



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK KOMUNIKOLOGIJA

**RAZVOJ TELEVIZIJE U BOSNI I HERCEGOVINI OD 1969.
GODINE DO DANAS**

-magistarski rad-

Kandidat:

Erna Medić

Broj indeksa: 934/II-K

Mentor:

doc.dr. Irena Praskač-Salčin

Sarajevo, juli 2021.



ODSJEK: KOMUNIKOLOGIJA

**RAZVOJ TELEVIZIJE U BOSNI I HERCEGOVINI OD 1969.
GODINE DO DANAS**

-magistarski rad-

Kandidat:

Erna Medić

Broj indeksa: 934/II-K

Mentor:

doc.dr. Irena Praskač-Salčin

Sarajevo, juli 2021.

SADRŽAJ

UVODNA RAZMATRANJA.....	1
I METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA	3
1. Problem istraživanja.....	3
2. Predmet istraživanja.....	3
2.1 Kategorijalno-pojmovni sistem.....	3
3. Ciljevi istraživanja	5
3.1 Naučni ciljevi	5
3.2 Društveni ciljevi.....	6
4. Sistem hipoteza	6
4.1 Generalna hipoteza.....	6
4.2 Pomoćne hipoteze	6
4.3 Indikatori	6
5. Način istraživanja.....	7
5.1 Vrste i tip istraživanja.....	7
5.2 Osnovne metode	7
5.3 Metode prikupljanja podataka.....	7
5.4 Uzorak i vrijeme ispitivanja	7
6. Naučna i društvena opravdanost istraživanja.....	7
6.1 Naučna opravdanost istraživanja	7
6.2 Društvena opravdanost istraživanja.....	8
II TEORIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA	9
1. Tehnološki i društveni razvoj televizije u svijetu.....	9
2. Počeci komuniciranja na području Bosne i Hercegovine.....	13
3. Pojava i razvoj televizije u Bosni i Hercegovini	14
3.1 Televizija u SFRJ.....	14

3.1.1 Televizija u Bosni i Hercegovini u okviru SFRJ	14
3.1.2 Yutel	20
4. Televizija u Bosni i Hercegovini u ratnim okolnostima (1992.-1995.)	21
4.1 Uloga i značaj ratnog novinarstva	25
5. Televizija u Bosni i Hercegovini u savremeno doba	27
5.1 Analiza televizijskog spektra u poslijeratnom periodu	27
5.2 Formiranje Javnog RTV sistema BiH	28
5.3 Analiza televizijskog spektra (2000.-2010.)	30
5.4 Analiza televizijskog spektra (2011.-2021.)	37
III EMPIRIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA.....	43
1. Komparativna analiza javnog servisa i komercijalnih televizija u BiH	43
1.1 Organizacione i programske karakteristike BHT1	43
1.1.1 Analiza intervjuja - Alen Arnautović, novinar (BHT1)	48
1.2 Organizacione i programske karakteristike Hayat TV	50
1.2.1 Analiza intervjuja – Elma Odobašić, novinarka (Hayat TV)	54
2. Interpretacija rezultata ankete.....	56
ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	63
LITERATURA	66
PRILOZI.....	70

UVODNA RAZMATRANJA

Još od postanka civilizacije, uočljivo je kako je uvijek bila prisutna tendencija za informacijom i komunikacijom. Razni tehnološki izumi i inovacije vremenom su mijenjali prirodu i domete komuniciranja. Neophodnost da se što brže i uspješnije prenesu poruke i informacije iziskivala je potrebu za sredstvima kojima bi se te poruke i informacije mogle dostaviti što većem broju ljudi za kratko vrijeme. To je rezultiralo tehnološkim pronalascima koji su donijeli pravu renesansu u sferi komuniciranja. Riječ je o globalnim otkrićima poput telegraфа, telefона, radija, fotografije, pisaće mašine. Tako je, vremenom, sredstava za komuniciranje bilo sve više a potreba za njima sve veća. U takvom novom multimedijalnom okruženju, svjedočimo neprestanoj nadogradnji postojećih i iznalasku novih sredstava i oblika masovnog komuniciranja. U skladu s tim, sinergija otkrića radija, filma, fotografije, zraka katodnih cijevi i elektronskih kamera, iznjedrila je jedan od najznačajnijih u povijesti, **televiziju**. "Eksperimentalno TV emitovanje započelo je tek dvadesetih godina 20. vijeka a tada, skoro istovremeno, došlo je do prvih emitovanja u Mađarskoj, Sovjetskom Savezu, Sjedinjenim Američkim Državama i Njemačkoj. Redovno TV emitovanje počelo je 1936. u Britaniji, a 1939. u Americi. Kao fenomen, televizija je uporedo sa industrijalizacijom i porastom životnog standarda doslovno preplavila čitav svijet."¹ Televizija je decenijama, kako Car² ističe, važila kao najdinamičniji, najuvjerljiviji, najprivlačniji i najutjecajniji medij. Digitalizacija koja nudi široki spektar mogućnosti, sadržaja i usluga nametnula je ozbiljan izazov svim tradicionalnim medijima pa tako i televiziji posljednjih godina.

S druge strane, televizijski počeci na području Bosne i Hercegovine ne sežu tako daleko u prošlost. Sama putanja njenog razvoja na ovim prostorima izuzetno je složena, praćena postojećim društvenim i historijskim (ne)prilikama sve do danas. Skoro pa 40 godina poslije uspješnog televizijskog emitiranja u razvijenijim zemljama, u Bosni i Hercegovini se tek stvaraju ideje i osiguravaju uvjeti za provođenje istog. Bio je to značajan korak ka usponu države i približavanju svjetskim standardima i u medijskoj sferi. Zbog čega tako kasno, kako se televizija "izborila" za opstanak u uvjetima izazvanim historijskim i društvenim promjenama i kakva je njena uloga danas u multimedijalnom okruženju?

¹ Dejvid Mek Kvin, *Televizija* (Beograd: CLIO, 2000), str.13

² Prema Viktorija Car, "Televizija u novomedijiskom okruženju." *Medijske studije* 1, br. 1-2 (2010), str.101
<https://hrcak.srce.hr/76704> (30.1.2021)

U skladu s navedenim problemskim pitanjima, ovaj rad ima za cilj istražiti i analizirati tehnološki i društveno-historijski kontekst pojave i razvoja televizije na području Bosne i Hercegovine. Akcenat je stavljen na praćenje određenih vremenskih perioda, kako bi se prikazalo na koji način su se televizijske mogućnosti mijenjale u odnosu na historijske i društvene okolnosti. Prva televizijska ostvarenja u Bosni i Hercegovini dešavaju se 60-ih godina u okviru SFRJ. Riječ je o Televiziji Sarajevo, koja 17. marta 1969. godine počinje emitirati program iz vlastitog studija što ujedno predstavlja i početnu fazu njenog djelovanja na ovim prostorima. Drugu fazu razvoja televizije prate raspad SFRJ i ratna dešavanja (1992.-1995.) u Bosni i Hercegovini kada se vodi mukotrpna borba medijskih uposlenika i koriste sva dostupna sredstva kako bi se lokalna tako i svjetska javnost obavijestila o nemilim dešavanjima. Ulažu se napori za opstanak postojeće televizijske postaje a interesantno je kako se uporedo osnivaju i nove lokalne stanice bez obzira na, ratnim stanjem izazvane, uslove. Nakon rata, resursi se obnavljaju i nastavlja se trend osnivanja novih televizijskih stanica što se može označiti trećom fazom njenog razvoja koja traje sve do danas. Tako danas, s jedne strane djeluje javni servis a s druge mnoštvo privatnih TV stanica. U skladu s tim, poseban osvrt bit će na njihovu komparaciju u pogledu uređivačke politike, uslova rada, programske šeme i gledanosti odnosno u kontekstu organizacijskog i programskog razvoja i uspjeha u konačnici kroz stavove uposlenika (novinara) u današnjim okolnostima. Dalje, empirijski dio istraživanja bit će fokusiran na analiziranje uloge i značaja televizije u Bosni i Hercegovini. Pojava interneta, društvenih mreža i iznalaženje novih načina komuniciranja, izazovi su za televiziju općenito u svijetu, ne samo u BiH. Kroz statove javnosti bit će dat vjerodostojan prikaz da li su uloga i značaj televizije, pored brojnih medijskih, historijskih i društvenih uticaja ostali nepromjenjeni od njene pojave do danas, što je ujedno i polazna tačka dokazivanja u ovom istraživanju.

I METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

1. Problem istraživanja

Sinergija raznih tehnoloških dostignuća poput radija, filma, fotografije, kamere, iznjedrila je jedno od najvažnijih u povijesti, televiziju. TV emitiranje u svijetu započinje još dvadesetih godina 20. vijeka. Predispozicije za televizijsko emitiranje u Bosni i Hercegovini formiraju se skoro četrdeset godina poslije. Očito je koliko je Bosna i Hercegovina prilično zaostajala za svjetskim, medijskim standardima. Međutim, iako je vremenom značajno napredovala, televizija kao medij uvijek je bila izložena raznim problemima, od tehnoloških i finansijskih poteškoća, objektivnosti u izvještavanju do uticaja susjednih medija. Osim interesa kako se razvijala u tehnološkom i interpretativnom smislu, problemska tematika ovog istraživanja dotiče se i njenog utjecaja na javno mnjenje odnosno da li i u kolikoj mjeri recipijenti uživaju njen povjerenje, bilo da je u riječ o javom servisu ili komercijaloj televiziji, u odnosu na početke i široku lepezu medija i medijskih mogućnosti danas.

2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja je tehnološki i društveno-historijski kontekst pojave i razvoja televizije na području Bosne i Hercegovine. Istraživanje, dakle, uključuje analizu televizije u Bosni i Hercegovini u kontekstu tehnološkog, organizacijskog i programskog razvoja kroz određene periode. Istraživanjem će se ispitati i značaj televizije za savremeno bh. društvo.

2.1 Kategorijalno - pojmovni sistem

S obzirom na složenost istraživanja, javlja se potreba za definiranjem kategorijalnih pojmoveva. Pojmovi koji proizilaze iz naslova teme i koji čine teorijsku osnovu istraživanja su: *televizija, televizor/TV prijemnik, televizijska difuzija, televizijski auditorijum, televizijski program, javni radio-televizijski sistem/servis, komercijalizacija medija, digitalizacija, javnost, javno mnjenje*. U nastavku će isti biti i definisani.

Televizija (gr. *tele*, daleko; lat. *visio*, gledanje) je najznačajniji savremeni medij masovnog komuniciranja, medij najvećeg dometa koji je sposoban da poveže kulture, ljude i narode kao ni jedan medij ranije. Naziv je kovanica grčke riječi tele=daleko i latinskog termina visio=gledanje. Sposoban je da uključi u proces prihvatanja informacija dva najvažnija ljudska čula (sluh i vid), da obezbijedi utisak neposrednosti, zanimljivosti i prisutnosti događaju.³

³ Šemso Tucaković, *Leksikon mas-medija* (Sarajevo: 2004)

Televizor ili **TV prijemnik** je uređaj koji, preko odgovarajuće antene, prima elektromagnetske talase odaslane iz TV studija i pretvara ih u sliku i ton.⁴

Televizijska difuzija označava razdiobu, plansku raspodjelu mreže televizijskih stanica na stanovitom teritoriju i prenos audiovizuelnih sadržaja sredstvima televizijske tehnike.⁵

Televizijski auditorijum (lat. *auditorium*, slušaonica, učionica). Termin je počeo da se koristi na televiziji da označi gledalište TV programa. Prema nekim autorima, termin označava broj preplatnika. Sve više se usvaja njegovo šire značenje i to u tri osnovna vida: 1) ukupni auditorij - kojim se označava onaj dio stanovništva koji ostvaruje bilo kakav kontakt s programima televizije; 2) potencijalni auditorijum - dio stanovništva koji živi u domaćinstvima opremljenim TV prijemnicima, pa zato može redovno da prati program; i, 3) dnevni auditorijum televizije - dio stanovništva koji u toku dana stvarno prati televizijski program.⁶

Televizijski program (grč. *tele*, daleko, lat. *visio*, gledanje, grč. raspored po kojem se nešto izvodi, spisak djela) je skup svih emisija koje u okviru usvojene programske politike emituje televizija. U užem značenju koristi se kao izraz za zbir emisija u određenom vremenskom razdoblju, npr. u jednom danu.⁷

Javni radio-televizijski sistem/servis je "...neprofitna, nezavisna radio-televizijska organizacija, osnovana u ime opšte javnosti i finansirana iz javnih prihoda, koja raznovrsnim, uravnoteženim, visokokvalitetnim programima zadovoljava potrebe najvećeg mogućeg broja građana, odnosno najšire javnosti, nepristrasno i bez diskriminacije."⁸

Komercijalizacija medija je, u savremenom značenju, pojam koji se vezuje za tržišno ponašanje i tržišno usmjerenje medija masovnog komuniciranja Na otvorenom i razuđenom

⁴ Šemso Tucaković, *Leksikon mas-medija* (Sarajevo: 2004)

⁵ Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018) prema Bratoljub Klaić, *Rječnik stranih riječi, tuđenice i posuđenice* (Zagreb: Nakladni zavod MH, 1984)

⁶ *Leksikon novinarstva* (Beograd: Širo Srbija, 1979)

⁷ *Leksikon novinarstva* (Beograd: Širo Srbija, 1979)

⁸ Rade Veljanovski, *Javni RTV servis u službi građana* (Beograd: Clio, 2005), str.28.

tržištu, informacija ima tretman robe koju mediji posreduju do poznatih ili anonimnih potrošača.⁹

Digitalizacija predstavlja u širem smislu, uvođenje digitalne tehnologije u svakidašnji život pretvaranjem informacija u digitalni oblik. U užem smislu, pretvorba informacija (teksta, slike, zvuka, videa i dr.) iz analognog u digitalni oblik.¹⁰

Javnost (lat. *publicus*, javnost; eng. *publicity*; fran. *publicite*) se javlja u suženom značenju kao publicitet, odnosno kao komunikacijska aktivnost kojom se zaokuplja pažnja građana. U bosanskom jeziku kategorija "javnost" se može definisati kao skup građana koji usmjeravaju svoju pažnju na pitanja od općeg interesa.¹¹

Javno mnjenje kao fenomen svijesti je oblik kolektivnog rasuđivanja političke javnosti o društvenim situacijama koje su od posebnog značaja za razvoj date socijalne zajednice. Javlja se u funkciji eksplikacije ili ispoljavanja socijalnih stavova političke javnosti o pomenutim društvenim institucijama i u vezi s tim je i njegova osnovna funkcija - stimulisanje društvenog ponašanja pripadnika političke javnosti, odnosno nosilaca javnih funkcija u praksi razrješavanja najvažnijih društvenih problema.¹²

3. Ciljevi istraživanja

3.1 Naučni ciljevi

Obzirom na činjenicu kako je primjetan manjak informacija i publikacija vezanih za put razvoja televizije na ovim prostorima, u šta smo se i uvjerili prilikom istraživanja, ciljevi istraživanja koji će biti zastupljeni u okviru navedene tematike bit će, prvenstveno, naučni. Dakle, znanstveno istraživanje u ovoj oblasti veže se za analizu podataka o razvoju televizije na području Bosne i Hercegovine i njihovu interpretaciju. Dobijeni podaci služit će obogaćivanju, razvoju i usavršavanju dosadašnjih saznanja o obrađivanoj tematiki kao i omogućavanju korištenja podataka od strane televizijskih praktičara u cilju prediktivnih organizacija televizijskih djelovanja u budućnosti.

⁹ Šemso Tucaković, *Leksikon mas-medija* (Sarajevo: 2004)

¹⁰ <https://objektivica.hrt.hr/> (13.4.2021)

¹¹ Šemso Tucaković, *Leksikon mas-medija* (Sarajevo: 2004), str.139

¹² Šemso Tucaković, *Leksikon mas-medija* (Sarajevo: 2004), str.138

Naučna deskripcija: Rezultati istraživanja omogućuju uvid u postojeće stanje televizije kao medija na ovim prostorima i njenih mogućnosti danas u odnosu na početke. Njeno djelovanje 60-ih godina, za vrijeme ratnih dešavanja i u konačnici danas, prikazat će kako su se mijenjale televizijske mogućnosti kroz navedene periode.

3.2 Društveni ciljevi

Društveni ciljevi istraživanja uključit će razmatranja na koji način i u kojoj mjeri su pojava i razvoj televizije u BiH utjecali na sveukupni društveni i medijski ambijent te kakav je njen položaj u multimedijalnom okruženju. Prikaz dobijenih podataka obezbjedit će vjerodostojan prikaz uloge ovog medija u realnom društvenom okruženju te da li u konačnici zadovoljava komunikacijske potrebe građana ove zemlje.

4. Sistem hipoteza

4.1 Generalna hipoteza

Generalna hipoteza glasi:

Pored uticaja brojnih medijskih i društvenih faktora, uloga i značaj televizije u Bosni i Hercegovini ostali su nepromjenjeni od njene pojave do danas.

4.2 Pomoćne hipoteze:

1. Mogućnosti televizije u Bosni i Hercegovini su se, kroz sve vremenske periode razvijale u skladu s komercijalnim, političkim ili drugim sličnim interesima.
2. TV program i TV sadržaji značajno su se mijenjali u odnosu na historijske i društvene promjene.
3. Televizija, kroz sve faze razvoja, uspješno zadovoljava komunikacijske potrebe javnosti za informisanjem, edukacijom i zabavom.
4. Komercijalne televizije preuzele su primat nad Javnim RTV servisom u Bosni i Hercegovini.
5. Bez obzira na pojavu i razvoj novih sredstava za komuniciranje, televizija kao medij u Bosni i Hercegovini uživa najveće povjerenje njenih građana danas.
6. Televizija u Bosni i Hercegovini još uvijek dijelom zaostaje za mogućnostima iste u razvijenim evropskim okruženjima.

4.3 Indikatori

Navedena istraživačka pitanja bit će sprovedena, prvenstveno, kroz pisano literaturu, u okviru zakonske regulative, intervjuje s televizijskim novinarima i anketne upitnike.

5. Način istraživanja

5.1 Vrste i tip istraživanja

Istraživanje je teorijsko-empirijsko.

5.2 Osnovne metode

Prilikom istraživanja bit će primjenjene osnovne analitičke i sintetičke metode. Naglasak će biti na analizi, kao primarnoj metodi, s obzirom da će biti korištena opširna literature i veliki broj podataka u okviru evidencije kako bi se opisala putanja razvoja televizije na području Bosne i Hercegovine. U poređenju podataka o televizijskim karakteristikama nekad i sad bit će upotrijebljena komparativna metoda. Poseban osvrt bit će na formiranje i rad javnog servisa u komparaciji s komercijalnim televizijskim stanicama.

5.3 Metode prikupljanja podataka

Indikatori nam nameću dvije metode: **metodu analize sadržaja dokumenata i metodu ispitivanja.**

Metoda analize sadržaja dokumenata: Postupcima analize sadržaja dokumenata otkrivamo i definiramo društveno-historijski kontekst pojave i razvoja televizije na ovim prostorima. Kako bi provjerili određene hipoteze, istraživanje će biti temeljeno i na analizi sadržaja sekundarnih podataka iz prošlosti koji će nas dovesti do primarnih informacija.

Metoda ispitivanja: Ispitivanje će se provesti u obliku intervjua i to usmjerenih na televizijske uposlenike koji posjeduju empirijska iskustva i validne informacije o djelovanju konkretnih TV stanica. Također, vršit će se i ispitivanje javnosti o problemu istraživanja putem anketiranja.

5.4 Uzorak i vrijeme ispitivanja

U uzorak će biti uzeti novinari koji su uposleni na javnom servisu i privatnim TV stanicama. Anketiranjem će biti obuhvaćena cjelokupna televizijska publika na području Bosne i Hercegovine. Istraživanje će biti sprovedeno u periodu od januara do maja 2021. godine.

6. Naučna i društvena opravdanost istraživanja

6.1 Naučna opravdanost istraživanja

Kao što je navedeno, naučno saznanja u ovom oblasti omogućiće, prvenstveno, objedinjavanje svih dosadašnjih spoznaja o problemu istraživanja kao i obogaćivanje i dopunjavanje fonda postojećih informacija o problemu istraživanja.

6.2 Društvena opravdanost istraživanja

U konačnici, riječ je o onome što je i tačka polaznica u ovom istraživanju a to je ispitivanje da li su uloga i značaj televizije ostali nepromjenjeni i to upravo kroz stavove javnosti, zadovoljavajući njihove potrebe i ispunjavajući vjerodostojno svoju funkciju.

II TEORIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

1. Tehnološki i društveni razvoj televizije u svijetu

Tehničke pripreme za razvoj televizije obavljene su još u 19. vijeku. Za vrijeme prvih prenosa zvuka i slike na daljinu, kako navodi Kečo-Isaković u poglavlju o televiziji u djelu *Izazovi mas-medija*, počelo se maštati o mogućnosti televizije koja će se usavršiti razvojem svih akustičnih signala - telefona, električnog telegraфа, fotografije, gramofona, fonografa, kinematografa.

