

Usporedba javnih servisa HRT-a i BBC-a

Ursić, Lucia

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Department of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:001402>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-23**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

Usporedba javnih servisa HRT-a i BBC-a

Završni rad

Studentica: Lucia Ursić

Mentorica: Jelena Jurišić, doc. dr. sc.

Zagreb, rujan 2018.

Zahvaljujem mentorici docentici Jeleni Jurišić bez čije pomoći, savjeta i kritika ovaj rad ne bi bio upotpunjen. Unatoč ostalim obvezama i dužnostima koje ima kao profesorica i kao mentorica pronalazila je vremena da sa mnom osmisli strukturu rada, preporuči literaturu kao i načine pomoću kojih sam bolje izrazila svoje misli.

Zahvalu također želim uputiti nastavnicima s Odjela komunikologije i Odjela filozofije Hrvatskih studija čije sam kolegije slušala u posljednje tri godine. Svojim poučnim, zanimljivim i inovativnim predavanjima pojačali su moj interes za komunikologijom i probudili ljubav za filozofijom no povrh svega, svi su mi pomogli da naučim razmišljati i uvijek preispitivati.

Želim zahvaliti i svojim kolegama bez kojih dosadašnje iskustvo studiranja ne bi bilo ni u približno lijepom i nostalgičnom sjećanju kao što je sada.

Naposljetku, najveće zahvale upućujem svojim roditeljima koji su me oduvijek bezuvjetno podržavali u mojim interesima te su i moralno i financijski omogućili da danas budem gdje jesam.

Sadržaj

Sažetak	4
1. Uvod	6
2. Javni medijski servis	7
3. BBC -najstariji i najvećijavni medijski servis	9
4. HRT – javni medijski servis koji ne izlazi iz tranzicijskog doba.....	12
4. 1. Iluzija o stvaranju pravog javnog servisa	13
5. Javni servisi pred izazovima digitalnog doba	16
5. 1. Usporedba informativnih sadržaja BBC-a i HRT-a	17
5.2. Zašto HRT ne može biti hrvatski BBC?.....	18
6. Zaključak	20
7. Literatura	22

Sažetak

Pri usporedbi HRT-a i BBC-a treba imati na umu kako se ta dva javna medijska servisa osim u veličini, kvaliteti i uspješnosti, razlikuju i geografskim položajem te sukladno njemu nose i odgovarajuće i specifične karakteristike i odrednice. Jasno je da se HRT od svog nastanka, i do danas neprekinutog procesa razvijanja oduvijek ugledao na BBC kao i mnoge zemlje svijeta posebice one Zapadnog Balkana. BBC je s druge strane veoma rano postao pionir javne medijske kuće koji je svojom neovisnošću o političkim utjecajima i njezi novinarskih vrijednosti postavio temelje na kojima razvoj javnih servisa 20. i 21. stoljeća počiva.

Rasprave o javnim medijskim servisima prikriveno su uvijek rasprave o demokraciji i demokratskom ustroju države, čak i ako sudionici razgovora toga nisu svjesni. Isprepletenost demokratskog društva s novinarstvom i time javnim medijima, prisutna je danas više no ikad. Paradoks počiva u činjenici da živimo u modernom digitalnom svijetu u kojem pojam demokracije predstavlja nešto normalno, dobro i očekivano dok se s druge strane novinarstvo gleda "kosim" očima, novinare se podcjenjuje a javne servise proziva zbog zanemarivanja dužnosti prema građanima.

Comparing HRT and BBC one should keep in mind that these two public media services besides their size, quality and performance, also differ in geographic position and therefore bear on corresponding and specific features and definitions. It is clear that HRT has always looked up to BBC, its development, production and management, as many other countries in the world do, especially those of the Western Balkans. The BBC, on the other hand, has become a pioneer of public media services which, based on its independence of political influence and nurture of journalistic values, laid the foundation upon which the development of public media services of the 20th and 21st centuries rests.

Terms of democracy and democratic state organizations are always present in discussions about public media services, even if the participants of the conversation are not aware of it. The connection between democratic society and journalism, and thus the public media, is present today more than ever. The paradox lies in the fact that we live in a modern digital

world where the notion of democracy is normal, good and expected, while on the other hand journalism is now "sloppy", the newspaper is underestimated and the public services are being judged for neglecting their duties towards citizens.

1. Uvod

Javni servis i njegovo ispravno funkcioniranje u zemljama Europske Unije, ali i većine svijeta jedan je od glavnih pokazatelja (ne)kvalitetnog demokratskog ustroja društva. Činjenica kako je nastao na temelju društvenog dogovora kako bi informirao, zabavljao i educirao narod država ga je dužna osigurati građanima koji su ga onda dužni financirati. Kao svojevrsne institucije neovisne o politici i tržišnim uvjetima javni servisi, u teoriji, postoje isključivo zbog građana i za građane.

No, povijesni i sadašnji događaji i situacije, kako u Hrvatskoj tako i u svijetu, često su dokazivali kako teorija mnogo puta nije jednaka praksi te ono što se zamislilo, isplaniralo i ustanovilo raznim dokumentima, legislativama ili zakonima biva promijenjeno i podložno raznim neočekivanim uvjetima i posljedicama. Tako se i događalo i događa se, nažalost i sa stanjem javnog servisa svugdje u demokratskim zemljama svijeta gdje imamo priliku svjedočiti kako se njegovo postojanje i ustroj usmjerava u svrhe političkih i marketinških propagandi zbog čega se njegova temeljna odredba, da biva sluga i glas građana gubi.

Nama najočigledniji i najbliži primjer je stanje javnog servisa u Hrvatskoj gdje svjedočimo kako *Hrvatska radiotelevizija* kao jedini i glavni javni medijski servis države već dugi niz godina čini propuste i krši odredbe koje je kao javni servis dužan ispunjavati. No, neki pokušaji za HRT-ovim redefiniranjem i poboljšanjem kvalitete izvirali su svako neko vrijeme, a tendencija da se hrvatski javni servis veliča i prikazuje u boljem svijetlu nego što je, je uvijek bila prisutna.

