth and analytical specialized programmes and reports.

Recommendation

A special channel for live broadcasts of the national Assembly sittings should be introduced within RTS, or this task could be transferred to some other interested media outlet or media initiative. This special channel should broadcast the sittings of other parliamentary bodies, as

well as public hearings and debates, in addition to the broadcasts of plenary sittings of the national Assembly.

3.5. Coverage of international sport events

The sport programming of RTS includes broadcasts of international sport tournaments even when national teams are not competing. For example, that is the case with the soccer Champions league. That is not common for European public service broadcasters. This segment of the media business is deliberately left to the commercial broadcasters.

Recommendations

RTS should re-evaluate the current practice of broadcasting of international sport tournaments, in which the national teams are not competing. This should be left to commercial broadcasters.

.....

As the monitoring has shown, the national and regional public service broadcasters are progressing towards the model of public service that fulfils the public interest, despite certain flaws which can be removed with the consistent and responsible approach of their editorial teams. It is extremely important to simultaneously reinforce the public awareness of the existence, sustainability and development of such media institutions, because they are conceived as a dam against the thematic and interest-based narrowness of commercial media and as the place of constant public debate which contributes to the democratization of the society, its cohesion and overall improvement.

POGOVOR O PROJEKTU

Rezultati istraživanja predstavljeni u publikaciji „Ostvarivanje javnog interesa u javnim medijskim servisima u Srbiji” nastali su u okviru projekata Nezavisnost medija u 2015. godini koji je podržala Misija OEBS u Srbiji (projekat realizovan u periodu od maja do septembra 2015.) i Monitoring javnih servisa 2015/2016. koji je podržala Fondacija za otvoreno društvo, Srbija. Nosilac projekata je Novosadska novinarska škola. Učesnici na projektu su studenti, masteranti, doktorandi i akademsko osoblje Fakulteta Političkih nauka u Beogradu i istraživačkog centra Novosadske novinarske škole u Novom Sadu, ukupno 21 monitor i monitorka (beogradski tim monitora: Milka Domanović, Siniša Atlagić, Ana Milojević, Aleksandra Ugrinić, Jovana Veljković, Snežana Bajčeta, Jelica Nikolić, Dragana Todorović, Dragana Krunic, Rade Veljanovski; novosadski monitoring tim: Mirjana Pušin, Marina Kovačev, Marina Grnja Klaić, Tijana Femić Bumbić, Stefan Janjić, Nataša Šaru, Nataša Starčević, Ila Hajnal, Norbert Šinković, Milena Vilotijević, Dubravka Valić Nedeljković) i četiri autorke/autora izveštaja: dr Jovanka Matić, prof. dr Dubravka Valić Nedeljković i prof. dr Rade Veljanovski, kao i Stefan Janjić, doktorand.

Pregledano je i/ili analizirano ukupno oko 2000 sati programskih shema i svih vrsta programa (informativni, obrazovni, kulturni, zabavni, dokumentarni, dečiji, sportski, muzički) na srpskom i mađarskom jeziku Radio-televizije Vojvodine i na srpskom jeziku Radio-televizije Srbije.

Metodologija istraživanja i uzorak

U analizi programa javnih servisa korišćena je metoda

kvantitativno-kvalitativne analize sadržaja.

Istraživački instrumenti su dizajnirani prema vrstama programa ili emisija. Posebni kodni protokoli su izrađeni za analizu centralnih informativnih emisija, magazinsko-kolažnih emisija, debatnih emisija, kao i za tematske emisije o kulturi, sportu, poljoprivredi i selu, vojsci i veri. Razgovorne radio emisije i dečije emisije su analizirane prema posebnom istraživačkom instrumentu za kvalitativnu analizu. U većini kodnih protokola jedinica analize je bio celoviti smisleni segment emisije (prilog ili rubrika), a protokoli su sadržali nekoliko zajedničkih kategorija, kao što su broj jedinica analize, dužina, žanrovska vrsta, povod za izveštavanje, tema, subjekt o kome se govori i prisustnost vrednosnih kvalifikacija i njihova orijentacija.

Istraživanje je obuhvatilo period od 24 sedmice, od polovine januara do kraja juna 2016. godine.

Uzorak za analizu je dizajniran prema učestalosti emitovanja i dužini emisija, pa se sastojao od 24 emisije (jedna sedmično), 12 emisija (dve mesečno) ili 6 emisija (jedna mesečno). Za sve emisije primenjen je rotacioni uzorak za period od 24 sedmice. Za dnevne emisije, on je podrazumevao jednu emisiju iz svake sedmice, i to tako da budu zastupljeni svi dani u sedmici. Uzorak je uključio emisiju od ponedeljka iz prve sedmice, od utorka iz druge sedmice, od srede iz treće sedmice itd, pa opet od ponedeljka iz osme sedmice itd.¹ Pri izboru jedne emisije,

¹ U slučaju centralnih informativnih emisija od ovog pravila se odstupilo u nekoliko slučajeva, kako bi se u analizu uključile emisije emitovane u nekim posebnim danima, kao što su 29. februar - dan prestupne godine, 8. mart - Dan žena, 12. mart - godišnjica ubistva predsednika Vlade Srbije 2003. godine i 1. maj - Međunarodni dan rada, a za koje se smatralo da imaju poseban društveni značaj i da će analiza emisija iz tih dana umesto „običnih” dana bolje pokazati kako se javni servis odnosi prema potrebama javnosti. Kada bi se u uzorak uvrstio neki od ovih „posebnih” dana, pravilo uključivanja svake osme emisije je nastavljano. U ukupnom uzorku svaki dan u sedmici je zastupljen sa po četiri ili tri puta.

polumesečno ili mesečno, takođe se vodilo računa da budu zastupljeni različiti dani u sedmici i različite sedmice, ili samo sedmice ako se emisija prikazuje samo određenim danom u sedmici².