“1883. Paul Nipkow se bavi usavršavanjem električnog telegraфа i pokušava stvoriti neku vrstu televizije - prenos slike i tona na daljinu. Važan korak za razvoj televizije učinio je ruski fizičar Boris Rosing koji je 1906. godine uspio prenijeti sliku iz jedne prostorije u drugu. U Londonu je Campbell Swinton 1911. godine, uz pomoć zračenja iz katodne cijevi, također prebacio sliku iz prostorije u prostoriju. To je bio gotov pronalazak jer dalje je bila samo stvar usavršavanja prijenosa na daljinu i njene široke upotrebe. Vladimir Zworykin pronalazi "ikonoskop" 1923. godine, koji počinju u Americi 1934. godine serijski proizvoditi. Nakon ovog pronalaska u cijelom, tada tehnički razvijenom svijetu, počinje prava utrka da se proizvede aparat koji prenosi sliku na daljinu i brojni istraživači u Njemačkoj, Engleskoj, Francuskoj, Americi vrše eksperimente sa prenosom slike na manju ili veću daljinu.”¹³ “Pronalazak televizije često se pripisuje škotskom inžinjeru Džonu Logiju Berdu (John Logie Baird). On je godinama izučavao problem slanja slike sa jednog mesta na drugo i 1926. godine prikazao je neku vrstu televizije tako što je mehanički skenirao ekran od 25 linija. Maja 1927. godine Džon Logi Berd emitovao je sopstvenu sliku iz Londona u Glazgov. Februara 1928. godine Berd je javno demonstrirao televizijski prenos iz Londona za Njujork - događaj koji je tada Njujork Tajms ocijenio da je od “epohalnog značaja”. Jula 1928. godine Berd je demonstrirao televiziju u boji, koristeći rotirajući disk sa pričvršćenim crvenim, plavim i zelenim filterima. Ipak, “otac televizije”, kako su ga tada nazivali, još uvijek nije mogao ništa zvanično da emituje sve dok inžinjeri pošte nisu bili sasvim zadovoljni kvalitetom eksperimentalnih prenosa. Prvi redovni televizijski prenos “visoke definicije” emitovan je novembra 1936. iz studija BBC-ja u Palati Aleksandra u sjevernom Londonu. (Visoka definicija” u izveštaju vlade lorda Seladona 1935. godine označena je kao minimum od 240 linija). Prvi TV materijali, baš kao i prvi bioskopski filmovi, izvještavali su o sportskim, političkim i društvenim događajima kao što su konjičke trke u Derbyju, krunisanje Džordža VI,

¹³ Emina Kečo-Isaković, *Izazovi mas-medija* (Sarajevo: TKD Šahinpašić, 2006), str.56, 57

koncertna izvođenja klasične muzike i politički govor. Ovo je bilo posebno primamljivo pošto nije zahtijevalo velike troškove produkcije osim onih neophodnih za snimanje događaja. Tih prvih dana televizija je također preuzimala i sadržaje iz drugih medija kao što su varijetetske predstave, pozorišni komadi, holivudskiigrani filmovi i serije. Historijom britanske televizije sve do pedesetih godina dominira BBC svojom politikom tjesne povezanosti radija i televizije. Još na samom početku radio (i TV) emitovanja u Britaniji, donesena je odluka o neophodnom strogom nadzoru emisija, mada samo s ciljem da se izbegne prvobitno američko iskustvo opštег utrkivanja oko emitovanja. U Njemačkoj i Sovjetskom Savezu državna kontrola nad televizijom bila je još veća, a same mogućnosti medija u propagandne svrhe koristile su se na sasvim drugačiji način. Redovno emitovanje ustanovljeno je još tridesetih godina, ali su postojeći TV prijemnici bili pogodni jedino za zajedničko (grupno) gledanje. Berlin je, npr. imao 11 javnih TV gledališta u nadležnosti njemačke pošte. I Gebels i Hitler bili su neobično zainteresovani za mogućnosti televizije u prenošenju nacističkih govora, filmova i dokumentaraca, kao i zabavnog programa u svrhu podizanja morala. Tako, npr. televizija je prenosila Olimpijadu u Berlinu 1936. godine i smatra se da je po javnim gledalištima taj događaj pratilo i do 150.000 ljudi.¹⁴

“Pred sami početak Drugog svjetskog rata vodi se utrka između Njemačke i ostalog dijela svijeta - ko će biti brži i bolji u informisanju i propagandi. Trka i utakmica je otpočela svom snagom, ali je trkač (TV) ipak morao čekati kraj Drugog svjetskog rata za svoju pravu rasprostranjenost i pravu upotrebu. Televizija, koja je bila u početku svog razvoja zamišljena da bude neka nova umjetnička forma, ili eventualno vrsta kulturne kritike, postaje svjedokom promjena svih vrijednosti i uspostavlja pravila igre između novog i starog doba. Televizija postaje više faktor socijalnih, nego li kulturnih ili umjetničkih događaja. Tvori se TV novinarstvo kao novo i specifično izražavanje i riječju i slikom, kao svjedok, ali i kao komentator svega viđenog, postaje faktor politike i onaj ko kreira javnost. TV polako postaje dio modernog komuniciranja, a čovjekova potreba za slikom, potreba da vidi i uvjeri se sam u sve što je ranije mogao da samo čuje od drugih, daje televiziji moć glavnog suca naše stvarnosti.”¹⁵

Po završetku Drugog svjetskog rata, televizija se širi toliko da već 1950-ih postaje najzastupljeniji medij. Tadašnji program se razvija u okviru radijskih mreža (CBS, NBC i ABC

¹⁴ Dejvid Mek Kvin. *Televizija*, (Beograd: CLIO, 2000), str. 26-29

¹⁵ Prema Emina Kečo-Isaković, *Izazovi mas-medija* (Sarajevo: TKD Šahinpašić, 2006), str.58

u SAD-u, BBC u Velikoj Britaniji, RAI u Italiji i dr.). Vremenom dolazi do kreiranja dva programska modela televizije, američki model komercijalne televizije koja se finansira putem reklama i evropski model javne televizije koji se finansira putem pretplate (BBC). Prva komercijalna televizija osnovana je još 1954. godine u Velikoj Britaniji. "Tokom 1950-ih razvila se i oblikovala većina televizijskih vrsta, i to najprije u SAD-u pa američka televizija u tom smislu ima ključnu ulogu u razvoju medija. U to su se doba usavršili oblici televizijskog novinarstva. Već 1948. u SAD-u je započelo emitiranje prvi redovnih televizijskih vijesti na mreži CBS (u Europi 1952. na BBC-u). Specifičnost televizijskog medija – izravan prenos slike i zvuka – prvi je put sveobuhvatno pokazana 1953. u prijenosu krunisanja britanske kraljice Elizabete II, kada je televizija prvi put privukla više publike od radija. Vrhunac gledanosti izravnih prenosa dostignut je 1969. godine, kada je oko 600 miliona gledalaca pratilo prenos spuštanja čovjeka na Mjesec. U 1960-im došlo je do širenja televizije i izvan zapadnoga kruga, kako se stalno povećavao udjel zabavnog aspekta programa, počele su se javljati i sve oštire kritike ali je istovremeno obrazovni (i dječji) program postao trajnom sastavnicom javnih televizija te su se javile i kulturno-naučne serije kojima su autori bili istaknuti stručnjaci."¹⁶

"BBC je 60-tih godina razvio tzv. SiS (Sound in Sync). U početku televizijskog, analognog emitovanja ton se nije emitirao sinhrono jednim kanalom kojim i slika. Ovim sistemom televizijski ton se digitalizuje te se istim kanalom sinhrono emituje sa slikom. 1974. godine to je bila prva primjena digitalne tehnologije koja je otvorila vrata eri digitalizacije televizijske slike. Digitalni prijenos podrazumijeva sasvim drugačiju distribuciju televizijskog programa tzv. kompresiju audio i video signala te prijenos takvog, komprimovanog signala terestrijalnom (zemaljskom), satelitskom ili kablovskom distributivnom mrežom. Daljnja usavršavanja na tehničkom polju televizijskog produkcije i reprodukcije započela su uvođenjem VCR-a (Video Cassette Recorder) koji će osamdesetih godina dobiti formu VHS-a (Video Home System) i u konačnici DVD-a (Digital Video Disc). 1962. godine emituje se i prvi televizijski program iz Amerike preko satelita Telstar što otvara vrata satelitskoj televiziji. Ideja za kreiranje kablovskog emitovanja televizijskog programa seže do 40-tih godina kada je postojala namjera da se program dovede do udaljenih područja koja nisu imala televizijski signal. Prvi kablovski sistem uspostavljen je 1950. godine. Šezdesetih godina nastao je prvi tranzistorski televizor dok su se dvije decenije kasnije u okviru usavršavanja i razvoja televizijske tehnike pojavila revolucionarna otkrića poput prvih digitalnih tehnologija. Tih godina počela je upotreba video-kasete i masovna prodaja video rekordera. 1975. godine BBC uvodi teletekst. Od 1993. do

¹⁶ Više na <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60748> (18.4.2021)

1997. godine predstavljen je Digital Betacam sistem te DV (Digital Video) i Mini DV standard. U tom periodu na tržištu se pojavio i prvi TV sa ravnim ekranom te digitalna kamera. Televizija će 2000-ih godina doživjeti još bezbroj usavršavanja od kojih su najznačajnije web emitiranje i kreiranje interaktivne televizije.¹⁷ „Kontinuirano je primijetan i trend komercijalizacije, koji se u Evropi očitovao pojavom odnosno širenjem privatnih, komercijalnih i sve većom komercijalizacijom sadržaja javnih televizija, pojavom tzv. infotainmenta (većeg unošenja zabavnih sadržaja u informativne emisije) te tzv. reality televizije krajem 1990-ih i početkom 2000-ih, oblici koje povezuju televiziju s novim komunikacijskim medijima (internet, mobilna telefonija). Razdoblje od sredine 1980-ih obilježeno je fragmentacijom publike, što je posljedica širenja specijalizovanih kanala koji emituju cijelodnevno (zahvaljujući tehnikama kablovske i satelitske televizije) pa nastaju isključivo filmski, glazbeni (npr. MTV), informativni (npr. CNN), sportski, dokumentarni i drugi kanali, a od početka 2000-ih digitalizacijom te kombinacijom televizije i novih medija.“¹⁸

Ukoliko bismo napravili kratak pregled u kojem smjeru se televizija razvijala kroz historiju, prema Kečo-Isaković¹⁹, to bi izgledalo ovako:

- 1884.-1933. preistorija televizije - tehnički pronalasci koji omogućavaju postojanje TV medija
- 1933.-1945. rana faza televizije - prenos informacija, zabava i propaganda, nastojanje postizanja kolektivnog društvenog mišljenja
- 1948.-1954. novi početak TV medija, stvaranje TV mreže
- 1954.-1962. industrijalizacija TV produkcije
- 1963.-1973. stvaranje televizije kao kulturnog foruma, pokušaj odlaska iz isključivo političke sfere
- 1973.-1983 trend zabave svih generacija, stvaranje međunarodnih TV korporacija, organizacija na internacionalnom nivou...
- 1984.-1991. potpuna komercijalizacija TV medija
- Od 1991. dolazak digitalne televizije i zamjena klasične TV digitalnim načinom komunikacija.

¹⁷ Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.115, 116

¹⁸ Podaci s <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60748> (18.4.2021)

¹⁹ Prema Emina Kečo-Isaković, *Izazovi mas-medija* (Sarajevo: TKD Šahinpašić, 2006), str.60

2. Počeci komuniciranja na području Bosne i Hercegovine

U Bosni i Hercegovini sve do polovine 19. vijeka dominira interpersonalna komunikacija. Pojavom štamparije, interakcija biva podignuta na veći nivo, omogućivši brži i potpuniju komunikaciju. Bio je to događaj od velike važnosti za kulturnu baštinu Bosne i Hercegovine i ujedno pokretač revolucije u sferi komunikacija. Obrazovanje i unapređivanje znanja tada postaju prioritet. Još prve bosanske novine, kako ističe Tucaković²⁰, nisu samo predstavljale medij informiranja nego sredstvo jačanja narodnog duha, mišljenja i raspoloženja. U nadolazećem periodu okupacija, podjela i ratova, komunikacija i mediji nailaze na brojne prepreke ali u isto vrijeme igraju veliku ulogu u društvu a naročito politici, kada postaju glavni alat propagande i instrument za ostvarivanje ratnih ciljeva. Dakle, "povjesni razvoj procesa komunikacije na tlu BiH zabilježio je relativno rano određenu vrstu prenosa i razmjene informacija na koje su uticale povjesne, političke i druge društvene okolnosti i tehničke inovacije. Upravo ove okolnosti rezultirat će pojmom masovnih, elektronskih medija u Bosni i Hercegovini koji će postati institucionalizirana organizacija sa specifičnom djelatnošću."²¹ "Na Drugom zasjedanju AVNOJ-a, novembra 1943. godine, stvorena je i Republika Bosna i Hercegovina kao jedna među šest republika i dvije autonomne pokrajine, koje čine tadašnju SFRJ, slobodnu i ravnopravnu zajednicu naroda i narodnosti. Iako je rat još dugo poslije toga harao našom zemljom, kao i svijetom, narodi Bosne i Hercegovine, zbratimljeni u oslobodilačkoj borbi i revoluciji, pod vodstvom KPJ i Josipa Broza Tita, započeli su konstituisanje svoje društvene i državne zajednice organizovanjem predstavničkih, upravnih, pravnih, privrednih proizvodnih i drugih institucija neophodnih za njeno postojanje i funkcionisanje. Među njima su i ustane i sredstva javnog informisanja. U Bosni i Hercegovini prije Drugog svjetskog rata nije bilo radio-difuznih ustanova, iako je u svijetu radio bio već razvijeno sredstvo masovnog komuniciranja. Zato, još prije nego što je rat završen, odlučeno je da se stvore uslovi za osnivanje radio-stanice."²²

Dakle, prva radio-stanica, ujedno i prvi elektronski medij u Bosni i Hercegovini formirana je skoro dvije decenije nakon značajnih radijskih ostvarenja u svijetu. Nakon što se vrlo brzo pokazao kao jedno od najefikasnijih sredstava javne komunikacije, medij masovnog

²⁰ Prema Šemso Tucaković, *Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: S&A Company, 2006). str.67

²¹ Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.186

²² Muhamed Nuhić, *40 godina uspona RTV Sarajevo* (Sarajevo: Sour Radio-Televizija Sarajevo, 1985)

informisanja i propagande, kako navodi Tucaković²³, nastoji se raditi na povećanju njegovih mogućnosti i čujnosti. Bili su to prvi koraci u domeni elektronskih medija na ovim prostorima i najava za ono što dolazi a što je zasigurno promijenilo medijsku scenu a to je pojava televizije.

3. Pojava i razvoj televizije u Bosni i Hercegovini

3.1 Televizija u SFRJ

Razvojem televizije, organizacija jugoslovenske radio-difuzije 1958. godine prerasla je u *Jugoslovensku radio televiziju – JRT*. ‘’Prvi televizijski program u Jugoslaviji izведен je u studiju Radio Zagreba 1956. godine. Dvije godine kasnije televizijska studija dobili su i Radio Beograd i Radio Ljubljana. Planskom izgradnjom releja omogućeno je uvođenje zajedničkog jugoslovenskog TV programa, koji se emituje od 1958. godine. Prvih godina ovaj program bio je sastavljen od priloga TV studija u Zagrebu, Beogradu i Ljubljani, a od 1961. godine svojim prilozima u zajedničkom programu učestvuju i Radio-televizija Skoplje i Radio-televizija Sarajevo. Do 1975. g. izgrađeni su studijski centri za televiziju u svim republičkim i pokrajinskim centrima. Oni emituju sopstveni program, za područja republika i pokrajina i učestvuju u zajedničkom jugoslovenskom programu. Emitovanje prvih televizijskih programa u boji počelo je 1971. godine (RTV Ljubljana i RTV Beograd). Od osnivanja prvog TV studija, do 1975. godine, broj televizijskih preplatnika u Jugoslaviji povećavao se godišnje prosječno za oko 50 000.’’²⁴

‘’Međustudijskom saradnjom bilo je obuhvaćeno stvaranje zajedničke mreže predajnika i zajedničkog programa, dogovaralo se o učešću na velikim političkim, sportskim i drugim manifestacijama u zemlji i inostranstvu, a u svemu ovom su bile striktno određene obaveze svake RTV stanice. Zajednički se istupalo na festivalima i vršila razmjena programa sa mnogim svjetskim stanicama, a pružale usluge stranim izvještačima s važnih događaja u Jugoslaviji.’’²⁵

3.1.1 Televizija u Bosni i Hercegovini u okviru SFRJ

U skladu sa postojećom situacijom, prateći pripreme za uvođenje televizije u Jugoslaviji još od 1956., kako navodi Nuhić²⁶, kolektiv Radio Sarajeva već 1959. godine započinje izgradnju relejnih objekata na Humu i Vlašiću. ‘’U trenutku kada se Televizija Sarajevo pojavila kao peti

²³ Prema Šemso Tucaković, *Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: S&A Company, 2006), str.167

²⁴ *Leksikon novinarstva* (Beograd: Širo Srbija, 1979), str.110-111

²⁵ <https://www.rts.rs/page/tv/sr/story/21/rts-2/2952709/trezor-jugoslovenska-radio-televizija.html> (7.1.2021)

²⁶ Prema Muhamed Nuhić, *40 godina uspona/ RTV Sarajevo* (Sarajevo: Sour Radio-Televizija Sarajevo, 1985), str.23

jugoslovenski centar a bilo je to 1. juna 1961. godine, još uvijek je televizijski program formalno nosio naziv eksperimentalni program. Bilo je to doba kada se na jednom manjem području Jugoslavije svakoga dana emitovalo nekoliko sati programa. Pojava Televizije Sarajevo koja zadugo neće imati programske, tehničke ni kadrovske mogućnosti s kakvim su tada raspolagali centri u Beogradu, Zagrebu i Ljubljani, omogućila je da se putem novog medija - slikom i riječju - progovori o društvenom, ekonomskom i kulturnom razvitku Bosne i Hercegovine, o borbi za izgradnju socijalističkih samoupravnih odnosa zbratimljenih Hrvata, Srba i Muslimana.²⁷ Šta je uzrok zaostajanja u provođenju televizijskog emitovanja na ovim prostorima u odnosu na region i svijet?

Postoji nekoliko razloga zbog kojih se televizijska difuzija dosta kasno organizira. Zlobicki, u monografiji²⁸, ističe kako je Bosna Hercegovina u period planske socijalističke izgradnje ušla sa znatno manjim ljudskim i materijalnim potencijalima od onih koji su postojali prije rata. U prevodu, historijski uslovljenu privrednu i kulturnu zaostalost jedno socijalističko društvo, ma kako ono bilo pozitivno orijentisano, nije moglo tako brzo prevazići, što se negativno odrazilo i na tempo razvoja radija i televizije. Dalje, "jedan od tih razloga je geografska i reljefna struktura bh. teritorije koja je iziskivala dosta istraživanja i ulaganja u uspostavljanje relejnih objekata a drugi, opet, da se, i pored inicijative i planova za televizijsku difuziju finansijska sredstva nisu planski odvijala i ulagala u ovu investiciju."²⁹ Dakle, jasno je i kako razvoj televizije u BiH teče sporije nego u drugim republikama bivše Jugoslavije. Rezultat je to, kako ističe Tucaković³⁰, bio i tretmana BiH jugoslovenskoj federaciji kao manje značajne republike i nastojanja da se preko vlastitih medija utiče na svijesti raspoloženja građana BiH, što je ujedno i, politički razlog za gore navedeno problemsko pitanje. Tucaković navodi kako, sa stanovišta pojedinih vladajućih struktura u Beogradu i Zagrebu, Bosni i Hercegovini televizija uopšte nije bila potrebna jer je riječ o skupom mediju a prema njima, racionalnije je bilo da se Bosna i Hercegovina oslanja na elektronske medije Beograda i Zagreba. To je ujedno i razlog zašto su počeci audio-vizuelne komunikacije u Bosni i Hercegovini naslonjeni na televiziju Zagreb i Beograd, koji su sa emitovanjem programa počeli još 1956. godine.

²⁷ Branko Zlobicki, *Radio-televizija Sarajevo 1945.-1975, građa za monografiju* (Sarajevo: 1976.) str.75

²⁸ Detaljnije u Branko Zlobicki, *Radio-televizija Sarajevo 1945.-1975, građa za monografiju* (Sarajevo: 1976.) str.131

²⁹ Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.287

³⁰ Prema Šemso Tucaković, *Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: S&A Company, 2006). str.76

‘Formiranje Redakcije TV programa u okviru radija i izbor prvih novinara koji bi se bavili pripremanjem televizijskih informacija primljena je u javnosti kao značajna novost. U trenutku kada su počele da se u programu jugoslovenske eksperimentalne televizije pojavljuju prve filmovane informacije iz Bosne i Hercegovine, ni deset posto njene teritorije nije bilo pokriveno televizijskim signalom, a svega 596 stanovništva u Bosni i Hercegovini prati televizijski program. Tada, 1961. godine, u Bosni i Hercegovini je bilo registrovano samo 3.420 televizijskih preplatnika.’³¹

‘lako bez vlastitog studija, na koji se moralo dugo čekati, mala TV redakcija, u okviru Radio-Sarajeva, veoma dobrim emisijama, koje se obrađuju u studijima TV Beograd i TV Zagreb i odatle emituju, uspješno najavljuje ulazak Sarajeva u jugoslovenski televizijski sistem. Počelo se s malim filmskim amaterskim uređajem za montažu filmske trake. Prvi dokumentarni program pod naslovom **”Oj Kozaro”**, posvećen 20. godišnjici ustanka naroda BiH, emitovan je 25. jula 1961. godine iz studija TV Zagreb. Dva dana kasnije - 27. jula, izvršen je prvi TV prenos iz BiH. Bio je to prenos centralne svečanosti povodom 20. godišnjice ustanka, koja je održana na Šehitlucima kod Banja Luke. U 1962. godini uvedena je prva stalna emisija **”TV mjesečnik”** - mozaik filmskih informacija iz BiH. Te godine Televizija Sarajevo - u osnivanju, proizvela je 956 minuta programa. Porast obima programa omogućen je skromnim radnim prostorom, nabavkom profesionalnog montažnog stola i improvizovanom laboratorijom za razvijanje filma.’³² Zbog toga, Televizija Sarajevo nastoji poboljšati svoje tehničke i kadrovske usluge uvođenjem novih emisija kako bi zauzela značajnije mjesto u programskoj šemi Jugoslovenske televizije da bi, konačno, postigla ravnopravnost s drugim TV centrima. Podatak kako se u periodu od 1961.-1964. godine broj vlasnika TV prijemnika povećava čak 10 puta bio je ohrabrujući. Iduće godine, čak 5 emisija TV Sarajevo upućene su na međunarodne TV festivale a iste godine učestvuje i u novogodišnjem programu s emisijom **”Ententinu”**. 1966. godine ona čini 2,4% jugoslovenske televizijske produkcije, kada uspješno prati i izvještava o boravku Josipa Broza Tita. Napredak je vidljiv i što se tiče programske šeme kada se nastoji da program bude kako tematski raznovrstan tako i društveno angažovan i aktuelan, kako navodi Zlobicki. Uvođenje stalne informativne emisije pod nazivom **”7 dana”**, koja slijedi sva aktuelna društvena i politička dešavanja, jedan je od značajnijih poduhvata. Reportaže se nižu a nisu izostajale ni brojne nagrade. 25. jula 1968. godine prva reportažna kola stižu u Sarajevo a u septembru je izvršen i prvi direktni prenos

³¹ Branko Zlobicki, *Radio-televizija Sarajevo 1945.-1975, građa za monografiju* (Sarajevo: 1976) str.75

³² Muhamed Nuhić, *40 godina uspona/ RTV Sarajevo* (Sarajevo: Sour Radio-Televizija Sarajevo, 1985), str.23-24

utakmice Sarajevo-Dinamo. To je omogućilo i sve češća javljanja s političkih, muzičkih i drugih manifestacija.