Nerijetko se tako HRT uspoređuje s drugim medijskim servisima kako bi ga se istaknulo kao jednako vrijednog ili pak kao boljeg i uspješnijeg. Ovim će se radom zato prvenstveno nastojati što detaljnije prikazati realna situacija stanja i ustroja HRT-a kao hrvatskog javnog servisa te ga se usporediti s BBC-om kao jednim od najpoznatijih i najuspješnijih javnih servisa ikad koji kao takav predstavlja uzor i motivaciju zemljama koje teže unaprjeđenju svojih medijskih servisa, pa tako i Hrvatskoj. Za istraživanje ovog rada poslužila su istraživanja autora hrvatskog, europskog, američkog i skandinavskog podrijetla te su se većinski odnosila na usporedbu javnih servisa zemalja Zapadne Europe i Balkana. Radom će se (1) pojasniti općenito značenje javnog servisa i njegovih univerzalnih ciljeva i zadaća. Zatim će se (2) zasebno analizirati i BBC i HRT, prikazati njihov ustroj, rad i napredak kroz povijest kako bi se (3) prikazalo u kolikoj se mjeri HRT razlikuje od BBC-a.

2. Javni medijski servis

Ono što bilo koji javni servis definira jest što je on omogućen od strane neke države građanima kako bi se zadovoljile njihove, često svakodnevne potrebe za življenjem. Javni servis vezan je uz pojam društvenog dogovora ili konsenzusa, uspostavljenog najčešće demokratskim načelima, kojima je ustanovljeno da određene stvari trebaju biti dostupne uvijek i svakome, bez obzira na imovinsko stanje, dob, spol i fizičku ili mentalnu spremu. Javni servisi su, s obzirom na ljudske i građanske potrebe, razni: vatrogasna služba, policija, hitna služba, prometne kompanije i tako dalje. Pojavom demokratskih ustroja društava i uspostavom zakona diljem svijeta koji osiguravaju jednakost, toleranciju i ravnopravnost većina zemalja svijeta prepoznala je da je pravo svakog čovjeka na informaciju i slobodan pristup toj informaciji jednako demokratsko pravo kao i pravo na slobodu. Iz toga slijedi kako je svakoj demokratskoj državi potreban javni medijski servis koji će zadovoljavati temeljna demokratska prava svakog građanina od kojih je jedno i pravo i pristup na informaciju. Prema tome bi, medijski servis koji je javan trebao biti neovisan o politici i tržištu, financiran uglavnom od građanskih pristojb i te bi trebao funkcionirati isključivo u svrhu zadovoljavanja potreba i interesa građana, a ne ostvarivanja profita poput komercijalnih medija (Šalković, 2000: 20–23).

Roddy Flynn (2015: 126) ističe kako čvrsto utemeljeni i apsolutno univerzalno definirani zakoni, odredbe i definicija javnog medijskog servisa u praksi ne postoje jer se ustroj i rad javnih televizija i radija razlikuje među različitim državama, društvima i kulturama kao što ni svako demokratsko uređenje države nije isto. Međutim, definicija koja je prema Flynnu (2015: 127) zadovoljila ono osnovno što javni servisi trebaju osiguravati jest Paddy Schanella (1990) koji tvrdi kako javni medijski servis ima ulogu kulturne, edukacijske i moralne sile koja građane potiče da rade na svom obrazovanju, razmišljanju, ukusu i ponašanju. Prema McQuailovom (199:3) mišljenju glavna je zadaća javnog servisa, „bila i ostala da je služba javnom interesu i interesu građana te stoga djeluje u promicanju informacija kulturnih i socijalnih beneficija širem društvu spram uvažavanja privatnih interesa“.

Iako je jedan od osnivača BBC-a i njegov dugogodišnji voditelj, Lord Reith, davnih 1930-ih godina ustanovio da glavne uloge javnih televizija i radija trebaju biti informacija, edukacija i zabava, Vlado Sušac (2003: 318) ističe kako to, iako je nužno, u današnjem vremenu nije

dovoljno. Jednostavno objašnjeno, komercijalnoj televiziji su potrebni programi kako bi ostvarila profit dok je javnoj potreban profit kako bi financirala programe. Programi i njihovi sadržaji trebaju biti nepristrani i objektivni te nuditi širok spektar informacija sa jasno izraženom distinkcijom od komercijalnih medija. Flynn objašnjava:

Nova paradigma zahtijeva da se sadržaj javne usluge identificira kao zasebna cjelina, gdje implicitno, pojedinačni programi mogu biti izravno kategorizirani kao javne službe ili komercijalni u prirodi (i financirani u skladu s tim) (Flynn, 2015:126).

Sušac (2003: 317–318) ističe, kako bi se osigurala takva kvaliteta programa, javni servisi trebaju poštivati poznata i univerzalno primjenjiva načela neovisna o različitostima demokracija, uvjeta, kulture, društva i tako dalje. Ta načela su: univerzalnost, raznolikost, izražen jedinstveni identitet i neovisnost. Europska Unija kao jedan od stupova demokratskih organizacija modernog doba koja načelno djeluje i funkcionira na temelju strogo određenih demokratskih načela i odredbi prepoznala je važnosti javnog medijskog servisa. Stoga je 1997. godine, protokolom u Amsterdamu, budućim članicama kao jedan od uvjeta za prijavu članstva u EU postavila i imanje javnog medijskog servisa. Protokolom, koji je stupio na snagu u svibnju 1999. godine, uspostavljena su četiri tipa financiranja javnog medijskog servisa na kojima se trebala i na kojima se gradi budućnost javnih servisa; stabilnost, neovisnost, transparentnost i proporcionalnost. Sušac (2003: 319) dalje naglašava kako je iznimno bitno da javni servisi imaju dugoročno što stabilniji sistem financiranja jer je upravo on taj koji prvi osigurava neovisnost o politici te tržišnim i marketinškim uvjetima i zahtjevima

Zbog novog digitalnog doba u kojem prevladava tržište i komercijalizacija, javni servisi postali su važniji nego ikad. Humphreys (2008) ističe kako oni danas trebaju održavati ravnotežu novim zakonima emitiranja te regulirati sve komunikacijske procese i potrebe jednog društva koje se odvijaju na jednom mjestu. Treba održavati kvalitetu programskih standarda u kontekstu komercijalnih utjecaja i uvjeta te biti snažna protuteža bogatim privatnim medijskim kompanijama. Također treba promovirati nacionalni i socijalni kulturni identitet u kontekstu globalizacije.