U izveštaje objavljene u ovoj publikaciji su uključeni samo rezultati za koje su autorke i autori smatrali najrelevantnijim. Ostaje još izuzetno mnogo značajnih istraživačkih rezultata za dalje razmatranje i analiziranje.

U Novom Sadu 5.12.2016.

² I kod verskih emisija primenjen je princip kao kod centralnih informativnih. Posebno su uvršteni dani/sedmice u kojima su evidentirani veliki verski praznici poput Uskrsa po Gregorijanskom i Julijanskom kalendaru.

Sadržaj

Rade Veljanovski JAVNI SERVIS: MISIJA, EVROPSKI POGLED, REGULATORNI OSNOV.....	7
--	---

POGLAVLJE I:

ANALIZA INFORMATIVNIH PROGRAMA JAVNIH SERVISIA

Jovanka Matić ANALIZA INFORMATIVNIH PROGRAMA REPUBLIČKOG I POKRAJINSKOG JAVNOG SERVISIA.....	27
Jovanka Matić NEWS AND INFORMATION PROGRAMMING OF THE SERBIAN NATIONAL AND VOJVODINA REGIONAL PUBLIC SERVICE BROADCASTERS (RTS AND RTV).....	51
Jovanka Matić DNEVNE INFORMATIVNE KOLAŽNE TV EMISIJE RTS-a I RTV-a.....	77
Jovanka Matić DEBATNE TV EMISIJE RTS-a.....	93
Jovanka Matić DEBATNE TV EMISIJE RTV-a.....	109
Jovanka Matić JUTARNJI PROGRAMI RTS-a i RTV-a.....	123
Stefan Janjić HIBRIDNI TV FORMATI NA PRVOM PROGRAMU RADIO-TELEVIZIJE VOJVODINE.....	135
Stefan Janjić INFORMATIVNI PROGRAM NA MAĐARSKOM JEZIKU RADIO-TELEVIZIJE VOJVODINE.....	141

POGLAVLJE II:

ANALIZA PROGRAMA JAVNE MEDIJSKE USTANOVE RADIO-TELEVIZIJE SRBIJE

Rade Veljanovski ANALIZA PROGRAMA JAVNE MEDIJSKE USTANOVE RADIO-TELEVIZIJE SRBIJE.....	151
--	-----

POGLAVLJE III:

ANALIZA PROGRAMA JAVNE MEDIJSKE USTANOVE RADIO-TELEVIZIJE VOJVODINE

Dubravka Valić Nedeljković ANALIZA PROGRAMA JAVNE MEDIJSKE USTANOVE RADIO-TELEVIZIJE VOJVODINE.....	211
---	-----

POGLAVLJE IV:

IZVEŠTAVANJE JAVNIH SERVISIA O PREDIZBORNOJ KAMPANJI 2016. GODINE

Stefan Janjić IZVEŠTAVANJE JAVNIH SERVISIA O PREDIZBORNOJ KAMPANJI 2016. GODINE.....	287
--	-----

POGLAVLJE V:

OSTVARIVANJE JAVNOG INTERESA U PROGRAMIMA RADIO-TELEVIZIJE SRBIJE I RADIO-TELEVIZIJE VOJVODINE - OPŠTI ZAKLJUČCI I PREPORUKE

OSTVARIVANJE JAVNOG INTERESA U PROGRAMIMA RADIO- TELEVIZIJE SRBIJE I RADIO-TELEVIZIJE VOJVODINE OPŠTI ZAKLJUČCI I PREPORUKE.....	309
FULFILLING THE PUBLIC INTEREST THROUGH THE PROGRAMS OF THE RADIO TELEVISION OF SERBIA AND OF THE RADIO TELEVISION OF VOJVODINA GENERAL CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS.....	319
POGOVOR.....	331

CIP - Каталогизacija u publikaciji
Библиотека Матице српске, Нови Сад

316.774(497.11)

OSTVARIVANJE javnog interesa u javnim medijskim servisima u Srbiji

[Elektronski izvor] / [urednici zbornika Dubravka Valić Nedeljković, Jovanka Matić, Rade Veljanovski ; prevod na engleski jezik Aleksandar Hrubenja]. - Novi Sad : Novosadska novinarska škola, 2016. - 1 elektronski optički disk (CD-ROM) ; 12 cm. - (Medijska sfera)

Deo teksta uporedo na srp. i engl. jeziku. - Bibliografija uz pojedina poglavlja.

ISBN 978-86-919463-1-9

a) Медији - Јавни сервис - Србија
COBISS.SR-ID [310910727](#)