“Televizija Sarajevo počinje emitovanje iz vlastitog studija 17. marta 1969. godine. To je veliki skok u razvoju, kojim se Televizija Sarajevo definitivno uključuje u jugoslovenski TV i komunikacijski sistem. Tim činom započinje i oformljivanje vlastitog programa i osvajanje svih programskežanrova. Dana 25. februara 1971. godine Televizija Sarajevo počinje emitovati vlastiti TV dnevnik, kao večernju informativnu emisiju. Obim programa koji se proizvodi i emituje iz TV studija TVSA raste veoma brzo - u 1974. godini proizvedeno je, obrađeno i emitovano 58.313 minuta.”³³ Stoga se vremenom nameće novi problem a to je novi prostor u kojem bi bilo objedinjeno sve, od proizvodnje do emitovanja programa. Tada i počinje izgradnja RTV doma, izdvajanjem većeg broja sredstava. Sedamdesete godine obilježene su, uglavnom, fokusiranjem na tematsko obogaćivanje programa. Ulaže se napor na stabilizaciji postojećih programa kao i kadrovsko jačanje redakcija. Uvodi se i prva stalna emisija za djecu “**Pet plus**”, više kulturnih i humorističnih emisija a filmska programska šema obiluje filmovima i igranim serijama. Tada se otvara i prvo dopisništvo sa sjedištem u Bejrutu. Zlobicki ističe kako Televizija Sarajevo još tada sasvim shvata važnost komercijalnih poruka i radi na kreiranju svojevrsnog stila u kojem one mogu da se plasiraju.

“Prostorni uslovi, tehnička oprema i tehnologija omogućavali su ekspanziju programa i po obimu i po strukturi i mnogo bolje i aktuelnije praćenje svih zbivanja u SRBIH i izlazak u svijet. U jugoslovenskom TV sistemu, TVSA je igrala sve značajniju ulogu. Početkom 1975. završena je prva faza izgradnje RTV doma. Televizija Sarajevo je, napokon dobila odgovarajući proizvodni i redakcijski prostor i nove, tada savremene elektronske uređaje. Time joj je omogućeno da sa pretežno zanatske i pretežno filmske, postupno prelazi na industrijsku i pretežno elektronsku proizvodnju programa - postala je, u stvari, televizija.”³⁴ “Takvu proizvodnju omogućuje savremena tehnika koji su činili moderni studijski uređaji, kamere, magnetoskopi, filmska labaratorija, uređaji za montažu filmskog materijala, prostori za redakcijski rad i sl.”³⁵

³³ Muhamed Nuhić, *40 godina uspona RTV Sarajevo* (Sarajevo: Sour Radio-Televizija Sarajevo, 1985), str.27-28

³⁴ Muhamed Nuhić, *40 godina uspona RTV Sarajevo* (Sarajevo: Sour Radio-Televizija Sarajevo, 1985), str.29

³⁵ Šemso Tucaković, *Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: S&A Company, 2006). str.171

Slika 1. RTV dom danas



Izvor: Online platforma BHRT - <https://bhrt.ba/>

“Izgradnjom i puštanjem u pogon prvih objekata RTV doma stvoreni su svi potrebni preduslovi za efikasnu i kvalitetnu proizvodnju, reprodukciju televizijskog programa te poslovni radni prostor za oko 600 radnika OOUR Televizije i OOUR Ekonomsko-tehničkih i općih službi, što znači da više od polovine radnika ovog kolektiva RTS-a sada rade pod jednim krovom. Skoncentrisani u svega nekoliko objekata, radnici RTS-a u novim uslovima moći će ostvariti veće rezultate u obavljanju svoje funkcije. Daljna izgradnja objekata RTV doma kojom se obezbjeđuju optimalni uslovi razvoja programa radija, muzičke proizvodnje, drugih noviteta te radni uslovi administrativnog i ostalog stručnog osoblja neodložan je i urgentan zadatak narednih etapa.”³⁶

“Godine 1976. ekipa dokumentarnog programa Televizije Sarajevo obilazi više nesvrstanih zemalja Afrike i donosi nezaboravne informacije - prenosi riječi državnika tih zemalja koji prisno sarađuju sa predsjednikom Titom u borbi za očuvanje mira u svijetu. Uz mnoge poznate emisije dokumentarnog programa posebno se ističe “**Zelena panorama**”. Obrazovni program takođe proizvodi i emituje za cijelu zemlju cikluse emisija iz kulturne baštine naroda i narodnosti BiH o jeziku i literaturi, nacionalnim parkovima BiH. Mobilna tehnika kojom TVSA tada raspolaze omogućuje pokrivanje velikih političkih, kulturnih i sportskih manifestacija, kao što su prenosi obilježavanja Drugog zasjedanja AVNOJ-a 1973. godine, proslave na Sutjesci i Neretvi 1978. godine, praćenje posjeta Tita SRBiH. Svoju programsku strukturu TVSA zaokružuje 1977. godine, kada počinje emitovanje i na drugom kanalu. Dopunu tehničkog potencijala i modernizovanje tehnologije TVSA je izvršila 1977. godine.

³⁶ Branko Zlobicki, *Radio-televizija Sarajevo 1945.-1975, građa za monografiju* (Sarajevo: 1976.) str.169

Tada su nabavljena dvoja mala reportažna kola, tri jednoinčna i dva dvoinčna magnetoskopa i druga oprema. To je omogućilo da se veoma uspješno prati Prva konferencija radio-difuznih organizacija nesvrstanih zemalja koja je oktobra 1977. godine održana u Sarajevu. Tim povodom, posredstvom agencije Vis News, efektna storija o gradu Sarajevu, koju je proizvela TVSA, emitovana je u 90 zemalja svijeta. Mobilnost svoje tehnike TVSA je unaprijedila 1980. godine, nabavkom tzv. ENG i EFP sistema, pomoću kojih mala ekipa radnika može brzo i kvalitetno da prati događaj i da ga pripremi za emitovanje.³⁷

Televizija Sarajevo jedini je televizijski centar u Bosni i Hercegovini do kraja osamdesetih. O tome koliko će biti nizak standard ekonomskih i socijalnih prilika, zbog političke i socijalne krize, govori podatak kako broj televizijskih pretplatnika ostaje skoro pa isti u periodu od 1981. do 1991.godine. Iz istog razloga, ni skoro deset godina nakon razvoja televizije, ne dešava se veći napredak u tehnologiji medija. S druge strane, nekoliko važnih poduhvata obilježilo je ovaj period za Televiziju Sarajevo. Stavši u red najrazvijenijih TV kuća na južnoslovenskom balkanskom prostoru, kako navodi Tucaković u već spomenutom djelu, Televizija Sarajevo se uspješno uključivala u toku 80-ih godina i u komunikacijski sistem Evrope i svijeta a komunikacijski sadržaji razmjenjivani su s velikim brojem radio-difuznih sistema i televizijskih stanica širom svijeta.

“U toku 1982. godine TVSA je za cijelu JRT uspješno izvela eksperiment sa teletekstom fiksнog formata koji je trajao 6 mjeseci. To je nova tehnologija emitovanja informacija putem TV mreže, koje se na TV ekranu iskazuju tekstom, a gledalac može da se koristi njima kad zaželi.”³⁸ “Jedan od najvažnijih komunikacijskih poduhvata televizije Bosne i Hercegovine jeste prenos nekih međunarodnih skupova, a posebno prenos takmičenja u okviru Zimske olimpijade koja je u Sarajevu održana 1984. godine. Te godine TV je u Sarajevu raspolagala sa 25.000 kvadratnih metara televizijskog prostora, koji je činilo sedam studija, 18 jednoinčnih i dva dvoinčna magnetoskopa, studijske kamere u boji, master, režije, te troja reportažna kola sa kamerama u boji i 60 filmskih kamera. Tom tehnikom, uz odgovarajuće veze, televizija je mogla organizovati TV komunikaciju sa svakim dijelom Republike Bosne i Hercegovine. Televizija Sarajevo je imala u to vrijeme 12 dopisništava opremljenih filmskom tehnikom. Najveći su bili u Banjoj Luci, Tuzli i Mostaru. Mobilna tehnika omogućavala je televiziji da improvizuje pokretne studije i prenos pojedinih događaja iz čitave Bosne i Hercegovine. TV

³⁷ Muhamed Nuhić, *40 godina uspona RTV Sarajevo* (Sarajevo: Sour Radio-Televizija Sarajevo, 1985), str.32-34
³⁸ Muhamed Nuhić, *40 godina uspona RTV Sarajevo* (Sarajevo: Sour Radio-Televizija Sarajevo, 1985), str.34

Sarajevo je davala i značajan podsticaj muzičkom i kulturnom stvaralaštvu u Bosni i Hercegovini.”³⁹

Slika 2. Broj TV predajnika u BiH od 1984.-1989.

God.	Studijski centri za TV	TV predajnici i pretvarači	Domaći program u satima
1984.	1	153	...
1985.	1	155	...
1986.	1	376	2.419
1987	1	406	2.653
1988	1	430	2.764
1989	1	448	3.086

Izvor: Utjecaj pluralizma medija na demokratski proces u Bosni i Hercegovini (Tomić, Sapunar, 2004) <https://hrcak.srce.hr/22800>

O tome koliki je napredak ostvarila, govori podatak kako je Televizija Sarajevo uspjela osvojiti proizvodnju svih vrsta programa od informativnog, dokumentarnog, zabavno-rekreativnog do naučno-obrazovnog. Tehnikom i tehnologijom kojom raspolaže, proizvodi i emituje program, zajedno s novinarskim, tehničkim i drugim kadrom kao i obimom i strukturom programa, kako ističe Nuhić⁴⁰, TVSA je među najrazvijenijim u SFRJ. Istovremeno sarađuje i s velikim brojem RTV organizacija u svijetu s kojim, podsredstvom JRT, ima sporazume s 39 organizacija u svijetu čime se nabavlaju programi za vlastite potrebe i program se nudi svjetskoj publici čime daje značajan doprinos upoznavanju domaćeg gledališta sa svjetskom scenom i obrnuto. Ipak, pozitivan trend bit će vrlo brzo prekinut nadolazećim događajima, kada sav negativizam i dotad potiskivane namjere počinju da se sprovode u djelo čime suživot i zajedničko djelovanje postaju prošlost. Brojni autori složni su oko toga kako je djelovanje elektronskih medija u Jugoslaviji sve vrijeme pod neposrednom ingerencijom Saveza komunista dovodilo njihovu objektivnost uvijek u pitanje. Krajem osamdesetih, kada mediokratske tendencije popuštaju, republičke televizije iznenadjuju napuštanjem zajedničke programske šeme. Na red dolazi i raspad Jugoslavije i ratne neprilike koje su, kako u društvu tako i u sferi medija, za rezultat imale potpunu podijeljenost s etničkim karakteristikama.

3.1.2 Yutel

³⁹ Šemso Tucaković, *Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: S&A Company, 2006). str.171-172

⁴⁰ Detaljnije u Muhamed Nuhić, *40 godina uspona RTV Sarajevo* (Sarajevo: Sour Radio-Televizija Sarajevo, 1985), str.41-44

‘’Za širenje monološkog, ali na jedan znatno profesionalniji način, vrstom nesvjesne umirujuće medijske sedativizacije bavit će se jedan zanimljiv medijski pokus, započet najprije u Beogradu, a potom, potvrdit će vrijeme, namjenski ciljan ka Sarajevu i Bosni i Hercegovini, najvećoj žrtvi raspada ex-Jugoslavije u svakom pogledu. Sadržina projekta bit će ona već prepoznata i definirana pojava pojugoslavljenja bosanskohercegovačkog društva, a ponajprije medija. Riječ je o zamašno, vrlo ambiciozno postavljenom projektu takozvane Jugoslavenske televizije, popularne pod kraticom **Yutel**, koji je sa radom startao oktobra 1990. godine. Yutel je moguća paradigma medijske kulturološke hipotetičke pripremne faze rata i ratnih razaranja koji je uspijevaо relativizirati i najosjetljivije događaje koji će zadesiti Bosnu i Hercegovinu i njene građane. Yutel je ekonomski logisticirana pseudoinkarnacija moći vojnih centara Beograda i ispostaviti će se, jedino logičnog ali ubrzo propalog pokušaja ekonomskog reformizma druge Jugoslavije, koju je pokušao izvesti savezni premijer Ante Marković i Nenad Kecmanović kao suosnivači Stranke reformista Jugoslavije. Tendencije uređivačkog projekta Yutela mogu se secirati kao ‘’stvaranje magle’’ i beskorisnog antiratnog raspoloženja, umirivanje svih i svakoga da rata nikada neće biti, na kraju 20. vijeka usred Evrope, iskaz logički utemeljen, ali velikonacionalistički neutemeljen i bez oslonca u empirijskoj stvarnosti. Magla je bila potrebna dok traju posljednje pripreme Miloševićevog režima i Jugoslavenske narodne armije prebačene iz Slovenije i Hrvatske na prostor Bosne i Hercegovine. Istovremeno, rastu tendencije ‘’srbizacije’’ bosanskohercegovačkog medijskog prostora, što će najočitije potvrditi naredne ratne godine, oteti TV predajnici, radio-prenosnici i brojna, različita bosanskohercegovačka dopisništva, materijalni i ljudski resursi.’’⁴¹ Dakle, registrovan kao televizija sa sjedištem u istarskom gradiću Motovunu, kapacitirajući opremu TVSA, 23. oktobra 1990. godine počeo je jednosatni program vijesti, koji je posjedovao sve elemente infotainmenta u modernom demokratskom društvu. Yutel je pratio raspad Jugoslavije i donosio uvid u rastuće nasilje i apsurde koji su se počeli dešavati u njenim republikama.⁴² S radom prestaje već 1992. godine.

4. Televizija u Bosni i Hercegovini u ratnim okolnostima (1992.-1995.)

⁴¹ Fahira Fejzić-Čengić, *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: Connectum, 2009), str.124-126

⁴² Više o ovome na <https://www.klix.ba/magazin/film-tv/prije-30-godina-počeo-je-yutel-ovi-koje-da-se-otcjepljuju-a-mi-im-kao-ne-damo/201023078> (22.2.2021)

Raspad Jugoslavije i rat u Bosni i Hercegovini stavio je skoro cijeli prostor Balkana u centar svjetske pažnje. U djelu Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini, autor Tucaković podsjeća kako su kreatori velikodržavnih projekata iz Beograda i Zagreba, raspad Jugoslavije vidjeli kao idealnu priliku za ostvaranje svojih političkih koncepcija na račun Bosne i Hercegovine. Kako bi se iste sprovele u djelo, prvi na redu bio je sistem komuniciranja BiH.

Uoči prvih demokratskih izbora u Bosni i Hercegovini koji su održani 18. novembra 1990. godine, prema navodima Tomića i Sapunara⁴³, stanje medija nije se bitno promijenilo u odnosu na nekoliko prethodnih godina. BiH je imala 49 radio stanica, jednu državnu TV stanicu i dnevne listove Oslobođenje i Večernje novine. "Već na početku devete decenije, nakon smrti Josipa Boza Tita, koji je bio dosljedan zagovornik očuvanja Bosne i Hercegovine, počeli su ataci na sistem informisanja BiH. Učinjeno je to naglim djelovanjem sistema Srbije i Hrvatske na područje BiH. Uspostavljane su u Sarajevu i drugim gradovima ispostave tih sistema u formi informativno-poslovnih centara. Građeni su istovremeno snažni odašiljači kako bi se obezbijedila što veća gledanost zagrebačke i beogradske televizije u BiH. Počelo je putem tih medija stvaranje nepovjerenja u sistem komuniciranja BiH, kao neobjektivan, nesposoban da osigura pravovremenu i kvalitetnu informaciju. Činjeno je to svojevrsnim propagandnim diverzijama koje su započinjane "otkrivanjem" navodnih afera ("Neum", "Agrokomerc") kojim se dokazivalo da je u Bosni i Hercegovine na djelu kontinuirana pljačka na štetu građana, da tu pljačku bosansko-hercegovački mediji prikrivaju i sl. Podsticano je tako nepovjerenje u BH štampu, radio i televiziju. U organizaciji velikosrpskih i velikohrvatskih paravojnih formacija počelo je 1991. godine zauzimanje radio stanica i novinskih redakcija, te osnivanje paralelnih sistema informisanja, koji su u potpunosti uključivani u sistem komuniciranja Srbije, odnosno Hrvatske. Istovremeno je izvršena i medijska okupacija skoro 85% bosanskohercegovačke države. Na skoro 60% njenog teritorija uspostavljen je u cijelosti medijski sistem Srbije, koja je na tom području formirala paradržavnu tvorevinu Republiku Srpsku. Na jugozapadnom dijelu zemlje uspostavljena je paradržavna tvorevina Herceg-Bosna, koja se uključila u potpunosti u medijski sistem Hrvatske. Sistem Bosne i Hercegovine sveden je na svega 15% Bosne i Hercegovine."⁴⁴

Glavni problemi s kojim su se suočavali elektronski mediji, u takvom stanju, bili su nepostojanje zakonske regulative, oskudnost ekonomskog tržišta, tehničkih uvjeta i

⁴³ Prema Marko Sapunar i Zoran Tomić. "Utjecaj pluralizma medija na demokratski proces u Bosni i Hercegovini" Politička misao 41, br. 2 (2004): str.5 <https://hrcak.srce.hr/22800> (23.2.2021)

⁴⁴ Šemso Tucaković, *Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: S&A Company, 2006). str.175-177

profesionalnog kadra. Većina novinara, bez obzira na tako teške uvjete, nastavlja obavljati svoj posao iako za to nisu bili ni plaćeni. Mustafić⁴⁵ ističe kako početkom agresije veliki dio novinara i snimatelja napušta BiH, pa u nedostatku snimateljskog kadra mnogi uzimaju kameru hrabro i sa malim i gotovo nikakvim iskustvom nastoje obavijestiti našu i svjetsku javnost o svemu što se događalo u gradu i domovini. Kako ističe, aktuelnost događaja bila je važnija od neprofesionalnog i nekvalitetnog snimka. Tako se, raznim improvizacijama, nastojala poslati vjerodostojna informacija o stanju u BiH kako lokalnom stanovništvu tako i svijetu. Dakle, televizija ipak nastavlja funkcionalisati bez obzira na sve navedene probleme predstavljajući ujedno, kako brojni autori ističu, najznačajniji faktor kontinuiteta države. Prilagodivši se ratnim uslovima, kako navodi Tucaković⁴⁶, cjelokupan komunikacijski sistem davao je značajan doprinos borbi protiv agresije i odbrani bosanskohercegovačkog društva. Pored lista "Oslobođenje", RTV Bosne i Hercegovine najvažnije je glasilo koje daje doprinos slamanju agresije, zbog čega su nerijetko bile meta neprijateljskih napada. Tucaković napominje kako su o informisanju građana brinule brojne regionalne i lokalne radio televizijske stanice, koje su postojale u Zenici, Tuzli, Bihaću, Mostaru, Goraždu, Konjicu, Travniku, Tešnju, Maglaju i drugim mjestima koji su dali su značajan doprinos informisanju domaće i inostrane javnosti doprinoseći istovremeno jačanju svijesti o potrebi očuvanja Bosne i Hercegovine i porazu agresorskih snaga koje su u vremenu od 1991. do kraja 1995. vršile napad na našu zemlju.