3. BBC -najstariji i najvećijavni medijski servis

British Broadcasting Corporation (BBC) najstariji je medijski servis na svijetu, a danas je i najveći medijski servis obzirom na broj zaposlenika koji seže skoro 21.000 radnika dok je za vrijeme osnutka davne 1922. godine brojio tek četiri radnika. Ustroj, organizacija, rad i dužnosti BBC-a propisane su posebnom kraljevskom poveljom. Usprkos činjenici kako je u konačnici uvijek bio odgovaran britanskom parlamentu ovaj medijski servis se odlikuje dugogodišnjom tradicijom političke neovisnosti i nepristranosti. Iako su građani Ujedinjenog Kraljevstva, ali i ostatka svijeta BBC često povezivali s najuglednijom i najuspješnijom medijskom organizacijom i unatoč tome što je donekle sudjelovao u stvaranju moderne britanske povijesti i demokracije njegova točna definicija ne postoji ni dan danas jer je njegov rad i ustroj prikazan s različitim diferencijacijama u mnogim dokumentima, zakonima i poveljama (Iosifidis, 2010: 145).

Enciklopedija britanske povijesti i kulture (2017) navodi kako je BBC osnovan 1922. godine kao privatna tvrtka *British Broadcasting Company*, a već pet godina kasnije, odlukom parlamenta postaje javna korporacija *British Broadcasting Corporation* te kao takav održava prevlast i monopol nad britanskom televizijom i radijem dugi niz godina (do 1954., odnosno 1972.). Od dobivanja statusa javnog servisa 1927. godine i do danas BBC je uglavnom financiran putem pristojbi, koje plaća svaki građanin koji posjeduje televizor. Iako su dužnosti BBC-a kao javnog servisa propisane poveljom, britanska kraljica u dogovoru s parlamentom imenuje dvanaest članova tzv. *British Trust*, društva koje samo bira svog predstavnika koji izravno nadzire i dobiva izvješća o svakodnevnom radu svih sfera javnog servisa.

Iako je BBC bio pod vladavinom triju zvučnih imena britanske političke scene 20. st; Winstona Churchilla, Margaret Thatcher i Tonyja Blaira, što bi nekad rezultiralo ostavkama tadašnjih izvršnih direktora, kao javni servis ostao je nepolitiziran i nepristran koliko je to bilo moguće. Iako se BBC sam opirao bilo kakvom političkom utjecaju razlog zašto nije bio pod pritiskom vladajućih tada, leži u činjenici što navedeni premijeri nisu imali vremena posvetiti se reorganizaciji BBC-a da provodi željene političke propagande. John ili Lord Reith, osnivač i izvršni upravitelj BBC-a postao jedan od najpoznatijih ljudi britanske i svjetske medijske povijesti te je uspostavio temelje ustroja javnog servisa i dao primjer nadolazećim generacijama. Reith je pokrenuo danas očuvanu tradiciju stalnog redefiniranja i prilagođavanja programa zbog čega je nekad možda i bilo teško uspostaviti formalnu i

generalnu definiciju BBC-a. Tako je za vrijeme svog upravljačkog mandata u svakodnevni programski sadržaj uveo pop glazbu, te uvidio potrebu za informativnošću i edukacijom građana što se danas smatra jednom od ključnih uloga javnih medijskih servisa općenito. Bitno je istaknuti kako BBC za vrijeme svojih početaka nije samostalno prikupljao vijesti niti se smatralo potrebnim ulagati u financiranje vlastitih reportera (Iosifidis, 2010: 145–151).

Bjorn Sorrensen (2009: 72) ukazao je na perfekcionistački stav Johna Reitha koji se vodio mišlju da što kvalitetniji sadržaj treba osigurati što većem broju domova. Reith je na temelju takvih razmišljanja uspostavio i temeljne odredbe javnog servisa koje se slijede i danas, a odnose se na neprofitabilnost, rasprostranjenost, visoku kvalitetu produkcije i sadržaja te uravnoteženost. No, Reithu u cilju nije bilo samo reorganizirati i utjecati na medijsku kulturu:

Dakle, ono što su Reith i BBC zapravo htjeli uspostaviti bilo je ... pojam demokracije, utemeljen ... na razmatranjima koja su bila više od pukog kvantitativnog: jer je cilj bio otvoriti se svima onima kojima je uskraćeno ograničeno obrazovanje, nizak društveni status i mali dohodak velika blaga naše kulture- (Crisell, 1997: 29).

Des Freedman(2008:147–148) predložio je općenitu definiciju javnog medijskog servisa koja se temelji na pet uvjeta ili stavki te koja BBC kao javni servis modernog doba definira kao onaj koji (a) odbija definicije, odrednice i uvjete tržišta, (b) pretpostavlja civiliziranu publiku raznolikih interesa, (c) osigurava prostor javnog diskursa, (d) glas je svih i posebno onih socijalno potrebitih te je (e) glasnogovornik javnog mišljenja i interesa građana.

Unatoč tomu što BBC očigledno karakteriziraju odrednice koje ga vežu s ostalim javnim servisima europskih standarda, (Iosifidis, 2010: 149–152) ističe kako je ovaj najstariji medijski servis današnjice ipak obilježen stavkama koje ga čine posebnim spram ostalih.

Prva je zajednički jezik sa SAD-om što je prirodno utjecalo na stvaranje međusobnih tržišnih veza među ovim zemljama što BBC-u, osim profita, donosi i nove ideje i raznolikosti sadržaja.