"Dio prostora države Bosne i Hercegovine kojeg Srbi ni uz pomoć JNA, a od 1993. godine ni Hrvati uz pomoć HV nisu uspjeli zaposjeti tj. staviti pod svoju kontrolu, predstavljao je i nazivao se slobodnim teritorijem Bosne i Hercegovine. Alternativni naziv za ovaj dio Bosne i Hercegovine (kojeg su mediji koristili) bio je prostor pod kontrolom Armije Bosne i Hercegovine. To je prostor na kojem su mediji podržavali borbu za cjelovitu državu Bosnu i Hercegovinu, ideju njene slobode, suvereniteta i teritorijalnog integriteta. Taj dio bio je ustvari definiran kao prostor pod kontrolom legalne vlasti na kojem slobodne rade sve institucije i mediji. Iako je izolacija slobodnog teritorija Bosne i Hercegovine u biti trajala sve do kraja 1995. godine, on je bio predmet ogromnog medijskog interesa. U opkoljenom Sarajevu, naprimjer, postojala je (a tokom rata je dalje razvijana) raznovrsna i slojevita medijska struktura."⁴⁷ "Svoje djelovanje na ostatku slobodne teritorije i sa dostupnom emisionom

⁴⁵ Opširnije u Mustafa Mustafić, *Profesija snimatelj* (Sarajevo: Nezavisna unija profesionalnih novinara Bosne i Hercegovine, 1997.), str.5

⁴⁶ Više u Šemso Tucaković, *Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: S&A Company, 2006). str.177

⁴⁷ Amila Šljivo-Grbo "Medijska legislativa Evropske unije" Znakovi vremena, br.79 (2018) https://ibnsina.net/images/pdf/znakovi/79/183_Amila_%C5%A0ljivo_Grbo.pdf (23.2.2021.)

opremom nastavila je Televizija Sarajevo koja 1992. godine mijenja svoj naziv u *Radio - televizija Bosne i Hercegovine*. Prema dostupnim podacima u BiH, u periodu izrazito nekontroliranog medijskog prostora i odsustva bilo koje vrste normiranja i evidentiranja od 1992. do 1995. djelovale su i osnivale se televizijske stanice: RTV BiH, Kanal S, NTV Banja Luka, TVIN, RTV Višegrad, Hrvatska televizija Široki Brijeg, Hrvatska radio-televizija Novi Travnik, HRTV Kiseloj, Televizija Herceg-Bosne, HTV Mostar, NTV Hayat, NTV 99, Televizija Okruga Zenica, Televizija ZETEL, RTV Bihać, RTV Okruga Tuzla, Televizija Front Slobode. Neki podaci govore u prilog činjenici i da je pored vrlo upitne situacije u zemlji radio i televizijska difuzija počela da se razvija velikom brzinom u odnosu na period mira. Prema dostupnim izvještajima međunarodnih organizacija, na slobodnoj teritoriji BiH u ovom periodu egzistiralo je 16 novih, televizijskih stanica i to u većim centrima Sarajevo, Tuzla i Zenica. Ove televizijske stanice većinom su osnivane u privatnom aranžmanu. Osim što je ovakav, neočekivani i materijalno neosnovani razvoj bio uslovjen deregulacijskim segmentom pravila bivše SFRJ i SRBiH on je bio potican i shvatanjem radio-televizijske difuzije kao najutjecajnijeg sredstva političke borbe i uticaja na javno mnjenje.⁴⁸

Jedan od takvih pozitivnih primjera je i Televizija Okruga Tuzla (danasa RTV TK). Televizija Okruga Tuzla emitiranje programa počinje 1993. godine, u vrijeme agresije na Bosnu i Hercegovinu, s ciljem probijanja medijske blokade u kojoj se tokom rata nalazio sjeveroistočni dio BiH. Rad tadašnje Televizije Okruga Tuzla, a kasnije i TV Tuzlansko-podrinjskog kantona započeo je, također, u oskudnim uslovima sa amaterskom opremom i sa samo sedam uposlenika. Uprkos nemogućim ratnim uslovima, nisu odustajali od misije da se građanima da prava i blagovremena informacija.⁴⁹ Tadašnja Televizija Okruga, imala je vrlo značajnu ulogu u odbrani od agresije. Djelovala je nasuprot propagandi agresora i podizala moral građanima. Sa osnivanjem kantona u Federaciji BiH 1994. godine, mijenja ime u Televizija Tuzlansko-podrinjskog kantona, a s proširivanjem i izmjenom imena Kantona u Tuzlanski kanton, i ovaj medij mijena ime u Radio-televizija Tuzlanskog kantona kako se i danas zove.⁵⁰

“Na slobodnoj teritoriji Republike Bosne i Hercegovine donešen je niz zakonskih mjera i propisa kojima bi se na neki način zaštitila legalna radio-difuzija. Na ostatku teritorije BiH koja

⁴⁸ Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.310-311

⁴⁹ Više o ovome na <https://www.aa.com.tr/ba/balkan/%C4%8Detvrt-vijeka-rtv-tk-televizija-koja-je-razbila-informativnu-blokadu-u-ratu-u-bih-/1067545>, (23.2.2021)

⁵⁰ Detaljnije na <http://www.arhiva.rtvtk.ba/vijest-cat/item/7268-na-danasjni-dan-osnovana-je-televizija-okruga-danas-radio-televizija-tuzlanskog-kantona> (10.3.2021)

je bila pod kontrolom paravojnih formacija zvanični zakonodavni organi BiH nisu imali nikakvih ingerencija. Značajno je spomenuti da su i tadašnji zakonski propisi koji su bili na snazi nisu uvodili neke značajne promjene i novine u kontekstu onih koji su na području BiH bili na snazi prije 1992. tj. u vrijeme SR BiH. Prve zakonske propise koje je donijela novoizabrana vlada u BiH odnosili su se na izmjenu i dopunu "Zakona o Radio - televiziji Sarajevo". Ovim zakonskim aktom iz maja 1992. osim što je predložena promjena naziva dosadanje JP RTSA u Javno preduzeće Radio - televiziju Bosne i Hercegovine, predložene su i izmjene u rukovodećim kadrovskim strukturama. U maju 1992. godine, Predsjedništvo je imenovalo poslovodni odbor i za predsjednika je izabran Mehmed Agović. Poslovodni odbor je isti dan organizirao programsку, uređivačku, kadrovsku i tehničku orijentaciju koja će biti punosnažna u periodu ratnih okolnosti. U toku ratnog perioda, sve do 1995. godine, gotovo svake godine, posebnim zakonskim Odlukama vršeno je razrješenje dužnosti i imenovanja: direktora JP Radio - televizije Bosne i Hercegovine, glavnog i odgovornog urednika Televizije BiH, poslovodnih organa, predsjednika poslovodnog odbora, članova poslovodnog odbora, članova upravnog odbora te članova programskog vijeća. Donošenjem Statuta Javnog preduzeća definisane su oblasti: organizacije, djelatnosti, prava i odgovornosti, razvoja, raspoređivanje prihoda, sigurnost i odbrana, ostvarivanje posebnog društvenog interesa, zaštita životne sredine, obavlještanje radnika, saradnja sa sindikatom, poslovne tajne nagrade i priznanja te opći akti preduzeća. Ovim dokumentom organizaciju RTV BiH činili su: Radio BiH, Televizija BiH, prijenos i emitovanje programa, muzička proizvodnja i muzički programi, produkcija audio i videozapisa, marketing, međunarodna saradnja i sektor zajedničkih poslova. Statutom su precizirane djelatnosti svakog odjela. Političko rukovodstvo na Palama donijelo je Odluku o formiranju Srpske - radio televizije na Palama i Banjoj Luci. Dvije godine kasnije bit će donesen i Statut Srpske radio - televizije. Ovi oblici legislative nastali u ratnim okolnostima, postat će glavna prepreka primjeni normativnih akata na integrativnom nivou u BiH u poslijeratnom periodu i ustrojstvu koje je nalagao Dejtonski mirovni sporazum.⁵¹ Od 1993. godine RTVBiH je aktivni član Evropske emiterске unije.

4.1 Uloga i značaj ratnog novinarstva

Dakle, i televizija i cjelokupni sistem informisanja našli su se u teškoj poziciji izazvanoj postojećom situacijom na cjelokupnom prostoru Bosne i Hercegovine. No, bez obzira na okolnosti, televizija nastavlja funkcionisati pa čak i napredovati, razumljivo, uz određene

⁵¹ Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.315-317

prepreke i promjene. ‘‘Specifičnosti ratom uzrokovanih okolnosti odrazili su se ponajviše na programsku strukturu televizijske difuzije. Programski sadržaji i njihova produkcija bili su uvjetovani vanrednom situacijom koja je egzistencijalno sprečavala novinare da prikupljaju informacije. Izvori informacija bili su vrlo limitirani. Na Televiziji BiH emitovane su samo informativne emisije Vijesti i Dnevnika a u intervalima između tih emisija emitovani su arhivski filmski, muzički i dokumentarni program te određeni sadržaji satelitskog sportskog programa. I takve forme, koje nisu predstavljale aktuelnu televizijsku produkciju informativnog karaktera bile su pojednostavljene. Većina ispitanih novinara/urednika koji su djelovali u tom periodu tvrdi da je najteži način bio način dopremanja snimljenog materijala. Forme u kojima su, većinom kreirani, ovi vidovi izvještaja bile su tzv. televizijske ‘‘njuz serije’’ koje su bili kratki reportalni zapisi o onome što u tom trenutku događa i što građani treba da znaju. Neki objekti, prostor, mjesta i situacije nisu trebali biti prikazani na televiziji iz razloga što se takvim gestama narušavala bezbjednost. Mnogi novinari su u tim trenucima obilazili ratišta i pravili reportaže. Televizija je emitovala i otvoreni program a, prema nekim svjedočanstvima snimane su i neke vrste, ratnih Top lista nadrealista te muzičkih programa. Značajnost televizijskog djelovanja i televizijskog programa s početka devedesetih godina i u toku agresije u BiH je bila mnogostruka. Uloga televizijskog prikazivanja i njene absolutne dominacije nad mogućnostima persuazije najevidentnije su pokazali primjeri uticaja drugih republičkih televizijskih sistema koji su imali svoje tržište i publiku i u BiH. Političke ingerencije koje je imala predratna politička struktura nad medijskim sistemom bile su gotovo pa zapanjujuće. Nedoumice u vezi nezavisnog i slobodnog ustrojstva, oslobođenog nacionalnih, ideoloških, vjerskih i etničkih pretenzija bh. medija na slobodnoj teritoriji imala je i većina novinara koja je u njima djelovala. Izuzetne okolnosti materijalnih, tehničkih i normativnih nedostataka uz ideološke i političke pritiske i nacionalne i etničke ambicije rezultirale su različitim kršenjima profesionalnih normi. U mnogobrojnim dosadašnjim istraživanjima ona su se najviše ticale televizijskih na teritoriji formirane Republike Srpske. Kršenja koja nisu regulatorno evidentirana niti sankcionisana odnosila su se na prezentaciju govora mržnje, poticanja mržnje i kriminaliteta, izvrtanja i skrivanja potpunih informacija, manipulaciju slikom i sadržajem do plasiranja lažnih i netačnih činjenica. Prema Tompsonu, mediji u BiH su bili sve osim svjedoka u ratu. Autor tvrdi da su oni bili učesnici u njemu, između ostalog, i ratne mete.’’⁵² Ipak, činjenica je da istina o agresiji teško da bi stigla do

⁵²Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.317-325

svjetskih centara moći da nije bilo upravo novinara, urednika, snimatelja, tonaca, dopisnika ali i stranih novinara koji su na profesionalan i objektivan način izvještavali o tadašnjim ratnim događajima. Njihov doprinos odbrani ove zemlje bio je nemjerljiv, kako ističu brojni zvaničnici danas.

Ratnih događaja prisjetili su se novinarke i novinari, ratni izvještači Arijana Saračević-Helać, Edina Kamenica, Salih Brkić i Marko Divković, u sklopu Okruglog stola o temi „*Ratno novinarstvo - Uloga medija i medijskih radnika u odbrani Bosne i Hercegovine*“ koji je upriličen 2016. godine u organizaciji Fonda memorijala u Sarajevu i Udruženja/Udruge BH novinari. Uz ocjenu „da je teško govoriti o vremenu u kojem se umiralo da bi se živjelo, te da je to vrijeme bilo svojevrstan test profesionalne zrelosti novinarskih djelatnika koji su u stalnom traganju za istinom, jer u ratu je upravo istina ta koja prva strada“. Mišljenja su da je uloga novinara uvijek ista za one koji se pridržavaju pravila profesije, bilo da se radi o ratnom, ili mirnodopskom izvještavanju, uz napomenu da je razlika jedino u uvjetima u kojima uposlenici javne riječi djeluju. Ratna reporterka TVBiH i urednica na FTV-u Arijana Saračević-Helać u izjavi za medije između ostalog je kazala da su novinari u BiH uradili nevjerojatno veliki i značajan posao.⁵³ Arijana je u to vrijeme opsade Sarajeva i BiH izvještavala s prve linije, bez zaštitnog prsluka, jer ih tada nije bilo dovoljno da bi ih i novinari dobili, a za takvu hrabrost je osvojila i značajne nagrade kao što je Zlatni Ijljan.⁵⁴ Neizostavno je spomenuti i ime koje je zasigurno obilježilo novinarsku profesiju na ovom području. Senad Hadžifejzović, novinar i voditelj, koji nesumljivo ostavlja trag u historiji bh. novinarstva, naročito u ratnom periodu. Njegov rad plijeni pažnju javnosti i danas.

5. Televizija u Bosni i Hercegovini u savremeno doba

5.1 Analiza televizijskog spektra u poslijeratnom periodu

„Rajt Peterson, Vazduhoplovna baza u blizini grada Dayton u SAD 21. 11. 1995. godine bila je centar svijeta kada je pod pokroviteljstvom SAD, u kojima su učestvovali i predstavnici Kontakt-grupe, parafiran dogovor o uslovima Općeg okvinog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini, koji je potpisana 14. decembra 1995. godine u Parizu. Ovim sporazumom Republika Bosna i Hercegovina, Republika Hrvatska i Savezna Republika Jugoslavija („Strane“) saglasile su se sa globalnim rješenjem koje ima za cilj okončanje rata i učvršćenje

⁵³ Opširnije na <https://vlada.ks.gov.ba/aktuelnosti/novosti/odrzan-okrugli-sto-o-temi-ratno-novinarstvo-uloga> (22.2.2021)

⁵⁴ Intervju dostupan na <https://radiosarajevo.ba/metromahala/lica/saracevic-helac-prislanjali-su-mi-cijev-pistolja-na-glavu-ali-i-dalje-vjerujem-u-bih/332481> (22.2.2021)

trajnog mira i stabilnosti u Bosni i Hercegovini.”⁵⁵ “Kako se Dejtonskim sporazumom podijelila i Bosna i Hercegovina, takav scenarij nije izostao ni u sferi medija gdje dolazi do podjele na tri odvojena medijska sistema. Beskrajno ponavljanja tvrdnja o medijima kao ogledalu društva, svoju utemeljenost dokazuje i na primjeru tzv. postdejtonske Bosne i Hercegovine. Paradržavni komunikacijski modeli, utemeljeni u vremenu svekolike destrukcije BiH od 1991. do 1995., zadržali su se i u godinama nakon rata da bi opravdavali etničku podjelu BiH, uspostavljenu snagom oružja. Ratni vokabular bh. medija, stišan prvenstveno snagom odluka međunarodne zajednice, podsjeća, s vremenom na vrijeme, da snage destrukcije nisu nestale.”⁵⁶ “Dejtonski mirovni sporazum je, istina, utjecao na povlačenje ratnohuškačkog novinarstva koji je bh. medije karakterisao prije njega. Povlačenje, međutim, ne znači i potpuno potiskivanje. S vremenom na vrijeme je takva medijska logika još uvijek prisutna, iako u bitno većoj mjeri u medijima na prostoru Republike Srpske, onima nad kojima je izravni patronat ili, neki drugi vid kontrole imao SDS, vodeća politička stranka sa srpskom političkom retorikom. S druge strane, otklonjena nije ni kontrola medija, koju su u svojim rukama držale vladajuće nacionalne stranke. I nakon Dejtona je, naprotiv, medijima pod njihovim patronatom bila strana profesionalna novinarska logika da se javnost integralno upozna s činjenicama. Umjesto toga, dominiralo je pravilo da se o činjenicama, koje ne idu u prilog “naše” stvari, ne treba ni pisati, ni govoriti. “Zlatno” pravilo u izvještavanju postaje logika da se javno mnjenje kreira na temelju informacija “svoje” strane.”⁵⁷ “Krajem devedesetih se daju identificirati promjene u položaju novinarske profesije. Neupitan je, npr. kvalitativni pomak u slobodi novinarskog izražaja. U pitanju je, prije svega, stalni rast broja međunarodnih organizacija koje pomažu, ali i nadziru, profesionalnu transformaciju medija u BiH. U pitanju je, na koncu, i činjenica da novinarske organizacije u BiH postaju agresivnije po pitanjima zaštite svojih članova i međusobno su povezane.”⁵⁸

5.2 Formiranje Javnog RTV sistema BiH

“Za poslijeratni period od velikog značaja je formiranje javnih televizijskih emitera, tačnije Javnog RTV sistema BiH. U većini bivših jugoslovenskih republika prije devedesetih godina, egzistirali su jedinstveni, državni, radio-televizijski sistemi. Devedesetih godina u okviru

⁵⁵ Suad Kurtćehajić i Omer Ibrahimagić, *Politički sistem Bosne i Hercegovine* (Sarajevo: autori, 2007), str.176-177

⁵⁶ Šemso Tucaković, *Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: S&A Company, 2006). str.180-181

⁵⁷ Slavo Kukić i Marija Čutura, "Bosanskohercegovačko tržište elektroničkih medija" Informatologija 40, br. 2 (2007): str. 70 <https://hrcak.srce.hr/13362> (3.3.2021)

⁵⁸ Slavo Kukić i Marija Čutura, "Bosanskohercegovačko tržište elektroničkih medija" Informatologija 40, br. 2 (2007): str. 71 <https://hrcak.srce.hr/13362> (3.3.2021)

jedinstvenog RTV sistema BiH tj. Radio-televizije Sarajevo došlo je do izvjesnih previranja iniciranih ideja u smislu težnji ka formiranju nacionalnih emitera. Nakon konačne nacionalne i etničke podjele bh. medijskog prostora, Radio-televizija Sarajevo nastavila je svoju djelatnost kao državni, javni emiter Radio-televizija Bosne i Hercegovine. Poput većine, nekadašnjih državnih RTV kuća i RTV BiH ušla je u proces kreiranja svoje djelatnosti u smislu javnog emitera. Baza za transformaciju RTV BiH iz državnog u javnog emitera bio je Memorandum o razumijevanju za prestrukturiranje RTV BiH od 10. juna 1998. godine. Memorandum nije podržan od strane srpskih predstavnika ali je institucija Međunarodne zajednice ipak, ovaj dokument proglašila validnim. Ovim dokumentom Javna RTV služba koja će biti u funkciji svih građana BiH trebala je biti uspostavljena do kraja 1998. godine a zvanični rok za donošenje zakona o Javnom RTV sistemu BiH bio je 21. juli 1999. godine. Bh. vlasti nisu uspjеле postići saglasnost u vezi uspostavljanja Javnih emitera. Uz profesionalnu pomoć BBC Concultancy tima(savjetodavnog tima) i inicijativu Visokog predstavnika za BiH, 2002. godine uspostavljeni su zakonski temelji za kreiranje Javnih RTV servisa BiH. Ovom inicijativom Visokog predstavnika, Javni RTV sistem BiH čine tri emitera: **Javni RTV servis BiH** (J RTV S BiH), **Javni RTV servis FBIH** (J RTV S FBIH) i priznaje Radio-televiziju Republike Srpske (RTRS) kao **Javni RTV servis RS** (J RTV S RS). Do kreiranja jedinstvenog RTV sistema BiH djelovali su Federalna RTV koja je 2001. godine program emitovala na dva televizijska kanala (FTV1 i FTV2) i Televizija RS koja je djelovala od 1992. godine. 13. 08 2004. godine BHTV 1 počinje emitiranje programa na vlastitom kanalu pod oznakom BHT1. Od 2004. godine zakonska regulativa djelatnosti i ustrojstva Javnih emitera prepuštena je bh. vlastima a organizacija njihovog djelovanja rukovodstvu samih emitera.⁵⁹ “Javne televizije danas u Evropi su garanti formiranja javnog mnijenja o svim važnijim dijelovima društva, što znači da će javna televizija proizvoditi dječiji, obrazovni, znanstveni, dokumentarni, dramski kulturni program, makar unaprijed zna da na njemu neće zarađivati. U njenom obaveznom dijelu je i prijenos najznačajnijih političkih događaja, zasjedanja parlamenta, proizvodnja programa za iseljeništvo, koja će proizvoditi i emitirati politički uravnotežene dnevne informativne emisije i voditi javne rasprave o ključnim pitanjima u državi, koja će prenositi sportske događaje od općeg interesa. Prema evropskim standardima, četiri su uvjeta koja svaki zakon o javnim servisima mora ispoštovati: stabilnost, nezavisnost, proporcionalnost i transparentnost. Ovo je regulisano Amsterdamskim protokolima iz 1997. godine koji važe od 1999. godine. Stabilnost

⁵⁹Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.326-327

podrazumijeva stabilna finansijska sredstva za javni servis, nezavisnost znači da servis ne treba biti izložen nikakvim pritiscima ekonomske ili političke naravi, proporcionalnost znači da finansiranje mora biti proporcionalno i da ne prelazi granice potreba, transparentnost znači da je utrošak sredstva potpuno transparentan, javan, godišnji. Prema smjernicama EU, program javnih servisa mora imati najmanje 55% domaćeg programa, s tim da polovina stranog programa bude iz Evrope, dok 70% mora biti naručeno od domaćih producenata.”⁶⁰

5.3 Analiza televizijskog spektra (2000.-2010.)

Početak devedesetih godina, BiH je započela s malim brojem elektronskih medija. 1991.godine zabilježeno je samo 5 televizijskih stanica. Kraj stoljeća, BiH dočekuje je s velikim brojem, npr. 1997.godine čak njih 52. Šta izaziva ovakve trendove? “Nagli porast broja radijskih i TV stanica u zadnjem desetljeću prošlog stoljeća posljedica je najmanje dviju grupa činjenica. U pitanju je, prije svega, liberalizacija mogućnosti njihova pokretanja – posebno mogućnosti pokretanja onih u privatnom vlasništvu. Rezultat takve liberalizacije je i gotovo eksplozivan porast broja privatnih radio i TV medija, onih lokalnog karaktera prije svega. Razvoj ovih medija su, nakon potpisivanja Dejtonskog sporazuma, a s ciljem njihove profilacije kao nezavisnih i pariranja domaćim političkim elitama i medijima pod njihovom kontrolom, poticale i institucije međunarodne zajednice u BiH. Samo vlada SAD je, od okončanja rata do konca 2003. godine, u tu svrhu usmjerila preko 50 miliona američkih dolara. Najmanje toliko, i s istim ciljem, utrošili su i različiti drugi donatori. U istom je periodu, s druge strane, evidentan i radikalni rast radijskih i TV stanica u javnom vlasništvu. Za pretpostaviti je da ga se može zahvaliti karakteru trendova koji ovo vrijeme obilježavaju. No, potreba za tom vrstom medija nije prestala ni nakon rata. Vrijeme nakon 2000. godine, međutim, karakterizira obrnut trend. Za samo tri godine, npr. broj radio i TV stanica pada za približno jednu trećinu. Razlog tome je, svakako, u uvođenju regulacije u oblast elektronskih medija.”⁶¹ Dakle, razlozi naglog i velikog porasta osnivanju televizijskih stanica slični su kao i u slučaju osnivanja radio stanica kako ističe Praskač-Salčin⁶², pa sa jedne strane ovaj razvoj opravdava, zakonska i državnopravna mogućnost djelovanja privatnog sektora a sa druge, prihvatanje i definisanje televizije kao najutjecajnijeg medija.

⁶⁰ Fahira Fejzić-Čengić, *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: Connectum, 2009), str.213-215

⁶¹ Slavo Kukić i Marija Čutura, "Bosanskohercegovačko tržište elektroničkih medija." Informatologija 40, br. 2 (2007): str.71 <https://hrcak.srce.hr/13362> (3.3.2021)

⁶² Prema Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.