Dalje, BBC je rijedak, ako ne i jedini primjer medijskog servisa koji je sa svojim javnim ustrojem počeo prije skoro sto godina i koji osigurao sebi opstanak, ali i vodeće mjesto svjetske medijske scene. Iosifidis (2010: 148) objašnjava kako stoga nije začuđujuće što očekuje da ga se uvrštava u kontekst moderne britanske povijesti kao faktor koji je znatno utjecao na demokratizaciju i modernizaciju britanskog društva. Posljednje dvije stavke koje Iosifidis navodi su teoretska obilježja kojima bi svaki javni medijski servis trebao težiti, koja nisu lako ostvariva i predstavljaju ideal, a koja je BBC dugi

niz godina uspijevao održati; neovisnost o politici i uzdržavanje građanskim pristojbama. Iako BBC danas ima i dio komercijalnog sadržaja poput kanala 3, 4 i 5, nekomercijalni se sadržaji financiraju isključivo građanskim pristojbama. Obzirom na današnju golemost i rasprostranjenost svjetskih razmjera kojima BBC raspolaže, nejednakost financiranja cijele kompanije ponekad uzrokuje probleme. Dolazi do razilaženja smjerova financiranja što za posljedicu ima da je nekomercijalni dio ili sektor BBC-a nekad u zaostatku, a nekada financijski ispred onog komercijalnog dijela

4. HRT – javni medijski servis koji ne izlazi iz tranzicijskog doba

Iako je kao javni radiotelevizijski servis nastala 1956. godine, *Hrvatska radiotelevizija* svoj početak bilježi osnivanjem *Radio Zagreba* 1926. godine koji je tada bio u privatnom vlasništvu osnivača i glavnog direktora, dr. Ive Sterna. Nacionalni karakter dobiva 1940. godine kao *Hrvatski krugoval*, a nakon drugog svjetskog rata funkcionira kao državni radio. Povodom 30. obljetnice osnutka Radio Zagreba, 1956. godine, emitiran je i prvi televizijski prijenos s postaje Sljeme, te je naredne dvije godine ovo bio jedini televizijski program jugoistočne Europe naziva *TV Zagreb*. Prošlost i razvitak HRT-a kao jedinog hrvatskog javnog servisa promatra se u zavidnom kontekstu obzirom na brzinu razvoja i modernog statusa koji je tada imao obzirom na ostale javne servise zemalja Zapadnog Balkana.

Radio Zagreb (poslije *Hrvatski Radio*) 1940. godine postao je prva i jedina medijska kuća na većini prostora Europe za koju bi se danas moglo reći da je nalikovala javnoj. Njen prvi televizijski program emitiran 1956. godine također je tada bio jedini na prostoru jugoistočne Europe naredne dvije godine. Iako je za vrijeme Domovinskog rata čak 80% HRT-ovih odašiljača i TV prijenosnika bilo okupirano ili oštećeno, s radom i emitiranjem se nastavilo koliko je bilo moguće, a sedmorica hrvatskih novinara i reportera izgubila je svoje živote izvještavajući s ratnih terena (HRTi, 2017).

U svojim analizama javnih servisa tranzitivnih zemalja Jugoistočne Europe, Damir Matković (2002: 1) navodi kako je za vrijeme bivše Jugoslavije, *Hrvatska radiotelevizija* bila dio federativnog servisa *Jugoslavenske radiotelevizije* (JRT) koja se sastojala od osam radiotelevizijskih postaja zemalja članica federacije; Radiotelevizija Zagreb, Beograd, Skopje, Ljubljana, Titograd (današnja Podgorica), Novi Sad i Priština. Matković (2002: 2) dalje ističe zanimljivosti naziva radiotelevizijskih postaja koje se odnose samo na glavne gradove država umjesto na cijele države pri čemu se da naslutiti kako se u nekoj mjeri nastojao umanjiti nacionalni identitet i pojedinačnost zemalja članica.

Iako je JRT teoretski operirao na način da svaka radiopostaja kao predstavica svoje zemlje proizvodi vlastiti program za emitiranje, stvari su se u praksi odvijale drugačije. Naime, centralizacija odnosno situacija u kojoj jedna ili dvije radiopostaje imaju prevlast u proizvodnji programskih sadržaja koji se onda emitiraju u cijeloj SFRJ nije bila toliko rijetka. To podupire činjenica kako je *Radiotelevizija Zagreb* proizvodila tek 27% ukupnog programskog sadržaja JRT-a. Jačanjem srpskog nacionalizma diljem čitave Jugoslavije,

situacija se pogoršala do te mjere da se ponekad dnevni informativni program emisije *Dnevnik* sve učestalije slagao i producirao u Beogradu dok su ostale zemlje JRT-a gubile mogućnost da slažu informativni program za svoju zemlju. No, Jugoslavenska se radiotelevizija počela raspadati čak i prije same Federacije, točnije 1988. kada je upravo Zagreb bio prvi koji je istupio iz federativnog servisa, a zatim ga je slijedilo Sarajevo te su iduće dvije godine u JRT servisu ostale tek četiri federativne sastavnice i to one koje su bile pod srpskim utjecajima i represijama (Matković, 2002: 2–5).

4. 1. Iluzija o stvaranju pravog javnog servisa

Ideja o stvaranju pravog javnog medijskog servisa u Hrvatskoj počela se realizirati tek krajem 1990-ih godina. Iako je ideja bila prisutna i prije konačnog raspada bivše Jugoslavije (SFRJ), Domovinski rat i vladavina Franje Tuđmana usporili su njenu realizaciju i građane na određen način prisili da budu zadovoljni s onim što imaju, a to je bila Hrvatska, a ne Jugoslavenska radiotelevizija. Jedna od najistaknutijih inicijativa, posebice za medije tog doba bio je tzv. *Forum 21* pokrenut 1997. godine od strane novinara nezadovoljnih hrvatskom medijskom i političkom scenom. Inicijativa je šest godina nakon proglašenja neovisnosti Hrvatske Republike bila smatrana tada najvažnijom za reformaciju i reorganizaciju javnog servisa iz državnog u građanski aparat (Matković, 2002: 8).

Susan Abbott (2016: 10) naglašava kako se raspadom Jugoslavije i padom komunističkog i socijalističkog režima entuzijastično u svim zemljama članicama SFRJ-a smatralo da će se preko noći servis, koji je služio kao državni aparat, pretvoriti u javni koji će biti u službi građana. Hrvatska je tada u svim sferama ušla u svoje tranzicijskog doba u kojem je, kao i ostale bivše članice SFRJ, još i dan danas.

Međutim, reforma nije bila jednostavna jer su se državni medijski sustavi iz komunističkog razdoblja odjednom morali susresti sa svim svojstvima medijskih sustava i novinarske prakse koji podržavaju nezavisni medijski razvitak protiv vladine kontrole, pristranosti i korištenja medijskih kanala za političku naklonost i osobnu korist moćnih elita (Abbott, 2016: 10).

Generalni problem javnog servisa koji već dugi niz godina, pa tako i danas, dijele zemlje koje su bivše članice SFRJ je upravo ta postranzicijska situacija koja uporno usporava napredak i ostvarenje javnog medijskog servisa u njegovoj potpunosti. Ono što ih je povezivalo nakon osamostaljenja, a što ih veže i danas je prelazak s državne kontrole emitiranja na javnu

kontrolu i sve vrijednosti, funkcije i obveze koje dolaze s tim. Uzor ovim zemljama, pa tako i Hrvatskoj, bio je upravo BBC kao primjer javnog servisa s izvrsnošću programa i produkcije i kvalitetom novinara i reportera (Milosavljević i Poler, 2017: 2).

Peter Bajomi-Lazar (2016) objašnjava kako razvoj medijskih servisa u tranzicijskim društvima Zapadnog Balkana otežava situacija političke polariziranosti i, u nekim čak slučajevima, fragmentiranosti. Ove se zemlje moraju nositi s etničkim, jezičnim, kulturnim i vjerskim cijepanjem. Nastavlja kako je u nekim državama situacija takva da političke stranke otvoreno propituju medije i izravno vrše pritisak dok druge to rade na diskretniji način te tajno guše medijski pluralizam kako bi mogli slobodno provoditi svoje političke ideologije. Neke političke stranke otvoreno propituju, dok druge tajno potkopavaju medijski pluralizam u nastojanju da promoviraju svoje ideologije i da pokoravaju one svojih konkurenata. Dok je javni servis idealno zamišljen kao sredstvo upravljanja sukobima među različitim skupinama putem dijaloga, Lazar kaže kako je danas televizija javne službe postala sredstvo kojim se ti sukobipojačavaju. No, ono što Hrvatsku, kao i druge zemlje Zapadnog Balkana čini posebnom jest razlog politiziranosti novinarstva. Za razliku od tipičnih slučajeva u kojima su novinari ili medijske kuće podložni određenoj političkoj stranci zbog npr. boljeg imetka, lagodnijeg života ili straha, u ovim su zemljama razlozi nerijetko drugačiji. Novinari koji svoj poziv shvaćaju ozbiljno i koji smatraju da se trebaju boriti za nacionalnu kulturu i identitet, u situaciji u kojoj se nalaze ove tranzicijske zemlje, dovodi do toga da oni bivaju politizirani i odabiru one stranke za koje smatraju da su bliže tome cilju (Bajomi-Lazar, 2016).

Matković (2002:4) ističe kako je HDZ za vrijeme svojih prvih deset godina vladavine Hrvatskom učinio upravo suprotno od onog što se očekivalo prije njena osamostaljenja. S jedne se strane strukturalno državna kontrola nad radiotelevizijom nastavila samo u manje javnoj i direktnoj mjeri dok se s druge strane HRT našao u problemima iz kojih se nije izbavio ni do današnjeg dana; prezaposlenost i loša organizacija.

Veliki broj zaposlenih novinara, reportera i urednika dobio je svoje pozicije na temelju stranačkih veza i poznanstava te s obzirom na to da je broj zaposlenih rastao tako se novac sve više ulagao u isplatu plaća, a sve manje u obnovu, modernizaciju i reformaciju servisa i kvalitete programa. Danas je situacija paradoksalna jer dobar dio HRT-ovih, relativno mladih, zaposlenika potječe iz doba HDZ-ove vladavine te su upravo oni najkontroverzniji dio koji koči napredak (Matković, 2002: 5).

Tena Perišin (2003: 158) tvrdi kako današnji HRT radi na modernizaciji svog programa, ali i cijelog servisa. Konvergencija medija i medijskih platformi postala je nužan faktor u opstanku bilo kojeg medija današnjice stoga HRT, od službene objave iz 2012. godine, obećava kako nije više radio i televizija nego jedan medij koji radi zajedničkim naporima na novom pristupu medijima i građanima, ali i očuvanju temeljnih zadaća javnog servisa; informacija, zabava i edukacija.

Hrvatska javnost, obzirom na znanje o HRT-ovom statusu, mogućnostima i ljudskim resursima očekuje od njega da postigne svoj maksimum u reorganizaciji, da bude primjer konvergiranog javnog medija kao i kvalitetnog novinarstva i izvještavanja. No, unatoč pokušajima čini se kako se Hrvatska radiotelevizija uvijek vraća na početne položaje te da svoj potencijal ne iskorištava ni u manjoj mjeri te stoji kao primjer servisa čiji vlastiti mediji međusobno slabo ili uopće ne surađuju (Perišin, 2003: 170).

5. Javni servisi pred izazovima digitalnog doba

Dennis McQuail (1992: 3) isticao je kako je glavna zadaća javnog servisa bila i uvijek bi trebala biti služba javnom interesu i interesu građana. Zato bi javni medijski servisi poput HRT-a i BBC-a trebali djelovati u svrhu širenja informacija, promicanja kulturnih i socijalnih raznolikosti šireg društvu naspram uvažavanja pojedinačnih privatnih interesa.