“U Jugoslaviji, mediji i informiranje bili su regulisani Zakonom o štampi (1945.) i Zakonom o štampi i drugim vidovima informacija (1960.). Ovi su zakoni više upozoravali nego pravno regulisali. Novinarstvo je više bilo pomoćno sredstvo vladanja nego slobodna profesija dok su novinari prije bili društveno-politički radnici nego kreativci slobodni profesionalci. Iz takve tradicije pravne regulative kakvu kao posljednju ima Bosna i Hercegovina, logično je da dejtonska regulativa ili dejtonska platforma, označava ulazak u novu pravnu eru, koja se više od decenije konstituira, zapravo, pokušava konstituirati na drugačiji način, demokratski način, da je potrebno znatno više vremena od desetak godina da bi ova oblast poprimila stabilan oblik. Među najvažnijim zakonskim regulama koje se odnose na medije u BiH treba spomenuti odluku od 30. jula 1999. godine kojom je Visoki predstavnik za Bosnu i Hercegovinu ukinuo zatvorsku kaznu predviđenu za novinare članom 23. do tada važećeg Krivičnog zakona FBiH. To je čuvena Odluka o slobodi informiranja na prostoru Bosne i Hercegovine. Zakon o kleveti nametnuo je u BiH također Visoki predstavnik sredinom 2001. godine u RS-u, a krajem 2002. godine i na području Federacije BiH. Isti dan su ukinute i krivične sankcije za iznošenje informacija u javnost. Zakon o slobodi pristupa informacijama na nivou Bosne i Hercegovine usvojen je u oktobru 2000. godine u RS-u, a u maju 2001. godine i februaru 2002. g. na nivou Federacije BiH. Zanimljivo je da zakoni nisu donošeni jednovremeno, istovremeno ili zajedno, što je još jedan u nizu pokazatelja “separatnog” odnosu prema Bosni i Hercegovini (i njenom medijskom prostoru) i predstavnika međunarodne zajednice. Zakonom o komunikacijama je, naime, uspostavljena *Regulatorna agencija za komunikacije (RAK)*, tijelo odgovorno za regulaciju elektronskih medija ali i nezavisno u odnosu na institucije vlasti.”⁶³ Regulatorna agencija za komunikacije (RAK) je osnovana 2. marta 2001. godine. “Misija Agencije je regulisanje tržišta elektronskih komunikacija i audiovizelnog sektora u Bosni i Hercegovini te upravljanje i nadzor nad frekvencijskim spektrom, sa ciljem stvaranja uslova za primjenu novih tehnologija, razvoja konkurentnog sektora elektronskih komunikacija i ponude kvalitetnih usluga u najboljem interesu krajnjeg korisnika, te kontinuiran razvoj medijskih sloboda za dobrobit građana i društva u cjelini. Uspostavljeno jedinstveno, konkurentno i liberalizovano tržište elektronskih komunikacija u skladu sa evropskim i svjetskim standardima razvoja tehnologije, te osigurana sloboda govora i medijska sloboda u BiH.”⁶⁴

“Pravilima Regulatorne agencije organizovano je televizijsko emitiranje na području BiH u odjeljku Pravilnika za televizijsko emitovanje putem zemaljske radiodifuzije dozvola za

⁶³ Fahira Fejzić-Čengić, *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: Connectum, 2009), str.198-200

⁶⁴ <https://www.rak.ba/bs-Latn-BA/about> (3.3.2021)

obavljanje ove djelatnosti dodjeljuje se na osnovu javnog konkursa. Televizijske stanice na području BiH dužne su ispuniti programske, ekonomski i tehničke kriterije za dobijanje dozvole za emitovanje. Kod izdavanja dozvola za emitiranje televizijskog programa putem drugih elektronskih komunikacijskih mreža, stanice su dužne ispunjavati programske i ekonomski kriterije. Televizijske stanice u potpunosti su odgovorne za sve sadržaje koji se emitiraju. Javni televizijski emiteri dužni su podnosi godišnje izvještaje te ih učiniti javnim u svojim nazivima i ne smiju uključiti bilo koju vrstu nacionalne ili etničke identifikacije. Televizijski emiteri dužni su posjedovati posebne dozvole ukoliko organiziraju pružanje usluga na zahtjev. Televizijski sadržaji moraju korespondirati sa Pravilima i Kodeksima kao i svi drugi televizijski sadržaji.”⁶⁵

“Ustavom Bosne i Hercegovine nadležnost nad medijima i javnim informisanjem prenesena je na njena dva entiteta i Distrikt, međutim država Bosna i Hercegovina osigurava ustavno i zakonsko jamstvo slobode izražavanja koje je dodatno osnaženo prihvatanjem međunarodnih konvencija i deklaracija o ljudskim pravima. Oblast elektronskih medija u BiH regulisana je Zakonom o komunikacijama BiH i u četiri zakona o javnim RTV servisima u BiH: Zakon o javnom radio-televizijskom sistemu BiH, Zakon o radio-televizijskom servisu BiH, Zakon o Javnom radio-televizijskom servisu RS, Zakon o Javnom radio-televizijskom servisu FBiH. Prema Zakonu o komunikacijama BiH regulatorni principi u emitiranju su: zaštita slobode izražavanja i raznolikosti mišljenja, razvoj profesionalnih održivih komercijalnih i javnih RTV stanica, odvajanje i zaštita RTV stanica od političke kontrole i manipulacije, izdavanje dozvola za emitiranje u procesu koji se zasniva na odgovarajućim profesionalnim standardima u pogledu sadržaja programa, tehničkog i finansijskog poslovanja i stvaranje odgovarajućeg regulatornog okvira koji obezbjeđuje da sadržaj programa, uključujući i oglašavanje, bude u skladu s najboljom evropskom praksom. U regulatorne principe u telekomunikacijama prema ovom zakonu spadaju: zaštita interesa korisnika, neometan pristup i korištenje telekomunikacijskih usluga na objektivnom i nediskriminacionom nivou, kompatibilnost kvalitativnih nivoa telekomunikacijskih usluga i opreme s općeprihvaćenim evropskim standardima, transparentnost i nediskriminacioni nivo tarifa za telekomunikacijske usluge i podsticanje otvaranja sektora pružanja telekomunikacijskih usluga u skladu s politikom sektora telekomunikacija Vijeća Ministara. Na nivou RAK-a na snazi je Kodeks o emitiranju RTV

⁶⁵ Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.328-329

programa.”⁶⁶ Njegovim se principima profesije navode pravo na informiranje, sloboda izražavanja i zabrana diskriminacije, pitanja istine, objektivnog i nepristrasnog izvještavanja. Njime se reguliše i govor mržnje i pravo na privatnost. Za kršenje pravila o emitovanju, RAK je ovlašten da primjenjuje sankcije u vidu opomena, novčanih kazni ili oduzimanja dozvole. Dakle, televizijski program podliježe određenim zakonima, dužan je da ispoštuje određena pravila i primjeni progamske smjernice u skladu s tim.

Stabiliziranjem situacije nakon rata, vremenom se stabilizuje se i situacija s medijima. Prema Tucakoviću⁶⁷, televizijski spektar 2005. godine izgledao je ovako:

Javni RTV servisi:	Privatno-komercijalne televizijske stanice:
1. BHT 1; Sarajevo	1. Alternativna televizija; Banja Luka
2. FTV 1	2. HRT Kiseljak-Kiss TV; Kiseljak
3. Hercegovačka televizija; Mostar	3. HTV Oskar C; Mostar
4. RT RS; Banja Luka	4. MTV Igman; Pazarić
5. RTV Bihać; Bihać	5. NTV 101; Sanski Most:
6. RTV Bugojno; Bugojno	6. TV X; Sarajevo
7. RTV Cazin; Cazin	7. NTV Hajat; Sarajevo
8. RTV Donji Vakuf; Donji Vakuf	8. NTV IC; Kakanj
9. RTV Goražde; Goražde	9. NTV Jasmin; Vitez
10. RTV Herceg Bosna; Mostar	10. NTV Studio Arena; Bijeljina
11. RTV Jajce; Jajce	11. OBN; Sarajevo;

⁶⁶ IZVAN četiri zida: priručnik za novinarke i novinare o profesionalnom i etičkom izvještavanju LGBT temama (Sarajevo: Sarajevski otvoreni centar, 2012), str.71-78

⁶⁷ Prema Šemso Tucaković, *Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: S&A Company, 2006). str.290-295

12. RTV Konjic; Konjic	12. RTV Big; Banja Luka
13. RTV Lukavac; Lukavac	13. RTV Birač; Milići
14. RTV Rudo; Rudo	14. RTV BN; Bijeljina
15. RTV Tomislavgrad; Tomislavgrad	15. RTV Glas Bosne; Sarajevo
16. RTV Travnik; Travnik	16. RTV Hit; Brčko
17. RTV Tuzlanskog kantona; Tuzla	17. RTV Kometa; Lukavica
18. RTV Unsko-sanskog kantona; Bihać	18. RTV Mostar; Mostar
19. RTV Maglaj; Maglaj	19. RTV PINK BH Company
20. RTV Visoko; Visoko	20. RTV Step; Bijeljina
21. RTV Vogošća; Vogošća	21. RTV Studio 99; Sarajevo
22. RTV Zenica; Zenica	22. RTV Tešanj; Tešanj
23. RTV Živinice; Živinice	23. RTV Vikom; Banja Luka
24. TV Kantona Sarajevo; Sarajevo	24. TV Vikom; Gradiška
25. TV Prijedor; Prijedor	25. TV Bel Kanal; Banja Luka
26. TV Tuzla; Tuzla;	26. TV Kanal 3; Prnjavor
	27. TV OSM; Pale
	28. TV Simić; Banja Luka

	29. TV X; Sarajevo
	30. RTV Maglaj; Maglaj

Iste godine, za potrebe istraživanja programskih orijentacija bh. medija, u okviru publikacije *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini*, prof.dr. Fejzić-Čengić obavila je anketiranje i analizu nekoliko televizija koje su spadale u najgledanije u tom periodu (TVSA, TV Srpska, FTV, BHT1, TV Hayat, OBN, TV Mostar). Dobijenim rezultatima, u količini informativno-političkog, obrazovnog i sportskog programa prednjače javni servisi dok su komercijalne televizije okrenute zabavnim sadržajima s najvećim udjelom gledanosti istih. Najviše sati sedmično posvećeno je serijskom programu za sve televizije, neke čak 40 sati sedmično (OBN i Hayat TV). Interesantno je da je najmanji udjel vjerskog programa. "Očito je da je odnos starih i novih vrijednosti, odnosno, odnos tradicionalnih i novih vrijednosti na programima lokalnih televizija daleko više u korist novih vrijednosti. Komunikološka tendencija utjecaja i novomodeliranja obrazaca ponašanja i kulture u Bosni i Hercegovini pomoću mas-medija, očito je, u cjelini odgovara zamišljenim obrascima prema kojima je televizija važan socijalizacijski faktor utjecaja i širenja tipskog ponašanja i socijalizacije mlađih i najmlađih, prije svih. Ukupno uzevši veoma je malo kulturnih, elitno-kulturnih i obrazovno-edukacijskih sadržaja na svim programima u analiziranim televizijama, kao i onih sadržaja koji afirmiraju kulturnu baštinu ovoga podneblja, tradicijske vrijednosti ovih populacija, ili pak moralno-etičke univerzalije bilo kojih drugih područja."⁶⁸

⁶⁸ Fahira Fejzić-Čengić, *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: Connectum, 2009), str.209

Slika 3. Udio TV gledanosti u BiH (2002.-2008.)

	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.
BHT, FTV, RTRS	37,9	33,5	31,8	22,2	25,1	24,5	23,4
Domaće TV stanice (Pink BH, OBN, HAYAT, ATV, TVBN i ostale)	42,5	45,1	48,0	42,4	40,7	41,8	43
HRT 1, HRT 2, Nova TV, RTL Hrvatska, PINK BG, RTS BG, ostale ino TV stanice	14,3	16,3	15,5	31,7	32,1	26,6	25,1
Satelitski TV kanali	5,2	5,2	4,7	3,7	2,1	7,1	8,5

Izvor: Hrvati u BiH: Ustavni položaj, kulturni razvoj i nacionalni identitet (Kukić, 2009)

https://tripalo.hr/knjige/hrvati_u_bih/kukic.pdf

“Promjene, kojima je u posljednjih petnaest godina izloženo bosanskohercegovačko društvo, višestruko su se odrazile i na oblast elektronskih medija. Ratne i dio poslijeratnih godina karakteriše njihov nekontrolisani rast, nepridržavanje temeljnih pravila novinarske profesije, prije svega svrstavanje uz nacionalne političke programe i političke elite od kojih su ovisili itd. To vrijeme, istovremeno, karakteriše i pojačano ulaganje različitih institucija međunarodne zajednice u oblast elektronskih medija, s ciljem, da se u njima odnijeguje nezavisna uređivačka politika i da ih se izgradi kao protutežu medijima pod kontrolom različitih razina političkih elita. Međutim, formiranje Regulatorne agencije za komunikacije kao nezavisnog regulatornog tijela, karakteriše uvođenje reda u oblast elektronskih medija. Izravna posljedica toga je i nagli pad broja ovih medija, bilo zbog nedodjeljivanja licence, bilo zbog prekidanja njihovog rada zbog kršenja osnovnih pravila emitovanja kojih su se imali obavezu pridržavati. Mrežu elektronskih medija u ovom periodu, uprkos tome, čini relativno velik broj lokalnih, regionalnih, ali i medija koji pokrivaju prostor države. Što se, međutim, njihovog utjecaja tiče, još uvijek je relativno najveći udio gledanosti tri javna TV servisa. No, promjene su i u tome više nego indikativne. Evidentan je, npr. porast udjela u gledanju nekih privatnih televizija. Ili, povezanost BiH s njezinim okruženjem vidi se i kroz utjecaj elektronskih medija susjednih država na njeno stanovništvo. Promjene su, i to višestruko, evidentne i u sferi oglašavanja u elektronskim medijima. Konstantan je, prije svega, porast ukupnih ulaganja u TV oglašavanje

i sponzorstva na bh. tržištu. S druge strane, u strukturi oglašavanja televizijski mediji su daleko ispred svih ostalih. Istina je, doduše, da se i u tome može govoriti o izvjesnim promjenama. Na koncu, u ukupnom prihodu od marketinga i dalje su – iako njihov udio iz godine u godinu opada - nesporni lideri tri javna RTV servisa.”⁶⁹

5.4 Analiza televizijskog spektra (2011.-2021.)

Bosna i Hercegovina je, kako navodi Turčilo⁷⁰, danas vrlo specifična po svom medijskom prostoru. Turčilo ističe kako je na osnovu dosadašnjih istraživanja, medijski prostor podijeljen po regionalnom i etničkom principu, poput društvenog i političkog sistema. Primjetan je, još uvijek, utjecaj medija iz susjednih država (Hrvatska i Srbija) ali i globalnih medija (CNN). Npr. **Al Jazeera**, pokrenuta još 1996. godine, prvi je globalni program koji se emituje sa Srednjeg Istoka. Također, prva je globalna medijska kuća koja 2011. godine dolazi na područje Balkana kao regionalni news kanal, koji se između ostalog emituje i u Bosni i Hercegovini. U prvom planu ima za cilj poštovanje svjetskih i visokih standarda koji uključuju tačno, brzo i objektivno izvještavanje. U vlasništvu je 82 centra u cijelom svijetu, što je čini najvećom mrežom u svijetu nakon BBC-ja.⁷¹ Isto tako, **N1**, regionalni informativni partner CNN-a, je regionalna i lokalna 24-satna platforma (koja uključuje i TV) za emitiranje vijesti i aktuelnosti za prostor Balkana. Pokrenuta je 2014. godine a produksijski centar ima i u Bosni i Hercegovini gdje se emituje putem kablovskih operatera.⁷²

Na osnovu dosadašnjih istraživanja iz analizirane literature, bh. javnost svoja saznanja bazira na praćenju TV programa i/ili kombinacijom printanih i elektronskih medija. Više od 60% građana koristi televiziju kao glavni izvor informacija, kombinirajući je s drugim medijima što dalje, prema navodima profesorice Turčilo iz prethodno pomenute literature, ukazuje na činjenicu da bh. javnost slijedi globalne trendove kada je o prihvatanju TV-a riječ. Prema podacima iz 2011.godine, u BiH je registrovano 45 TV stanica (od toga 3 Javna RTV servisa: BHT, FTV i RTRS).

Autorica Turčilo, dalje navodi kako ranije provedena istraživanja ukazuju na etno-nacionalnu podijeljenost medijskog prostora te na uzročno-posljedičnu povezanost nacionalne pripadnosti

⁶⁹ Slavo Kukić i Marija Čutura, "Bosanskohercegovačko tržište elektroničkih medija." Informatologija 40, br. 2 (2007): str. 75 <https://hrcak.srce.hr/13362> (7.3.2021)

⁷⁰ Detaljnije u Lejla Turčilo, *Zaradi pa vladaju: politika, mediji, biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: autorica, 2011), str.57

⁷¹ Podaci na <https://balkans.aljazeera.net/>

⁷² Podaci na <https://ba.n1info.com/>

građana BiH i njihovog odabira lokalnih programa, ali i medija iz susjednih država. Neki privatni mediji već su etablirali kao predominantno bošnjački (Hayat TV) ili srpski (BN TV, Pink BH ili Alternativna TV iz Banje Luke) a hrvatski dio bh. populacije uglavnom prati medije iz Hrvatske (HRT1, HRT2, NOVA TV i HR RTL). "Istraživanje stavova bosanskohercegovačke javnosti o načinima na koje konzumiraju medijske sadržaje urađeno na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu 2009. godine⁷³ pokazuje određene trendove i daje materijal za izvođenje nekih općih zaključaka o tendencijama u medijsko-političkoj sferi u Bosni i Hercegovini. U domenu elektronskih medija programa vijesti, domaće TV stanice odnose prevagu nad inozemnim (54%), iako regionalne TV stanice bilježe značajan procent gledanosti, odnosno procent gledanosti njihovih TV vijesti proporcionalan je stepenu povjerenja u globalne medije. Razloge za zamjetnu gledanost regionalnih TV vijesti nalazimo u činjenici da one značajnim dijelom prate zbivanja i u Bosni i Hercegovini, često imaju novinare na terenu (čak i kada ih lokalni mediji nemaju), ali imaju i savremeniji pristup news formatima, zasnovan na kratkim i efektnim najavama, "običnim ljudskim" pričama, javljanjima uživo sa lica mjesta i sl. Nadalje, građani vjeruju u istinitost informacija na globalnim medijima, ali ih, uprkos tome, ne gledaju u velikom broju. Ovdje jedan od razloga može biti kao i kod štampe, nepoznavanje jezika, ali i teme kojima se ovi mediji bave, odnosno činjenica da im bosanskohercegovačka situacija najčešće nije na agenda. U zabavnom sektoru prednjače svjetske stanice (poput Fox TV, HBO i sl.). koje su građanima dostupne u kablovskim sistemima i titlovane na bosanski/srpski/hrvatski jezik (40%). Pažnja građana, kada je o zabavi riječ, gotovo je jednak podijeljena između lokalnih i regionalnih medija, a građani smatraju da su globalni i lokalni mediji gotovo podjednako zabavni, iako se najzabavnijim smatraju regionalni mediji. Kada je riječ o političkom utjecaju lokalnih, regionalnih i globalnih medija na javnost u Bosni i Hercegovini, odgovori građana pokazuju da su im u praćenju nekih kontroverznih tema važni izvori informacija lokalni i regionalni mediji (u omjeru: 52%:46%), dok u takvim situacijama globalni mediji nemaju gotovo nikakvu ulogu. Ovo možemo objasniti činjenicom da su građani, kada su kontroverzne teme u pitanju, uglavnom orijentisani na pitanja kriminala i korupcije, ekonomski i političke afere, što su uglavnom teme lokalnog i regionalnog karaktera (odnosno problemi u koje su uključeni lokalni ili regionalni akteri), tako da o tim kontroverzama globalni mediji ni ne izvještavaju. Podaci dobiveni ovim istraživanjem potvrđuju da je još uvijek zadržan stanovit utjecaj lokalnih

⁷³ Istraživanje korisničkih navika bh. građana obavljeno putem anketnog upitnika na uzorku od 500 ispitanika s područja: Sarajeva, Tuzle, Mostara i Banja Luke

(bosanskohercegovačkih) medija na javnost te da u tom području glavnu konkurenčiju bh. medijima predstavljaju mediji iz susjednih država. Politički učinak domaćih i regionalnih medija prisutan je u značajnoj mjeri u BiH, dok je politički učinak globalnih medija indirektn i ogleda se u skretanju pažnje javnosti sa informativne na zabavnu funkciju medija i zavođenje te publike zabavnim sadržajima.⁷⁴

Ono što je posebno uočljivo u današnjoj medijskoj sferi su etablirani moćni medijski vlasnici, naročito TV kuća, koji igraju veliku ulogu ostvarujući politički i ekonomski uticaj na javnost. Takvi primjeri poput Ruperta Murdocha i Teda Turnera koji dominiraju na globalnom medijskom planu, uočljivi su i u ovom podneblju. Kopiranje takvih medijskih obrazaca, pored političkog i ekonomskog uticaja, ogleda se još i u sadržaju tih medija i odnosa prema publici. Bosanskohercegovačke TV kuće (baš kao i globalne), kako navodi Tučilo u već spomenutom djelu Zaradi pa vladaj: politika, mediji, biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini, kvalitet medijskih sadržaja sada mjere kvantitetom publike koja ih prati, pa su medij sve više okrenuti istraživanju tržista i rejtinzima, odnosno uporedo pokušavaju prodati informaciju publici ali i prodati publiku oglašivačima. Dakle, privatni bh. mediji nastoje svoje djelovanje organizovati po istom principu kao i globalni. Oni su, kako Turčilo dalje navodi, usmjereni na proizvodnju informacija kao tržišno vrijedne robe, odnosno na proizvodnju komercijalno isplativih medijskih sadržaja U prime time-u, sadržaji koji se nude gledateljima su, uglavnom, zabavni, sportski i muzički, a informativni (naročito politički) su bazirani na news programi i na tematske emisije koje djeluju na principu talk-show programa s gostima. Takvi sadržaji bilježe visoku gledanost što je pokazatelj da je javnost još uvijek zainteresovana za politiku u medijima. Sve u svemu, dominantan je interes medija da ostvare profit sadržajima koje plasiraju što za posljedicu ima zavođenje publike istim iako većina ima interes za praćenje informativnih i političkih sadržaja.

Najgledanije TV stanice u Bosni i Hercegovini, prema podacima "Audience measurement-a" u periodu od 2018. do 2020. godine s određenim varijacijama su BN TV, FTV, Nova BH, OBN, Pink BH, RTRS, BHT1 i Hayat. Podaci o svim televizijama koje imaju dozvolu za emitiranje putem zemljane radio-difuzije ili drugih elektronskih komunikacijskih mreža nalaze se u poglavlju Prilozi.