Syversten (2003: 155) je u svojim istraživanjima o izazovima pred kojima se nalaze javni servisi u modernom digitalnom dobu poručio kako su danas temeljne vrijednosti koje novinarstvo u javnim servisima teoretski treba njegovati pale u drugi plan zahvaljujući modernizaciji svijeta koja je sa sobom povukla procese globalizacije i komercijalizacije. Osobni interesi uvažaju se možda više nego ikad zahvaljujući činjenici da su tržišni uvjeti i ostvarivanje profita postali primarne značajke prema kojima se prilagođava i usmjerava pri proizvodnji.

Danas su granice između umjetnosti i komercijalnosti postale mutne. Mušterije su smatrane jednim bitnim prosuđivačima ukusa. Postmodernizam danas cijeni zaigranosti, živost ironiju i intertekstualnost što se najbolje vidi u glazbenim video spotovima (Syvertsen, 2003: 156).

Tamo gdje javni medijski servisi, ali i bilo koji drugi mediji, ne ispunjavaju ove uvjete koji nisu u skladu s modernizacijom gube mladu publiku koja više ne želi biti pasivna već aktivna, koja je intertekstualna i multimedijalna te kojoj su zanimljivi kreativni i kulturni sadržaji koji ostavljaju prostora njoj da i sama sudjeluje u stvaranju istih (Ewing i Thomas, 2008).

Svaki javni medijski servis danas mora modernizirati svoju produkciju i programa uz očuvanje kvalitete te nastaviti tradicionalnu ulogu javnog servisa koja je još zahtjevnija pred izazovima modernog doba; rad u interesu i za interese građana. Stoga se iz navedenog da zaključiti da su BBC i HRT danas kao javni servisi u postmodernom dobu pred naizgled sličnim, ali ipak različitim izazovima. Dok se na prvu pomisao čini kako HRT treba prvenstveno treba raditi na modernizaciji zastarjelog sistema rada i konvergenciji svojih medija BBC-u je taj proces već davno počeo zahvaljujući njegovoj snazi i veličini firme te finansijskim olakšanjima koja dolaze s tim. Međutim BBC se, prema Sorrensenu (2009: 80) suočava s izazovima s vlastitom publikom čije se povjerenje u ovaj javni servis s vremena na vrijeme poljulja. Čini se kako se razlika ova dva medijska servisa može, između ostalog, prepoznati i u njihovim snalaženjima pred navedenim izazovima.

5. 1. Usporedba informativnih sadržaja BBC-a i HRT-a

Ilija Jandrić je 2004. godine napravio detaljno istraživanje informativnih televizijskih programa Hrvatske radiotelevizije i BBC-a. Iako su se od tada mnoge stvari promijenile neke su ipak, pogotovo na HRT-u, još uvijek prisutne, a njegovo istraživanje televizijskih sadržaja svakako ostaje relevantna literatura za uspoređivanje ovih dvaju javnih servisa u širem kontekstu. Istraživanje je pratilo informativne emisije programa *BBC One* i *HRT 1* u razdoblju od četiri dana. Jandrić je istraživanje radio imajući na umu da, iako BBC i HRT ne dijele jednaku političku i medijsku povijest, određene novinarske i etičke vrijednosti i pravila trebaju biti nepromjenjiva i univerzalna za sve, bez obzira na vrijeme i kontekst. Ovom bi se mišlju trebalo voditi i danas pri usporedbi ovih ili bilo kojih dvaju ili više medija.

Dok je Velika Britanija već tada imala dugu povijest neovisnog novinarstva i izvještavanja u Hrvatskoj se koncept slobodnog novinarstva pojavio tek 2000. godine kada je na izborima pobijedila ljevičarska koalicija od šest stranaka te kada je utjecaj države na Hrvatsku radioteleviziju, iako ostao prisutan, smanjen i diskretan (Jandrić: 2004: 2).

Dok je Jandrić (2004: 80) prije 15-ak godina svoje istraživanje temeljio na raznim televizijskim, društvenim i novinarskim čimbenicima i shodno tome našao i takve zamjerke za ovu temu valja istaknuti one koje se tiču većeg konteksta od ono čisto televizijsko-informativnog. HRT je tada emitirao znatno manji broj informativnih emisija od BBC-a, ali taj broj je bio mal i za općenite europske standarde. Nadalje, Jandrić je u *Dnevniku 1* iznimno zamjerio tadašnje zanemarivanje državne politike spram vanjske te je ustanovio kako HRT pokriva priče iz svijeta vanjske politike čak dvostruko više od BBC-a.

Među kritikama koje se tiču načina izvještavanja, vođenja intervjua, praćenja vanjske politike, ekskluzivnosti vijesti i slično, najveće zamjerke bile su usmjerene prema onome što karakterizira loše novinarstvo i lošu organizaciju, a to je: pristranost jednoj strani pri izvještavanjima sukoba, prenošenje od drugih izvora i nedostatak istraživanja te nedostatak punih informacija o događaju. Naime, za razliku od BBC-a, HRT nije imao nijednu vlastitu analizu događaja već je prenosio od drugih izvora s nedostacima informacija te nerijetko indirektno, a nekad i direktno davao do znanja čiju stranu spora zastupa. Jandrić ističe kako je ovo najviše bilo primjetno na načinu emitiranja nekog događaja u više navrata. Prvo bi bila prikazana jedna strane priče poput navodnog ubojstva hrvatskih vojnika u Osijeku 1991.

godine, a zatim bi bila prikazana druga strana. Ovakav način neobjektivnog izvještavanja prisutan je na HRT-u, ali i drugim medijima u Hrvatskoj i danas (2004: 75–80).

Jandrićevo istraživanje oslikalo je stanje javnih servisa Hrvatske i Velike Britanije tada. Dok je zaključak za Hrvatsku bio taj da je profesionalno bila daleko od kvalitetnog služenja javnom interesu, BBC je s druge strane pokazao značajke zanemarivanja interesa građanskih skupina te pad razine političke angažiranosti na ispravan način. Naime, BBC-ev je vanjsko politički sadržaj programa tada obuhvaćao uglavnom izvještavanja o Iraku dok su građani bili u neznanju o ostalim događajima u svijetu (2004: 82–3).

5.2. Zašto HRT ne može biti hrvatski BBC?

Matković (2002: 12) je analizirajući medijske servise u tranzitivnim zemljama Zapadnog Balkana i dijela europskih država, poput Danske, Francuske i Velike Britanije, ustanovio kako se naizgled čini da su problemi vezani za javnu televiziju transparentniji i kako im se posvećuje više pozornosti u tranzitivnim zemljama, nego u zemljama Zapadne Europe. No, u praksi je situacija nešto drugačija; u tranzitivnim zemljama politika iznimno utječe na rad i program javne televizije i njen utjecaj je toliko vidljiv da ga se nekada ni ne pokušava nijekati dok je u zemljama Zapadne Europe taj utjecaj mnogo manji i rezultira kvalitetnijim programom i zadovoljnijim građanima. Obzirom da Hrvatska i Ujedinjeno Kraljevstvo spadaju u spomenute skupine zemalja, zaključak je analogan. BBC je kao i HRT uvijek bio u tranzicijskim procesima od svojih početaka. Međutim, dok je BBC uspio učvrstiti i univerzalizirati svoj položaj i vrijednosti te postati primjerom javnog servisa drugima, HRT još uvijek nije postavio snažan temelj javnog servisa u svojoj produkciji i organizaciji.

Razlog zašto HRT nikada neće biti u profesionalnom i tržišnom rangu s BBC-om ne leži isključivo na novinarskim i strukturnim razlikama koje su očigledne. Razlozi se trebaju prepoznati i u kontekstu u kojem se ove dvije, geografski jako udaljene zemlje, nalaze. Dok Ujedinjeno Kraljevstvo iza sebe ima povijest imperijalizma koji je ovu državu iznimno osnažio i ucrtao u povijest svijeta te joj omogućio da često postavlja vlastite uvjete, Hrvatska je kao znatno manja država uvijek ovisila o nekom i bila prisiljavana prilagođavati se često neželjenim tokovima povijesnih događaja. Tako je i danas još uvijek obilježena postranzicijskim procesima Jugoslavenske Federacije te čak i da se sama oslobodi tih procesa

uvjeti tržišta na kojem se nalazi će još neko vrijeme biti nezadovoljavajući. Milosavljević (2014: 17) naglašava kako malo i raštrkano tržište kao ovo Zapadnog Balkana, ne nudi prikladne uvjete za ekonomsko osnaživanje i stabiliziranje medija te mogućnosti za proizvodnjom visoko kvalitetnih proizvoda. S druge su strane znatne tržišne studije pokazale da je tržišno financiranje medijskih kompanija moguće samo u razvijenim zemljama.

Hrvatska radiotelevizija ipak popušta pod tržišnim i komercijalnim pritiscima. Andrijašević i Car (2012: 29) navode kako je HRT u posljednjih nekoliko godina poprilično smanjio proizvodnju emisija dokumentarnih, kulturnih, dječjih i obrazovnih sadržaja kako bi oslobodio mjesta za stvaranje programa zabavnog karaktera. Uz vidljive indikatore o povećanoj tabloidizaciji sadržaja, HRT dopušta oglašivačima da sudjeluju u slaganju sadržaja kako bi pospješili komercijalizaciju. Dolazi do situacije u kojoj se ovaj javni servis koristi prikrivenim oglašavanjem koje je zabranjeno u cijelom medijskom svijetu. Ovo je, osim u jutarnjim informativnim emisijama u kojima voditelji piju iz *Nescafe* šalica, vidljivo, primjerice, u emisijama zabavnog sadržaja poput *Voice-a* u kojoj, između ostalog, članovi žirija piju vodu iz bočica marke *Jana*.

Roddy Flynn (2015) je rekao kako paradigma današnjeg modernog svijeta medija zahtijeva da se sadržaji javnog servisa sami po sebi mogu identificirati kao takvi te po svojim programima mogu biti implicitno prepoznatljivi kao individualni javni programi koji se razlikuju od komercijalnih te u skladu s tim moraju biti financirani. Iz svega iznesenog u radu, može se zaključiti kako HRT nije uvijek izravno prepoznatljiv kao javni medijski servis.

6. Zaključak

Javni mediji su danas pred brojnim i zahtjevnim izazovima prilagodbe modernom digitalnom dobu. Uskladiti modernizaciju produkcije i programa i tradicionalne dužnosti i značajke novinarskog izvještavanja pokazalo se u praksi teško ostvarivim zadatkom. Javni servisi se danas, više nego ikada nalaze na udaru kritika zbog zanemarivanja svojih dužnosti prema narodu, nekvalitetnim programskim sadržajima ili pak zbog pada pod komercijalnim pritiscima. Prikriveno oglašavanje, kao što je već u radu navedeno, zabranjeno je ne samo u javnim medijima već i privatnim i neprofitnim. Međutim, danas postaje svojevrsni trend pred kojim se sklanjaju pogledi i spuštaju glave upravo zbog goleme moći, pritiska i utjecaja koje generalno tržište danas ima.

Važnost javnog servisa za demokraciju je neopovrgljiva i upravo zato bilo kakvi procesi i promjene koje dolaze s razvojem društva i svijeta ne smiju biti izlika ili opravdanje za kršenje, zanemarivanje i zaboravljanje na temeljne vrijednosti novinarstva i samim tim i javnih servisa. Necenzurirano i objektivno novinarstvo može postojati zahvaljujući demokratskim ustrojima društava, no isto tako pravilna demokratska struktura države postoji zahvaljujući novinarstvu i njegove upotrebe u prave svrhe. Da su demokracija i novinarstvo međusobno povezani i isprepleteni dovoljno je promatrati praksu iz koje odmah vidimo primjer Hrvatske države koja se dugi niz godina bori pristranošću, mitom i korupcijom u svim sferama društvenog života.