⁷⁴ Lejla Turčilo, *Zaradi pa vladaj: politika, mediji, biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: autorica, 2011), str.60, 61

Slika 4. Top 20 najgledanijih sadržaja u BiH za januar (2020)

Rank	Channel	Date	Description	2nd Description	Start time	End time	AMR %	SHR %
1	BHT 1	26.01.2020	RUKOMET - EUROPSKO PRVENSTVO - PRIJENOS	SPANIJA - HRVATSKA	16:17:29	18:06:19	14.66%	28.74%
2	BN TV	19.01.2020	DOBRO JUTRO, KOMSJA - SERIJA		19:59:54	20:44:07	13.36%	22.09%
3	BHT 1	26.01.2020	RUKOMET - EUROPSKO PRVENSTVO - EMISIJA		17:07:27	17:12:23	12.14%	23.56%
4	BN TV	06.01.2020	SRECAN PUT, KOMSJA		21:15:34	23:02:23	11.85%	23.93%
5	BHT 1	24.01.2020	RUKOMET - EUROPSKO PRVENSTVO - PRIJENOS - PRODUZECI	NORVESKA - HRVATSKA	19:37:59	20:12:16	11.51%	21.33%
6	FTV	13.01.2020	DNEVNIK 2 FTV		19:29:56	19:55:50	11.14%	19.72%
7	BN TV	19.01.2020	VREMENSKA PROGNOZA BN TV		19:57:05	19:59:46	10.51%	17.44%
8	FTV	20.01.2020	SPORT FTV		19:59:27	20:05:33	10.44%	19.57%
9	BHT 1	24.01.2020	RUKOMET - EUROPSKO PRVENSTVO - PRIJENOS	NORVESKA - HRVATSKA	17:48:41	20:15:21	10.25%	20.09%
10	Nova BH	04.01.2020	ZVEZDE GRANDA		19:59:39	22:56:10	9.95%	19.16%
11	FTV	20.01.2020	VRIJEME FTV		20:07:46	20:09:17	9.63%	18.04%
12	BN TV	19.01.2020	DNEVNIK 2 BN TV		19:29:27	19:57:04	9.34%	16.01%
13	BHT 1	12.01.2020	RUKOMET - EUROPSKO PRVENSTVO - PRIJENOS	PORUGAL - BOSNA I HERCEGOVINA	15:48:23	17:31:48	9.27%	19.56%
14	BN TV	05.01.2020	DOBRO JUTRO, KOMSJA 5		20:00:22	21:39:12	9.15%	15.91%
15	FTV	26.01.2020	LUĐ, ZBUNJEN, NORMALAN		20:12:32	20:49:58	8.94%	14.90%
16	OBN	30.01.2020	RANJENE PTICE		20:49:12	21:37:54	8.90%	16.71%
17	BHT 1	24.01.2020	RUKOMET - EUROPSKO PRVENSTVO - PRIJENOS	SPANIJA - SLOVENIJA	20:36:46	22:18:13	8.54%	16.52%
18	FTV	20.01.2020	MREZA		20:09:33	21:07:22	8.52%	16.09%
19	BN TV	02.01.2020	DOBRO JUTRO, KOMSJA 2		19:58:23	21:39:03	8.30%	15.34%
20	BHT 1	18.01.2020	RUKOMET - EUROPSKO PRVENSTVO - PRIJENOS	HRVATSKA - NJEMACKA	20:20:01	22:12:00	8.25%	15.2%

Izvor: Online platforma BN TV - <https://www.rtvbn.com/3977402/pogledajte-top-20-najgledanijih-tv-sadrzaja-u-bih>

Dakle, prema dosadašnjim podacima jasno je kako je u bh. televizijskom spektru, najveći procenat komercijalnih televizijskih stanica. Televizijske stanice, prema istraživanju Praskač-Salčin, najčešće se finansiraju marketinškim prihodima a pored toga RTV taksom, kombinacijom RTV taksa-marketing, državnim izvorima, vlastitim izvorima, produkcijom, budžetskim sredstvima. Televizijske stanice emituju vlastiti, otkupljeni i program iz razmjene. Programska šema uključuje, najčešće, informativni, sportski i zabavni/revijalni segment. Od programske sadržaja najviše su zastupljeni: informativni, obrazovni, kulturni dječiji, sportski, revijalni, muzički, dokumentarni i filmski a najmanje: omladinski, dramski specijalni, kontakt, vjerski, rijaliti program te televizijski kvizovi. Procenti marketinškog udjela u ukupnim programskim satnicama su raznoliki i kreću se od minimalnih 5% do maksimalnih 60%. Programske sadržaje namjenjeni su različitim ciljnim recipijentima podjeljenim u različite kategorije (dobne, geografske itd.).⁷⁵ Asocijacija kabel operatera i distributera Bosne i Hercegovine (AKOP BiH), od 2015. godine ima dozvolu za kolektivno ostvarivanje prava na audiovizuelnim djelima, odnosno prava na naknadu za kabelsko reemitiranje audiovizuelnih djela. AKOP BIH u svom redovnom članstvu ima više od 30 kabel/IPTV operatera i 3 dominantna telekom operatera (BH Telecom d.d. Sarajevo, Telekom Srpske a.d. Banja Luka i

⁷⁵ Opširnije u Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.330-345

JP Hrvatske telekomunikacije d.d. Mostar), koji posluju na raznim područjima u BiH, a neki posluju i na cijelom području BiH.⁷⁶ Pored navedenih, korisnici dozvola za distribuciju audiovizuelnih usluga, prema podacima RAK-a su: Telemach BH d.o.o. Sarajevo, Blicnet d.o.o. Banja Luka, Elnet d.o.o. Laktaši, Miss.Net d.o.o. Bihać...Značajno je spomenuti kako se u BiH još uvijek emitira analogni zemaljski TV signal. Zbog kašnjenja u procesu digitalizacije TV signala najveću štetu imaju građani BiH kojim nije osiguran kvalitetan zemaljski digitalni signal i ekonomija BiH kojoj nisu oslobođene frekvencije za korištenje i razvoj novih digitalnih tehnologija.⁷⁷

“U sasvim novom društvenom koloritu televizijska difuzija u BiH prilagođavala se medijskoj konkurenciji u programskom, tehničkom i ekonomskom kontekstu.”⁷⁸ “Ova nova medijsko-politička scena mogla bi, po našim prepostavkama, uzrokovati najmanje dva nova scenarija kad je riječ o medijima i publici u Bosni i Hercegovini. Prvi bi bio, u određenoj mjeri, emancipatorski, na način da bi globalni korporativni mediji mogli prevazići dominantno etničku i nacionalnu podijeljenost medijske scene, kakva je danas u BiH. Naime, kako smo vidjeli iz istraživanja, neki su mediji u BiH već etablirani kao dominantno bošnjački, srpski ili hrvatski, odnosno publika prilikom izbora medija kojeg će pratiti slijedi etničke/nacionalne kriterije i preference. Dolazak novih globalnih medija, koji u etničkom, odnosno nacionalnom smislu „ne pripadaju nikome” mogao bi ujediniti ovu razjedinjenu publiku. Takav vid konkurenциje bi mogao utjecati i na javne servise i usmjeravati ih da, u informativnom smislu, više budu integrirajući. U pogledu profesionalnog novinarstva, dolazak inozemnih korporacija mogao bi, pak, uzrokovati još jednu značajnu promjenu: gašenje malih (manjih) alternativnih medija ili njihovo preuzimanje (kupovinu) od strane velikih korporacija. Dolazak inozemnih korporacija neće označiti „više medija” nego upravo suprotno, manju medijsku konkureniju u kojoj se svemu ni što je alternativno ostavlja manji ili nikakav prostor djelovanja.”⁷⁹

Ako bismo dali neki konačan sud o stanju elektronskih medija u Bosni i Hercegovini mogli bismo reći da svjedočimo unisionosti medijskih sadržaja, kako navodi Turčilo⁸⁰ i objašnjava time kako su elektronski mediji (TV naročito) visoko komercijalizirani i donekle depolitizirani

⁷⁶ Opširnije na <http://sluzbenilist.ba/page/akt/oi4tc5iK71c=> (6.3.2021)

⁷⁷ Detaljnije na <http://www.revizija.gov.ba/Post/Read/digitalizacija-tv-signala-u-bih> (3.3.2021)

⁷⁸ Irena Praskač-Salčin, *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018), str.347

⁷⁹ Lejla Turčilo, *Zaradi pa vladaj:politika, mediji, biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: autorica, 2011), str.59-66

⁸⁰ Detaljnije u Lejla Turčilo, *Zaradi pa vladaj:politika, mediji, biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini* (Sarajevo: autorica, 2011), str.59

ali ne u smislu odupiranja političkim utjecajima već u smislu davanja prednostima sadržajima koji su komercijalno isplativi u odnosu na političke sadržaje. Dakle, u pitanju je interes medija i medijskih vlasnika da ostvare profit putem reklamnih sadržaja i time budu konkurenti čime i javni servisi imaju udio profita od marketinga. Ovakav način korištenja medijskog sadržaja ima za posljedicu "zavođenje" publike tj. javnosti zabavom i reklamama bez obzira na to što su u njihovom primarnom interesu još uvijek informativni i politički sadržaji. Dakle, pored manjka informative a obilja komercijalnih sadržaja, tu su još uvijek prisutni i problemi finansiranja (neplaćanje RTV takse), neobjektivnog izvještavanja, konkurenkcije na tržištu, regulisanja. Ipak, činjenica je da je pojava interneta najveća prepreka za televizijsku difuziju. Društvene mreže, portali i novi načini za komuniciranje, čije mogućnosti iz dana u dan prevazilaze televizijske, stavljuju pred televiziju težak izazov na koji ona nastoji što uspješnije da odgovori. Drugim riječima, vodi se jedan pravi "multimedijalni rat".

Najznačajniji planovi za razvoj i djelovanje televizijskog spektra u budućnosti, kako navodi Praskač-Salčin na osnovu istraživanja u okviru doktorske disertacije korištene i spomenute i u drugim segmentima ovog istraživanja, u većinskom dijelu odnosi se na: pokrivanje cjelokupne teritorije BiH, poboljšanje kadrovske strukture, poboljšanje tehnoloških baza televizijske platforme, digitalizacija, jačanje saradnje sa lokalnim televizijskim stanicama, povećanje programa iz vlastite produkcije, povećanje otkupljenih programskih sadržaja, filmskih i serijskih sadržaja i borba protiv sveopće komercijalizacije u televizijskoj djelatnosti.

III EMPIRIJSKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

1. Komparativna analiza javnog servisa i komercijalnih televizija u BiH

Prilikom analize aktuelnog komunikacijskog okvira u kojem djeluje televizija odnosno elektronski mediji u Bosni i Hercegovini, razlikujemo komercijalni pristup po kojem djeluju privatni mediji s jedne i odgovornost prema društvu kao prioritet kojem teži javni servis, s druge strane. Javni RTV servis BiH je medijska forma u čijoj organizacijskoj strukturi djeluju tri javna servisa: Javni RTV servis BiH (BHRT), Javni RTV servis Federacije Bosne i Hercegovine (RTV FBIH) i Javni RTV servis Republike Srpske (RTRS).⁸¹ Javni RTV servisi dužni su osigurati raznovrstan i izbalansiran radijski i televizijski program, koji ispunjava visoke etičke standarde i standarde kvaliteta, poštivanja ljudskog života, dostojanstva i fizičkog integriteta ličnosti, te promoviranja demokratskih sloboda, društvene pravde i međunarodnog razumijevanja i mira.⁸² Javni servis, kao medijski model, ima za zadatak objedinjavanje i zadovoljavanje informativnih, edukacijskih i zabavnih potreba publike na prostoru cijele zemlje. Postavljen je kao oponirajući model komercijalnim medijima, kako navodi Mehmedović⁸², koji su podložniji vanjskim utjecajima (političkim, vjerskim, nacionalnim i sl.). Liberalizacijom medijskog tržišta dolazi do porasta privatnih medijskih kuća, koje u bh. medijskom okruženju obiluju danas, kako domaće tako i regionalne. Komercijalni mediji, vodeći se logikom globalnih medija, nastoje istraživati medijsko tržište (gledanost) i u skladu s tim kreirati sadržaje koji su komercijalno isplativi. Privatni mediji, kao komercijalna preduzeća, imaju profit kao primarni cilj ali i dužnost za objektivnim i istinitim informisanjem, uz poštovanje ljudskih prava odnosno da bi im program u skladu s tim bio kvalitetan i raznovrstan. Da li je to i u praksi zaista tako, bit će provjerovalo analizom organizacionih i programske karakteristika BHT1 koji djeluje pod okriljem Javnog RTV servisa BiH i komercijalne televizije Hayat.

1.1 Organizacione i programske karakteristike BHT1

BHT1, kao televizijski kanal, djeluje u okviru bosanskohercegovačke radio-televizije (BHRT) kao javni servis. Sa sjedištem u RTV domu u Sarajevu, emituje program svakodnevno

⁸¹ Irena Praskač-Salčin, *Savremena pitanja medija - Javni RTV sistem Bosne i Hercegovine u globalizacijskim tokovima u zborniku radova Vjerodostojnost medija – izazovi globalizacije i specifičnosti regiona* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka Institut za društvena istraživanja, 2012), str. 87

⁸² Prema Mirza Mehmedović, *Politički utjecaj na javne servise u BiH* u zborniku radova *Vjerodostojnost medija – izazovi globalizacije i specifičnosti regiona* (Sarajevo: Fakultet političkih nauka Institut za društvena istraživanja, 2012), str.280

kombinacijom tri službena jezika BiH i na dva pisma naizmjenično, latinica i cirilica. "Na samostalnoj frekvenciji, BHT1 sa cijelodnevnim programom emituje se od ljeta 2004. godine."⁸³ Članom 7. Zakona o javnom radio-televizijskom sistemu⁸⁴, u djelatnosti BHRT-a između ostalog spada naručivanje, pripremanje, proizvodnja, prenos i emitovanje vlastitih radijskih i televizijskih programa i multimedijalnih sadržaja, organizacija kulturnih, muzičkih i drugih događaja kao i istraživanje javnog mnijenja, marketinške usluge i usluge oglašavanja kao i pružanje usluga teleteksta. Članom 20. djelatnost BHRT-a finansira se putem, primarno RTV takse i marketinga a može da ostvaruje prihode iz vlastite djelatnosti, uključujući komercijalizaciju autorskih i srodnih prava, proizvodnju i prodaju audio-vizuelnih djela, pružanje usluga teleteksta i drugih servisa. Članom 9. istog zakona, BHRT je ovlašten da prenosi programe putem zemaljskih mreža, satelita, kablovskim ili bilo kojim drugim tehničkim sredstvima. Zemaljskim signalom pokriveno je više od 90% teritorije Bosne i Hercegovine.

Slika 5. Logo BHT1



Izvor: Online platforma BHRT- <https://bhrt.ba/>

"Regulativna platforma za online komunikaciju između javnih servisa i njihove publike, u formi distribucije programa javnostima preko interneta, definirana je statutima članica JSBiH (Statut BHRT, Statut RTVFBiH 2007., Statut JP RTRS 2011.), dok je unapređenje kulture javnog dijaloga određeno kao njihova zakonska obaveza. Analiza tehničkih potencijala

⁸³ <https://bhrt.ba/> (4.2.2021)

⁸⁴ Dostupno na <https://bhrt.ba/wp-content/uploads/2019/10/Zakon-o-javnom-RTV-sistemu-BiH.pdf>

dijaloške komunikacije posredstvom interneta pokazala je da su portali JSBiH dizajnirani tako da budu jednostavni za upotrebu, imaju jednostavan izgled a početne se stranice brzo otvaraju, što je relevantno za uspostavu online komunikacije i prvu fazu izgradnje odnosa s ciljnim javnostima.⁸⁵ Online platforma dostupna je na <https://bhrt.ba/bht1/>.

Programom bi trebalo, kako im nalaže misija, da promoviraju ljudska prava i demokratske slobode, društvenu pravdu, toleranciju i razumijevanje među pripadnicima zajednice. U programima BHRT-a trebali bi biti zastupljeni informativni, obrazovni, dokumentarni, kulturni, religijski, zabavni, sportski, dječiji sadržaji i specijalni projekti. U cilju provjeravanja da li je to u praksi tako, u analizu je uzeta programska šema u toku jednog radnog dana (22.3.2021, ponedjeljak) i u toku vikenda (27.3.2021, subota).

Slika 6. Pregled programa BHT1 (22.3.2021., ponedjeljak)

01:10	Kraj programa	12:30	Slatka osveta	19:35	Vremenska prognoza i stanje na pl
07:00	Vijesti	13:25	BH gastro kutak	19:40	Novi mediji: No comment
07:15	Novi mediji: No comment	14:00	Vijesti	19:45	In Medias Res
07:25	Makroregije	14:15	Dimenzija više	20:45	The First
07:30	Jutro za sve	14:45	Terminal 26	21:35	Inbox
10:00	Vijesti	15:00	Domaća zadaća	21:50	Put svile
10:15	Voz dinosaure	16:00	BHT 1 uživo	22:45	Dnevnik 3
10:45	Latif i Mravko Travko	17:50	Slatka osveta	23:10	Vremenska prognoza i stanje na pl
10:50	Latif i Mravko Travko	18:50	Trend	23:15	'Alo 'Alo
10:55	Domaća zadaća	19:00	Dnevnik 2	23:45	In Medias Res
12:00	Dnevnik 1	19:30	BHT sport		
12:25	Vremenska prognoza i stanje na pl				

Izvor: Online platforma BHRT - <https://bhrt.ba/>

Dakle, iz predočenog pregleda programa u toku jednog radnog dana u sedmici, uočljiva je dominacija informativnog programa, što iz BHRT navode kao najvažniji segment. Dnevne informativne emisije fiksirane su u programskoj šemi u stalnim terminima (jutarnje i dnevne vijesti, Jutro za sve, Dnevnik 1, 2 i 3). U sklopu informativnih emisija emituju se i sportske aktuelnosti, vremenska prognoza i stanje na putevima. U ranim jutarnjim časovima, zabilježen

⁸⁵ Asim Šahinpašić. "Javni radio-televizijski sistem u Bosni i Hercegovini: online komunikacija, sadržaj i participacija." Medijska istraživanja 19, br. 1 (2013), str.116 <https://hrcak.srce.hr/105682>

je udio dječijeg programa. Istiće se emisija Domaća zadaća (edukativni program) koja se emituje od početka pandemije korona virusa sa gradivom za učenike nižih razreda osnovnih škola. Prate nastavni plan i program iz fizike, matematike, biologije, hemije i geografije. Na programu je i dijaloška emisija In Medias Res, informatički magazin Terminal 26 i Dimenzija više, program iz oblasti kulture. Istiće se i prisustvo stranih dokumentarnih programa, "Put svile" i "Makroregije". Prisutan je i udio zabavnog programa (kulinarski show BH gastro kutak, magazin Inbox, nekoliko stranih serija).

Slika 7. Pregled programa BHT1 (27.3.2021., subota)

01:10	Kraj programa	12:30	Slatka osveta	19:35	Vremenska prognoza i stanje na pt
07:00	Vijesti	13:25	BH gastro kutak	19:40	Novi mediji: No comment
07:15	Novi mediji: No comment	14:00	Vijesti	19:45	In Medias Res
07:25	Makroregije	14:15	Dimenzija više	20:45	The First
07:30	Jutro za sve	14:45	Terminal 26	21:35	Inbox
10:00	Vijesti	15:00	Domaća zadaća	21:50	Put svile
10:15	Voz dinosaure	16:00	BHT 1 uživo	22:45	Dnevnik 3
10:45	Latif i Mravko Travko	17:50	Slatka osveta	23:10	Vremenska prognoza i stanje na pt
10:50	Latif i Mravko Travko	18:50	Trend	23:15	'Alo 'Alo
10:55	Domaća zadaća	19:00	Dnevnik 2	23:45	In Medias Res
12:00	Dnevnik 1	19:30	BHT sport		
12:25	Vremenska prognoza i stanje na pt				

Izvor: Online platforma BHRT - <https://bhrt.ba/>

Što se tiče programa za dane vikenda, nisu uočljive značajnije razlike. I dalje je dominantan udio informativnih emisija. Emisije se dokumentarni i kulturni program. Povećan je jedino broj zabavnih sadržaja, naročito serija i filmova u večernjim satima. Zanimljiv projekat je emisija Govor tišine, koja je namijenjena osobama oštećenog sluha, koje u komuniciranju između sebe i s okolinom koriste znakovni jezik. Stoga se emisija snima s tumačem znakovnog jezika i jednom sedmično emituje pregled najvažnijih izvještaja, repotraža i tema objavljenih tokom proteklih sedam dana. Uočljiv je jedino manjak religijskih sadržaja. Specijalizirani programi se spremaju i emituju regularno u skladu s dešavanjima u zemlji i svijetu.

Analizom programske karakteristika BHT1 uočljivo je kako, uistinu, funkcioniše prema zakonski propisanim obavezama. U okviru programske šeme, radnim danima i danima vikenda, publici su obezbjeđeni informativni, edukativni i zabavni sadržaji, u procentu sadržaja

iz domaće i vanjske produkcije koji su zakonom i propisani. Od istaknutijih sankcija, koje su ranije propisane i zabilježene od strane RAK-a, 2006. godine BHT1 je zbog kršenja odredbi Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u izbornom periodu, naloženo da plati novčanu kaznu u iznosu od 2.000 KM jer je bila dužna osigurati pokrivanje prijevremenih izbora za općinskog načelnika u općinama Gornji Vakuf/Uskoplje, Bijeljina i Grude, što nije učinila.⁸⁶ 2012. godine RAK je izrekao novčanu kaznu u iznosu od 25.000 KM Televiziji Bosne i Hercegovine jer je tokom prenosa fudbalskih utakmica reprezentacije BiH protiv Potugala i Francuske, u donjem dijelu ekrana emitovala oglasne poruke, od kojih su neke previše zauzimale ekran što je znatno umanjilo mogućnost praćenja toka utakmice.⁸⁷

Novo doba donosi i nove izazove za tradicionalne medije. Kao prvo, konkurenca u vidu komercijalnih stanica od kojih su mnoge već izdvojile kao vodeće, koje ispitivajući interes publike kreiraju primamljive sadržaje čime privlače pažnju iste. S druge strane, problem finansijske prirode dodatno otežava napredak javnog servisa u tehnološkom smislu što je prepreka kako za kreiranje kvalitetnijeg programa tako i ograničavanje otkupljivanja TV prava za događaje koji bi se trebali prenositi. "Iako je zakonom uređeno da se prihodi javnih televizija, RTV taksa i marketing koji se dijele po formuli polovina ide BHRT-u, a drugu polovinu dijele RTRS i RTV FBiH, zato što BHRT ima međunarodne obaveze, članarine u Evroviziji i drugim međunarodnim asocijacijama, obavezu prenosa međunarodnih takmičenja (olimpijade, svjetska prvenstva, nastupi državne reprezentacije itd.), pokrivanje signalom cijele BiH i održavanje tehnike i logistike, prihod od marketinga nikad se nije dijelio, i na tom pitanju je u startu prekršen zakon. Federalna TV je dobila podršku entitetskog parlamenta da zadrži prihod od marketinga isključivo za sebe. Prihod koji su naplaćivali dominantni telekomi usmjerava se na zajednički račun i taj se prihod dijeli po zakonu. Međutim, sve ove godine prihodi inkaso službi, Federalne TV i RTRS, zadržavaju se za sebe."⁸⁸ Samo u 2020. godini BHRT je uskraćena za više desetina miliona KM. Najveći dužnik po osnovu neuplaćivanja prihoda od RTV takse prema BHRT-u je RTRS, a ukupni dug premašuje 52 miliona KM. Primjena Zakona omogućila bi BHRT-u ne samo poslovanje bez gubitaka, već i razvoj, te

⁸⁶ Podaci na <https://www.klix.ba/vijesti/bih/rak-obn-kaznjen-sa-6-000-ftv-sa-5-000-i-bht-1-sa-2-000-km/060116015> (20.4.2021)

⁸⁷ Podaci na <https://www.klix.ba/vijesti/bih/bht1-kaznjena-sa-25-000-km-zbog-reklama-tokom-utakmica/120621103> (20.4.2021)

⁸⁸ <https://www.media.ba/bs/mediametar/javni-rtv-sistem-u-bih-korak-do-kolapsa> (2.4.2021)

unapređenje programa i tehničkih prepostavki koje će omogućiti veći domet signala i kvalitetniji zvuk i sliku.⁸⁹

1.1.1 Analiza intervju - Alen Arnautović, novinar (BHT1)

Većina stručnjaka slaže se kako je, upravo, prilagođavanje tržišnim vrijednostima globalnih medija, u novom društvenom poretku, najrealniji scenario za budućnost i napredak javnog servisa. O navedenoj problematici, djelovanju BHT1 iz ugla zaposlenika i položaju televizije kao medija u postojećim medijskim i društvenim okolnostima, obavljen je razgovor s Alenom Arnautovićem. Arnautović je dio ekipe BHT1 već tri godine i trenutno je zaposlen kao novinar u Redakciji muzičkog i revijalnog programa BHT, u magazinu Inbox. Povremeno radi i kao prezenter u studiju na drugim programske sadržajima a pored toga angažovan je i u još nekim programske segmentima BHT1, kao narator u Odjelu zaduženom za promociju programa i Redakciji stranog programa gdje radi na sinhronizaciji stranih dokumentarnih filmova. Intervju se nalazi u poglavlju Prilozi.