Pri usporedbi HRT-a i BBC-a izričito na temelju povijesti nastanka i razvijanja do danas vidljivo je da nisu u istoj niti u sličnoj poziciji. *British Broadcasting Corporation* već nakon par godina od svog osnutka postaje velika javna i utjecajna firma dok je HRT od svog nastanka pa sve do danas obilježen neprekinutim procesom tranzicije te frustrirajućom činjenicom da je njegov visoko iskoristiv potencijal zanemaren te je iz svega prethodno navedenog vidljivo kako je on pravi primjer kakav javni medijski servis ne bi trebao biti.

Privatni interesi, komercijalizacija i visok stupanj politiziranosti značajke su od kojih bi javni servisi trebali "bježati" ali koje su očigledno veoma prisutne na Hrvatskoj radioteleviziji i pitanje je zapravo, je li ikada postojalo vrijeme kada nisu bile. Nadodavši na to dva glavna strukturno isprepletena problema prevelikog broja zaposlenih i loše organizacije imamo cijeli paket zatvorenog i zamršenog kruga u kojem su problemi toliko isprepleteni, a krivnja se neprestano prebacuje s jednog odgovornog na drugog.

Cilj ovoga rada nije bio idealizirati britanski javni servis i ocrniti hrvatski već prikazati koliko je apsurdno pomisliti i štoviše javnosti i svijetu prikazivati HRT kao balkansku malu inačicu velikog BBC-a kada HRT oštro gledajući ne ispunjava osnovne dužnosti javnog medijskog servisa, a kamoli se može nositi s visokim demokratskim načelima novinarstva i izvještavanja koje je, između ostalih, postavio i BBC.

Pokušaje za modernizacijom i poboljšanjem Hrvatske radiotelevizije sa raznih strana ne valja zanemarivati no, čini se kako se svaki do sada pokazao neuspješnim u realizaciji. Dok se HRT danas nalazi u specifičnoj situaciji u kojoj se, nakon par desetljeća, neke stvari više ne pokušavaju ni sakriti, BBC s druge strane svakim danom postaje veći i jači te ponekad čini kako poprima značajke megalomanske tvrtke kakva i postaje.

7. Literatura

- 1) Abbott, S. (2016.) „Rethinking Public Service Broadcasting’s Place in International Media Development“ Dostupno na: https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2016/02/CIMA_2016_Public_Service_Broadcasting.pdf (stranica posjećena 15. kolovoza 2018.)
- 2) Andrijašević, I. i Car, V. (2012.) „Mapping Digital Media: Croatia“ Dostupno na: <https://www.opensocietyfoundations.org/reports/mapping-digital-media-croatia> (stranica posjećena 17. kolovoza 2018.)
- 3) Bajomi-Lazar, P. (2016.) „Variations in Media Freedom: Why Some Governments in Central and Eastern Europe Respect media Freedom More than Others“, *Central European Journal of Communication*, vol. 8
- 4) „British Broadcasting Corporation“ (2017.) *Encyclopedia Britannica*, Encyclopedia Britannica, Inc., <https://www.britannica.com/topic/British-Broadcasting-Corporation> (stranica posjećena 15. kolovoza 2018.)
- 5) Crissell, A. (1997): *An Introductory History Of British Broadcasting*, drugo izdanje, London i New York
- 6) Flynn, R. (2015.) „Public service broadcasting beyond public service broadcasters“, *International Journal of Digital Television*, sv. 6(2): 125-144
- 7) Freedman, D. (2008). *The Politics Of Media Policy*. Cambridge: Polity Press.
- 8) Humphreys, P. J. (2007): ‘The EU, Communications Liberalisation and the Future of Public Service’, *History and Politics*, sv. 24: 91–112
- 9) Iosifidis, P. (2010.) „Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond“, London, PalgraveMacmillian
- 10) Jandrić, I. (2004.) „Usporedba informativnih programa BBC-ja i HRT-a.“, *Politička misao*, 41 (2), 72-8
- 11) Matković, D. (2002.) „Public Service Broadcasting in Transition / Croatia, Montenegro, Slovenia“, Dostupno na: http://www2.mirovniinstitut.si/eng_html/articles/broadcast_trans.htm (stranica posjećena 20. kolovoza 2018.)
- 12) McQuail, D. (1992): *Media performance: Mass communication and the public interest*, London: Sage Publications.
- 13) Milosavljević, M. (2014.) „Financing of the Media in South East Europe“ *South East European Media Observatory*, Dostupno na:

<http://mediaobservatory.net/radar/financing-media-south-easteurope>(stranica posjećena 17. kolovoza 2018.)

- 14) Milosavljević M. i Poler M. (2017.) „Balkanization and pauperization: Analysis of media capture of public service broadcasters in the Western Balkans“, *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 1149-1164
- 15) Perišin, T. (2013.) „Convergence Journalism and the Public Interest: The Case of Croatian Public Radio Television (HRT)“, *Croatian Political Science Review*, sv.50 (5): 155-172
- 16) *Povijest HRT-a* (2011.) Dostupno na: <https://www.hrt.hr/326/povijest/povijest-hrt-a-2> (stranica posjećena 17. kolovoza 2018.)
- 17) Scannell, P. (1990.) „Public service broadcasting: The history of a concept“, u radu Roddyja Flynna *Public service broadcasting beyond public service broadcasters* London, Routledge, pp. 125-144
- 18) Sorrensen, B. (2009.) „The *Socially Useful* in Public Broadcasting: Between Idealism and Utilitarianism – the Griersonian Element in a Tradition“, *Medijska istraživanja*, sv.15 (2): 71-80
- 19) Syvertsen, T. (2003) „Challenges to Public Television in the Era of Convergence and Commercialization“
- 20) Sušac, V. (2003.) „Public television in Croatia – a step forward or backwards?“, *Informatologija*, sv. 36 (4): 316-320
- 21) Šalković, H. (2000.) „Hrvatska televizija u transformaciji prema modelu javne televizije – iluzija ili realnost“, *Medijska istraživanja*, sv. 6 (1): 19-39