Kada je riječ o tehničkim uslovima za rad, Arnautović ističe kako posljednjih nekoliko godina BHT1 polako, ali sigurno radi na njihovom unapređenju prateći dostignuća savremene tehnologije za rad u smislu TV produkcije, a isto tako radi se i na adaptaciji prostora. Uvođenjem Cinegy Sistema 2017. godine, jedinstvenom, posebno kreiranom programu za BHT1, omogućeno je svim korisnicima mreže da pomoću svoje šifre pristupe centralnoj online bazi u koju se unosi materijal snimljen na terenu, koji se u istoj obrađuje, montira, urednički i lektorski kontroliše i po potrebi dorađuje, a onda u konačnici i emituje od strane tehničkog osoblja čime je proces proizvodnje i rad uposlenika znatno olakšan. Time se štedi na vremenu, prostoru i broju tehničkih uređaja neophodnih za proizvodnju programa.

S obzirom na to da spada u generaciju mlađih novinara, istakao je kako su uslovi za rad koje osigurava BHT1 kao javni servis zadovoljavajući i objašnjava:

'Mislim da BHT1 svojim zaposlenicima osigurava uslove rada u skladu sa postulatima na kojima i počiva javni servis. Olakšan je rad zaposlenicima BHT1, a mi mlađe generacije zbog toga smo na neki način i u podređenom položaju u odnosu na naše mentore, koji su se susretali s brojnim peripetijama vezanim za tehničke uređaje, naročito u poslijeratnom periodu, jer sve do uvođenja pomenutog sistema, zaposlenici BHT1 imali su ogromne probleme s radom na

⁸⁹ Više na <https://www.klix.ba/vijesti/bih/bhrt-zabiljezio-veci-od-cetiri-miliona-maraka-najvise-im-duzan-rtrs/210226096> (2.4.2021)

zastarjeloj opremi, što im otežavalо svakodnevni rad. Problema s plaćama od 2018. godine nema, tako da se može govoriti o boljem položaju zaposlenika u odnosu na raniji period. ''

Kada je riječ o programu koji se kreira i emituje, Arnautović smatra kako BHT1 u skladu s finansijskim i tehničkim mogućnostima ispunjava zadaću javnog servisa.

''Kada uzmete sedmični raspored programa vidjet ćete brojne sadržaje koji se na sedmičnoj bazi proizvode unutar BHT-a, a koje druge televizije, pa čak ni druga dva entitetska javna emitera u svojim programskim šemama nemaju. Razlog za to je vrlo jednostavan. To su slabije gledani programi, a samim tim i neisplativi, jer ne donose željene prihode od marketinga koji bi se mogao emitovati u toku trajanja tih emisija. Istina, emisije BHRT-a i nisu toliko atraktivne, s obzirom na nedovoljne finansijske mogućnosti. Različiti vizuelno – tehnički efekti, koji bi se najviše koristili u studijima, vjerovatno bi privukli veću pažnju publike, ali naš za razliku od javnih servisa razvijenih zemalja to sebi iz finansijskih razloga ne može priuštiti. Sve u svemu, kada uzmete stručnu literaturu u kojoj je obrađivan evropski model javnog servisa, vidjet ćete da BHT1 u dobroj mjeri zadovoljava ono što se u teoriji navodi. Kroz Informativnu, Sportsku, Muzičko – revijalnu, Kulturno – obrazovnu, Dokumentarno – savremenu, Dječiju i omladinsku i Stranu redakciju, te Web i nove medije, BHT1 na sedmičnoj osnovi, građanima ove zemlje isporučuje informativne, edukativne i zabavne sadržaje. ''

Ipak, činjenica je kako se javni servis iz dana u dan sve više suočava s problemima (digitalizacija, finansiranje, konkurencija i sl.). S obzirom na navedene izazove, Arnautović je iznio i svoje prognoze kada je u pitanju budućnost javnog servisa:

''Javni servis ne samo u BiH nego i šire zasigurno neće nestati. Najrealniji scenario je da se javni servisi, a naravno i BHRT moraju prilagoditi novom dobu. Dakle ne spuštati kriterije, nego ih pooštravati. Javni servis u budućnosti treba da proizvodi visokokvalitetne na prvom mjestu edukativne i zabavne sadržaje kao alternativa onim jeftino proizvedenim, koji komercijalnim medijima donose veliki profit od marketinga. Kada je u pitanju informativna uloga, javni servisi nikada ne smiju niti u jednoj priči izostaviti građane. Oni im jednostavno moraju biti u fokusu svake priče, nakon čega dolaze svi ostali akteri koji se u takvim informativnim sadržajima, trebaju spominjati isključivo zbog uticaja njihovog rada na građane. Javni RTV servisi će i dalje zauzimati mjesto na medijskom nebu, a koliko će tamo jako sijati je manje važno. Bitno je da se proizvode kvalitetni sadržaji, i da javnost koja osjeti potrebu za takvim sadržajima zna na daljinskom upravljaču ili web stranici javnog servisa na prvu pronaći javni servis kao mjesto za takve sadržaje. Građani nikada ne smiju zaboraviti da

je javni servis osnovan od strane javnosti, da se finansira od strane javnosti i da ta ista javnost ima pravo na kontrolu tog javnog servisa, kao uostalom i za svaku drugu uslugu.”

U konačnici, Arnautović se osvrnuo i na tačku polaznicu ovog istraživanja. On smatra kako televizija već dugo nije dominantan medij kada je u pitanju mlađa populacija i populacija srednje dobi, oni su okrenuti društvenim mrežama i podložni senzacionalističkim naslovima. Kada je riječ o “rješenju” i promjeni ovakvih korisničkih navika, Arnautović smatra kako bi, prvenstveno, TV novinari trebali pomoći publici da se snađu u mnoštvu dnevnih informacija koje iz minute u minutu plasiraju elektronski mediji i korisnici društvenih mreža. Prema njegovom mišljenju, trebalo bi da se ubuduće poradi na tzv. smisaonom novinarstvu koje će pomoći publici da se od mnoštva primljenih informacija napravi red a da data informacija bude iskomunicirana tako da gledatelju na prvu bude i shvatljiva. Dodaje i kako su to sve izazovi pred kojima se danas nalaze medijski profesionalci.

1.2 Organizacione i programske karakteristike Hayat TV

NTV Hayat (Hayat TV danas), prva komercijalna bosanskohercegovačka TV stanica, osnovana je 1991. godine. Prvi programski sadržaj emitovan je 24. februara 1992. godine. Uvidjevši kako je objektivnost upitna, televizija Hayat osnovana je s ciljem da bude alternativni izvor informacija u ratnom periodu, kako ističe njen direktor Elvir Švrakić. Uz iznajmljeni termin 60 minuta na TV Dobre vibracije, s dvije kamere, bez montaže i grafičke obrade, kreće s emitovanjem sadržaja uglavnom informativne namjene i malo zabavnog programa. Tokom rata, uređivačka politika TV Hayat bila na strani naroda koji je napadnut, ali i svih Bosanaca i Hercegovaca koji su trpjeli strahote od tadašnje Jugoslovenske narodne armije.⁹⁰

Neprekidnim radom čak i u izuzetno otežanim uslovima, razvija svoje programske i ljudske kapacitete i nastoji da postavlja profesionalne standardne u medijskom prostoru. Hayat TV danas je kompanija sa 250 uposlenih sa sjedištem u Wog centru u Vogošći. Svoje ciljeve nastoji da postigne proizvodnjom vlastite domaće produkcije, koja prateći najveće tehnološke napretke producira vlastiti program za 5 različitih kanala, koje emituju širom svijeta i to: Hayat HD, Hayat PLUS, Hayat MUSIC, Hayat FOLK i prvi dječiji bh. kanal – Hayatovci. Svi kanali emituju se 24/7, s udjelom od 7 do 9 sati vlastite produkcije. Putem kablovnih i IPTV operatera, Hayat TV može se pratiti u: USA, AUS, Švedskoj, Danskoj, Njemačkoj, Austriji, Švicarskoj, Sloveniji, Hrvatskoj, Crnoj Gori, Srbiji, Makedoniji i Turskoj. Pružaju tehničku

⁹⁰ Opširnije na <http://www.inreformator.ba/?p=35007> (4.2.2021)

HD podršku svjetskim i regionalnim TV stanicama kao što su: Al Jazeera, CNN, APTN, Reuters, TRT, HRT, Nova TV i druge.⁹¹

Slika 8. Logo Hayat TV



Izvor: Online platforma Hayat TV - <https://hayat.ba/>

“Strategija kompanije danas je i digitalna platforma – sinergija televizije i interneta. Stoga Hayat TV u svojoj digitalnoj grupi okuplja portal, društvene mreže i aplikacije za mobilne i tablet uređaje, te WEB TV.”⁹² Kroz aplikacije moguće je koristiti servis GLEDAJ HAYAT (web tv) i videoteku HAYAT PLAY (s-vod). Online platforma dostupna je na <https://hayat.ba/>.

“Pripada grupi televizijskih kuća opšteg programskog opredjeljenja, koje su orijentisane ka širem auditoriju, što se odražava u programima informativnog, zabavnog, muzičkog, sportskog, dokumentarnog, dječijeg, vjerskog i kulturnog karaktera. Program se emituje u HD rezoluciji. HAYAT PLUS, TV kanal iz Hayatove porodice kanala, emituje program od 2002. godine i namijenjen je dijaspori. Emituju najznačajnije emisije iz produkcije Hayat TV-a i to u terminu prilagođenom ljudima u drugim vremenskim zonama, program Glasa Amerike (VOA) na jezicima naroda u BiH, sarađuju s lokalnim tv-stanicama emitujući njihove sedmične hronike, reportaže o životu ljudi u Australiji, Sjedinjenim državama i Evropi, pregled Nogometne lige Federacije BiH. HAYAT MUSIC prvi je muzički kanal iz ove skupine i emituje se od 2011. godine. HAYAT FOLK je drugi muzički kanal specijalizovan za narodnu muziku i sevdah. HAYATOVCI je kanal namijenjen djeci uzrasta do 14 godina. Program se emituje od maja 2014. godine. Programska sadržaj čine crtani filmovi i edukativni sadržaji. Program je koncipiran prema uzrastu djece.”⁹³ U cilju provjeravanja da li je to u praksi tako,

⁹¹ Opširnije na <https://hayat.ba/> (4.2.2021)

⁹² <https://hayat.ba/> (2.4.2021)

⁹³ <https://hayat.ba/> (2.4.2021)

u analizu je uzeta programska šema u toku jednog radnog dana (22.3.2021., ponedjeljak) i u toku vikenda (27.3.2021., subota).

Slika 9. Pregled programa Hayat TV (22.3.2021., ponedjeljak)

00:25	Vijesti u 7	14:45	Bionatural	19:59	Zabranjeno voće
01:05	387 playlista	14:50	TV Izlog	20:30	Horizonti
06:20	Ertugrul	15:05	Vijesti - 5 min	20:51	Gorka zemlja
06:58	Dobar dan BiH	15:10	387 playlista	21:48	Moj dom moja sudsina
07:54	Slatki recept by Dolcela	15:35	Sultani srca	22:39	Ertugrul
08:39	Mala kuhinja	16:10	Žena	23:23	Zimska kuhinja
08:44	TV Izlog	16:59	Dobar dan BiH		
08:59	TV izlog: Labeffective	18:00	Zimska kuhinja		
09:06	Bionatural	18:52	Vijesti u 7		
09:12	Nedjeljom popodne	19:37	Vremenska prognoza		
11:03	Bionatural	19:42	Biometeorološka prognoza		
11:18	Moj put	19:44	Sport		
11:42	TV Izlog	19:55	Stanje na putevima		

Izvor: Online platforma Hayat TV - <https://hayat.ba/>

Iz predočenog pregleda programa u toku jednog radnog dana, vidljiva je dominacija reklamnih sadržaja (TV izlog - teletrgovina, Bionatural). Informativni sadržaji dostupni su u 3 termina a njihova centralna informativna emisija su Vijesti u 7. Uz iste se emitiraju i sportske aktuelnosti, vremenska i biometeorološka prognoza. Izdvaja se još i emisija Dobar dan BiH koja je posvećena događajima i aktuelnostima u BiH. Uglavnom se oslanjaju na domaću produkciju a u skladu s tim uočljiva je značajna zastupljenost takvih zabavnih sadržaja (Slatki recept by Dolcela, Zimska kuhinja). Pored toga, proizvode i popularan program koji bilježi visoku gledanost (Slučajevi X, Ispuni mi želju, Život je lijep). Emituju se i popularne turske serije. Značajno je spomenuti još i kako u skladu s dešavanjima i značajnim datumima u BiH, organizuju cjelodnevne programe posvećene istima po čemu se i ističu u bh. medijskom prostoru.

Slika 10. Pregled programa Hayat TV (27.3.2021., subota)

00:35	Vijesti u 7	15:10	Vijesti - 5 min	19:52	Horizonti
07:10	Ertugrul	15:15	Muzika naroda	20:00	Hayat Production Show
08:00	Zimska kuhinja	16:15	Hronika općine Novi Grad	21:00	Pepeljugin praznik
08:55	Zimska kuhinja	16:45	Minute zdravlja	22:40	Ertugrul
09:40	Mala kuhinja	17:00	Ispuni mi želju	23:30	Ertugrul
09:45	TV Izlog vikend	18:00	Mjesto povratka		
10:00	TV izlog: Labeffective	18:53	Vijesti u 7		
10:10	Bionatural	19:31	Vremenska prognoza		
10:25	Zabranjeno voće	19:35	Biometeorološka prognoza		
11:15	Zabranjeno voće	19:37	Sport		
12:05	Zabranjeno voće	19:48	Stanje na putevima		

Izvor: Online platforma Hayat TV - <https://hayat.ba/>

Što se tiče programa koji se emituje vikendom, nema nekih značajnijih promjena nego u odnosu na radne dane. Zastupljen je dio informativnog sadržaja i više emisija zabavnog i muzičkog sadržaja (Hayat production show, Muzika naroda). Vikend je rezervisan i za filmske i serijske sadržaje.

Hayat TV je dobitnik nagrade “CNN World Report” za najbolji prilog u 2002. godini, u kategoriji “Special Events”. Iz Hayata navode kako su njihovi poslovni partneri najjači privredni subjekti u BiH i šire. Ističu kako je Hayat TV društveno odgovorna kompanija, a dokaz tome su mnogobrojne humanitarne akcije i projekti koje su pokrenuli kao što su “Dobri ljudi” a tu je i emisija “Ispuni mi želju.”⁹⁴

Analizom organizacionih i programske karakteristika Hayat TV-a, uočljivo je kako pokazuje društvenu odgovornost i uspješno zadovoljava potrebe javnosti za svim sadržajima o čemu svjedoče i podaci o gledanosti gdje zauzimaju mjesto u vrhu najgledanijih televizija u BiH. Od istaknutijih sankcija, koje su ranije propisane i zabilježene od strane RAK-a, 2017. godine

⁹⁴ Podaci na <https://hayat.ba/> (2.4.2021)

Hayat TV-u izrečena je novčana kazna u iznosu od 8.000 KM zbog prekoračenja dozvoljenog limita u trajanju oglašavanja.⁹⁵

1.2.1 Analiza intervjuia – Elma Odobašić, novinarka (Hayat TV)

O tome kakva je situacija sa unutrašnje strane, da li jedna komercijalna televizija može djelovati objektivno i nezavisno i kakva je pozicija televizije danas općenito, za potrebe istraživanja obavljen je razgovor s Elmom Odobašić. Odobašić je dio ekipe Hayat TV-a osam godina. Na Hayat TV dolazi kao studentica kako bi obavila praksu a zahvaljujući radu i zalaganju, koje nadležni ove televizije uspješno prepoznaju, u septembru 2016. godine dobiva poziciju prezenterke "Vijesti u 7". Na toj funkciji ostaje do septembra 2019. a trenutno je zaposlena kao prezenterka i novinarka u emisiji Dobar dan BiH. Intervju se nalazi u poglavlju Prilozi.

Kada je riječ o uslovima za rad koje osigurava jedna privatna komercijalna televizija kao što je Hayat TV i položaju uposlenika, Odobašić navodi kako ima pozitivna iskustva. Prvenstveno, ističe mogućnost obavljanja spomenute plaćene prakse i učenja od iskusnih novinara što, iz njenog iskustva, može dovesti i do dobijanja zaposlenja. Navodi i kako su primanja redovna i dobra, a svaki trud i napredak se nagrađuju što vrijedi za sve uposlenike, kako one ispred kamere, tako i one iza kamere. S druge strane, vrlo često se vodi polemika oko objektivnosti komercijalnih televizija s obzirom na komercijalni interes, prije svega, i sponzorstva. U skladu s tim, Odobašić smatra kako komercijalne televizije mogu djelovati nezavisno s ciljem osiguravanja objektivne i nepristrasne informacije koja je u interesu javnosti i pružati kvalitetne edukativne i zabavne sadržaje.

Kada je riječ o programu koji komercijalne televizije kreiraju i emituju s jedne i konkurentskeih sadržaja i noviteta s druge strane, Odobašić kaže:

“Televizija na kojoj radim proizvodi najviše domaćeg programa od svih televizija u Bosni i Hercegovini, što je naravno teži put, pogotovo za jednu komercijalnu televiziju, ali upravo taj put Hayat je doveo na mjesto gdje se danas nalazi, na mjesto najjačeg bosanskohercegovačkog TV brenda koji emituje šest kanala i koji je ove godine proslavio punih 29 godina postojanja. Mislim da zadovoljavamo potrebe gledalaca, kako u Bosni i Hercegovini, tako i u regiji i svijetu, jer Hayat je dostupan i putem satelita. Hayat je društveno odgovorna kompanija, a to najbolje pokazujemo i kroz emisiju “Ispuni mi želju” gdje smo zahvaljujući donacijama, kako

⁹⁵ Podaci na <https://rak.ba/bs-Latn-BA/news/544> (20.4.2021)

naših ljudi iz BiH, tako i onih koji žive van BiH, u prilici pomoći svim sugrađanima kojima je pomoć potrebna. Držimo do tradicije, do države Bosne i Hercegovine, do običaja, što pokazujemo i obilježavanjem praznika, kako državnih, tako i vjerskih, kroz naš Informativni i Zabavni program. Da pratimo novitete na tržištu, dokaz je i naša digitalna platforma, portal Hayat.ba, gdje smo dodatno zaposlili ljude i u veoma kratkom roku našli se među prva tri najčitanija portala u Bosni i Hercegovini. ''

U konačnici, i Odobašić se osvrnula na tačku polaznicu ovog istraživanja kada je riječ o ulozi i značaju televizije u odnosu na nove platforme za komuniciranje:

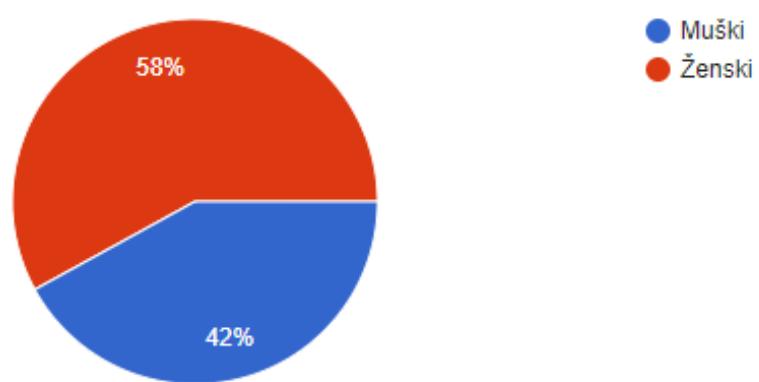
''Mislim da digitalne platforme neće nikada moći preuzeti televiziju, ostale medije, poput onih printanih, definitivno uveliko preuzimaju ali televizija će uvijek ostati broj jedan. Dolaskom digitalnih platformi ali i razvojem tehnologije, imamo samo veću mogućnost za gledanje televizijskog sadržaja. Dakle, nismo ograničeni na to da televizijski sadržaj gledamo kod kuće ili u uredu već program možemo gledati dok sjedimo u parku ili se vozimo u javnom gradskom prijevozu, na tabletu, računaru, mobilnom telefonu... Televizija je medij budućnosti i igra veliku ulogu u demokratskom društvu te mislim da uvijek pronađe put do svojih korisnika, gledalaca i publike. ''

2. Interpretacija rezultata ankete

S ciljem stvaranja jasnije slike o tome da li su uloga i značaj televizije ostali nepromjenjeni u društvu odnosno da li je televizija još uvijek jedan od glavnih izbora javnosti kada su mediji u pitanju, provedeno je anketno ispitivanje. U anketiranju je učestvovalo 100 ispitanika/ca. Ispitanici su bili pripadnici svih društvenih grupa i kategorija. Istraživanje je provedeno na području cjelokupne teritorije Bosne i Hercegovine u toku marta 2021. godine.

1. Spol

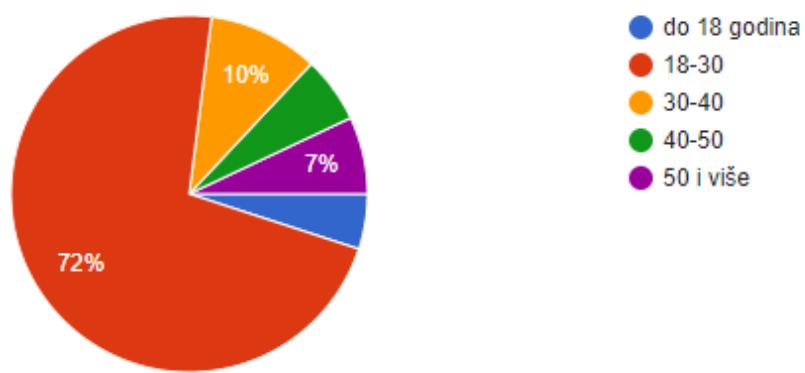
100 odgovora



Grafikon 1. Spolna struktura ispitanika

2. Dob

100 odgovora

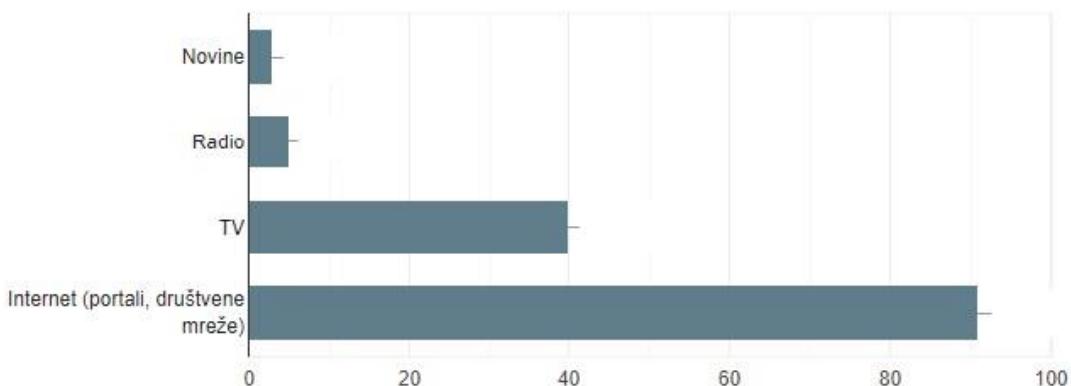


Grafikon 2. Dobna struktura ispitanika

U uzorku od 100 anketiranih, u ovom istraživanju učestvovalo je 58 osoba ženskog i 48 osoba muškog spola. Najveći procenat ispitanika (čak 72%) je u dobnoj skupini od 18 do 30 godina. Anketu je ispunilo 10 osoba u dobnoj skupini od 30 do 40 godina. Dalje, od 100 ispitanika 7 ih je u dobnoj skupini od 50 i više godina, 6 ispitanika od 40 do 50 godina i 5 ispitanika koji imaju do 18 godina.

3. Kako se najčešće informišete?

100 odgovora

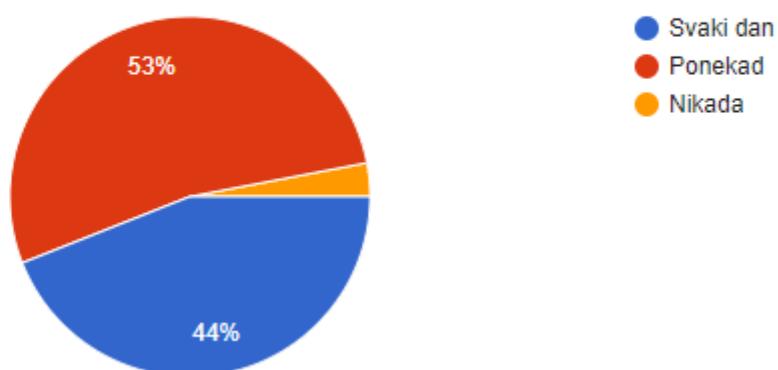


Grafikon 3. Načini informisanja

S obzirom na to da je anketa provedena online, očekivano je da će najveći broj odgovora na pitanje ‘*Kako se najčešće informišete?*’ biti Internet (portali i društvene mreže), čak 91. Odmah zatim slijedi televizija s 40 odgovora. Interesantno je kako je najčešća kombinacija odgovora, s obzirom na mogućnost višestrukog odabira, TV i Internet. Dalje, 5 ispitanika istaklo je kako se najčešće informiše putem radija a samo njih 3 koriste novine u tu svrhu. Ovo je ujedno i pokazatelj dominacije elektoronskih medija, a dostupnost i višestruke mogućnosti koje Internet nudi stavili su ga na prvo mjesto.

4. Koliko često gledate televiziju?

100 odgovora

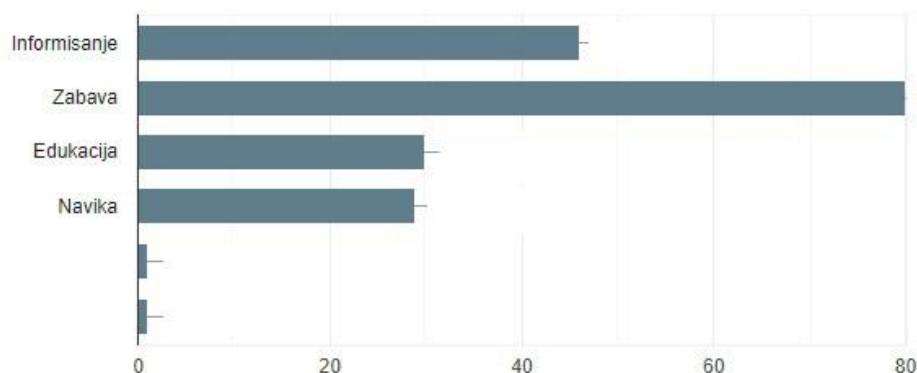


Grafikon 4. Gledanost televizije

Iz ovog grafikona vidljivo je kako je televizija gledan medij. Samo 3 ispitanika izjasnila su se kako televiziju ne gledaju nikada. 53 ispitanika, odnosno najveći broj, istaklo je kako televiziju gleda ponekad, dok 44 ispitanika gledaju televiziju i njene sadržaje svaki dan.

5. Koji su Vaši motivi za gledanje televizije?

100 odgovora

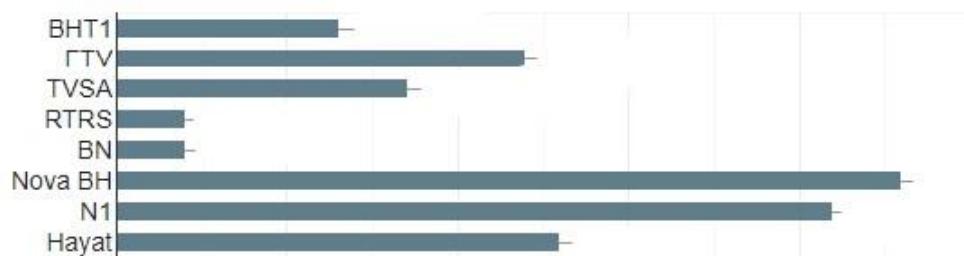


Grafikon 5. Motivi za gledanje televizije

Ono što je jedan od ključnih interesa prilikom ovog istraživanja su i motivi za gledanje televizije. Čak 80 ispitanika istaklo je kako poseže za televizijskim sadržajima u cilju zabave. Televizija služi kao izvor informisanja za 46 ispitanika. 30 njih je gleda u svrhe educiranja a 29 iz navike. Pitanje je bilo koncipirano na modelu višestrukih odgovora a najčešća kombinacija istih bila je da gledaju televiziju iz navike i kako bi se educirali i zabavili, informisali i zabavili i kombinacija sve tri navedena odgovora. Dokazano je kako publika, manje ili više, poseže za televizijom u cilju informisanja, edukacije i zabave.

6. Koje TV stanice najčešće gledate?

93 odgovora

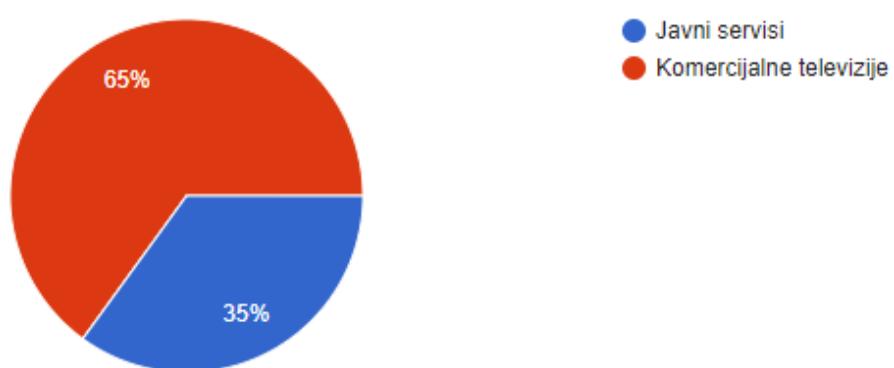


Grafikon 6. Najgledanije TV stanice

Iz predočenih rezultata ankete na pitanje "Koje TV stanice najčešće gledate?", uočljivo je kako je dominantna zastupljenost komercijalnih televizija. Od ponuđenih odgovora, najveći broj ispitanika istakao je kako prednost daju Novoj BH, čak 46 njih. Odmah zatim prati je N1 s 42 odabira i Hayat TV s 26. Što se tiče javnih servisa, jedino se istakla FTV dok BHT1 i RTRS bilježe, prema ovim podacima, nisku gledanost. Pitanje je bilo koncipirano na mogućnosti višestrukih odgovora i s opcijom Ostalo. Pored navedenih TV stanica, ispitanici su navodili kako od bh. televizijskih programa gledaju još i Face TV, Al Jazeera, Pink BH i neke lokalne televizije. Isticali su i kako prate i strane programe zbog filmskih i sportskih sadržaja, najčešći odgovori koji su zabilježeni su FOX, SportClub i ArenaSport.

7. Prema Vašem mišljenju, ko plasira kvalitetniji sadržaj?

100 odgovora



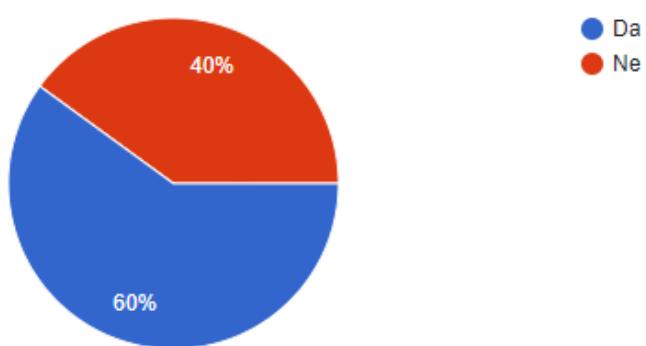
Grafikon 7. Kvalitetniji sadržaj - javni servisi ili komercijalne televizije?

Iz ovog i prethodnog anketnog pitanja uočljiva je dominacija komercijalnih televizija koje osim što su više gledane, prema mišljenju bh. javnosti plasiraju i kvalitetniji sadržaj. Čak 65%

ispitanika dijeli isto mišljenje čime je i potvrđena jedna od pomoćnih hipoteza, kako su komercijalne televizije preuzele primat nad Javnih RTV servisom u BiH.

8. Da li televizija u svom izvještavanju pridaje dovoljno pažnje bitnim temama za javnost?

100 odgovora

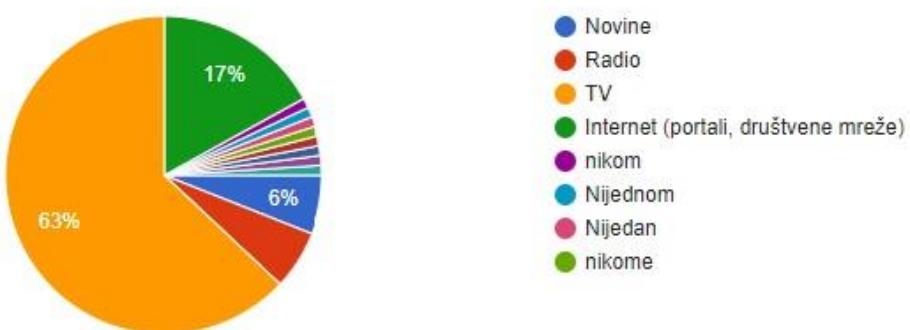


Grafikon 8. Zastupljenost aktuelnih događaja na TV-u

Procenat od 60% potvrđnih odgovora kad je u pitanja pravovremeno izvještavanje o temama koje su bitne za javnost govori u prilog činjenici kako televizija uspješno ispunjava tu funkciju prateći i plasirajući aktuelne događaje.

9. Kojem mediju najviše vjerujete kada su objektivnost i informisanje o bitnim temama u pitanju?

100 odgovora

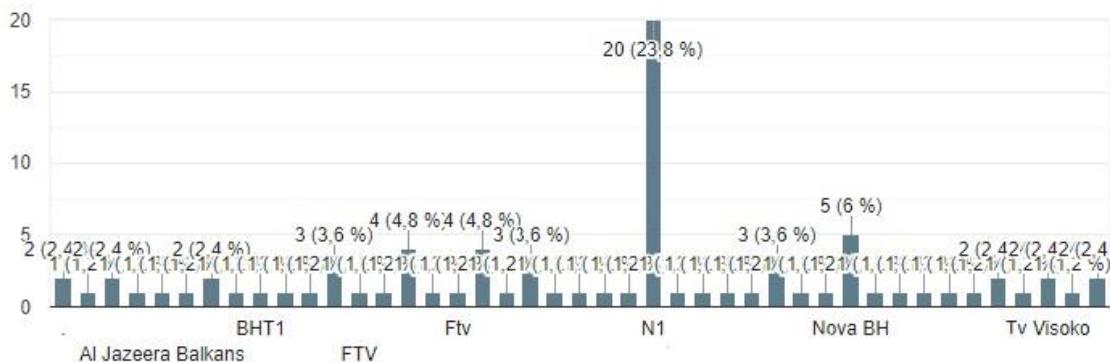


Grafikon 9. Povjerenje u medije

Još jedan podatak kojim je moguće potvrditi hipotezu kako je značaj televizije izuzetan su i stavovi javnosti na gore navedeno pitanje. 63 ispitanika istaklo je kako je, upravo, televizija najobjektivniji medij kada je informisanje u pitanju. Mali udio je onih koji su istakli da je to Internet(17%), novine(6%) i radio(6%). Nekolicina se izjasnila kako za njih nijedan medij nije dovoljno objektivan.

10. Prema Vašem mišljenju, koja je najpouzdanija TV stanica u BiH?

84 odgovora

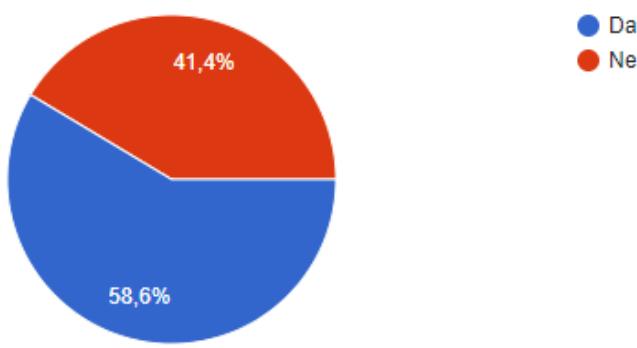


Grafikon 10. Najpouzdanije TV stanice u BiH

U ovom pitanju, ispitanici su imali mogućnost da se sami izjasne koja je to za njih najpouzdanija TV stanica u BiH. 22 ispitanika, što je najveći broj, slaže se kako je to televizija N1. 7 ispitanika smatra da je to Nova BH i 5 da je Hayat. Ostala mišljenja su uglavnom podijeljena. Interesantno je kako samo nekoliko ispitanika smatra kako su to javni servisi, uglavnom FTV.

11. Da li Vas je neki emitovani TV program potaknuo na promjenu mišljenja o aktualnim društvenim temama? (migracije, COVID-19...)

99 odgovora

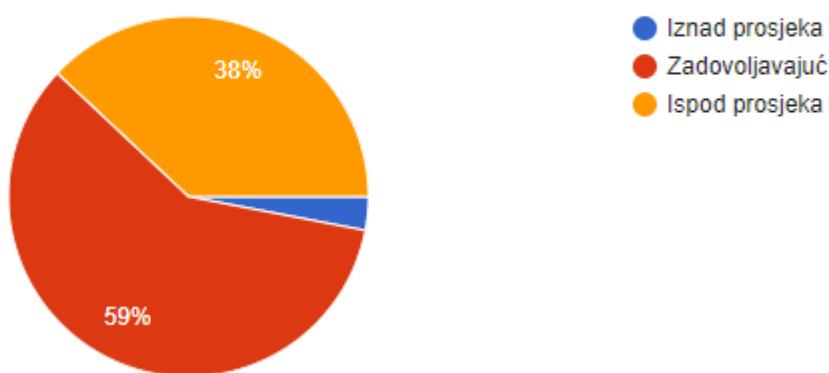


Grafikon 11. Utjecaj televizijskih sadržaja na javno mnjenje

O tome da televizija zaista ima utjecaj na javnost, pokazuje i podatak kako njeni programi uspješno utječu na svijest i mišljenje javnosti o čemu je posvjedočilo i 58,6% ispitanika u okviru ove ankete. Uzmememo li za primjer, kako se BiH posljednjih godinu dana bori s pandemijom COVID-19 virusa, ovo pokazuje kako televizijski prilozi i apeli na ovaj ili onaj način djeluju na javnost.

12. Ocijenite kvalitet programa koji se plasira putem TV stanica u BiH

100 odgovora



Grafikon 12. Kvalitet programa

I u konačnici, ispitanici su ocjenjivali kvalitet TV programa koji se emituje na TV stanicama u BiH. Iz njihovog ugla, televizija uspješno provodi svoju misiju i kreira kvalitetan program za koji publika smatra kako je zadovoljavajući (58%).

Iz predočenih rezultata ankete putem koje su ispitani stavovi javnosti o značaju televizije za iste, jasno je kako je televizija medij koji "živi" u bh. društvu. Uprkos jednostavnom pristupu Internetu i društvenim mrežama kao novim načinima informiranja i komunikacije, javnost smatra su televizijski sadržaji daleko najobjektivniji i još uvijek se i informiraju, educiraju i zabavljaju koristeći njene sadržaje. Prema mišljenju većine, televizija posvećuje dovoljno pažnje bitnim temama za društvo i u skladu s tim kreira program koji zadovljava njegove potrebe.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Istraživanjem na temu "*Razvoj televizije u Bosni i Hercegovini od 1969.godine do danas*" analiziran je tehnološki i društveno-historijski kontekst pojave i razvoja televizije na području Bosne i Hercegovine u okviru navedenog vremenskog perioda. Akcenat je bio na praćenju određenih vremenskih perioda čime je prikazano na koji način su se televizijske mogućnosti razvijale i mijenjale u datim okolnostima. Iako prva televizijska emitovanja u Bosni i Hercegovini kasne skoro pa četrdeset godina nakon uspješnih ostvarenja u svijetu, televizija kao novi medij vrlo brzo nalazi put do publike. Od prvog emitiranja šezdesetih pa sve do kraja osamdesetih godina, Televizija Sarajevo kao jedini televizijski centar, uspješno zadovoljava komunikacijske potrebe publike proizvodeći sve vrste programa. Novinarskim, tehničkim i drugim kadrom kao i obimom i strukturom programa kojim raspolaže, TVSA biva među najrazvijenijim u SFRJ. Istovremeno sarađuje i s velikim brojem RTV organizacija a rezultat te saradnje je razmjena programa čime daje značajan doprinos upoznavanju domaćeg gledališta sa svjetskom scenom i obrnuto. O tome koliko su mediji izgradili važnu ulogu i imali značaj utjecaj na društvo, govori i činjenica kako je prilikom agresorskih napada na Bosnu i Hercegovine upravo njen sistem komuniciranja bio prvi na udaru. Uprkos lošim uslovima izazvanim ratnim stanjem, ulažu se naporci da se kako lokalna tako i svjetska javnost izvijesti o nemilim dešavanjima. Prilagodivši se ratnim uslovima, kako navodi Tucaković u djelima analiziranim u okviru istraživanja, televizija i cjelokupan komunikacijski sistem davali su značajan doprinos borbi protiv agresije i odbrani bh. društva. Uprkos određenim negativnim konotacijama kada je riječ o vjerodostojnosti izvještavanja u ovom periodu o čemu je bilo riječi u trećem poglavlju ovog istraživanja, neosporna je činjenica da istina o agresiji teško da bi stigla do svjetskih centara moći da nije bilo upravo novinara, urednika, snimatelja, tonaca, dopisnika ali i stranih novinara koji su na profesionalan i objektivan način izvještavali o tadašnjim ratnim događajima i dali doprinos odbrani ove zemlje i njenog stanovništva. Analiza uloge i značaja televizije u Bosni i Hercegovini u kontekstu tehnološkog, organizacijskog i programskog razvoja kao i njenog utjecaja na javno mnjenje posljednjih godina, za potrebe ovog istraživanja ispitana je putem intervjuja i ankete. Iako su Internet i digitalne platforme glavno obilježje savremenog doba, mišljenja su podijeljena pa jedni smatraju kako su upravo digitalne platforme medij budućnosti i potisnut će ostale dok se drugi slažu kako će televizija uvijek ostati medij broj jedan a digitalne platforme nude samo veću mogućnost gledanja televizijskog sadržaja. Stavovi javnosti, ispitani putem anketnog upitnika za potrebe ovog istraživanja, su jasni. Uprkos tome što se poseže za digitalnim platformama zbog njihove

pristupačnosti, televizija i dalje igra važnu ulogu u društvu. Televizijski sadržaji su daleko najobjektivniji a osim što se njima informišu, još uvijek se i educiraju i zabavljaju. Prema mišljenju većine, televizija posvećuje dovoljno pažnje bitnim temama za društvo i u skladu s tim kreira program koji zadovljava njegove potrebe. Imajući u vidu prethodnu interpretaciju teorijskih i empirijskih analiza i rezultata istraživanja, može se zaključiti kako istraživanje potvrđuje generalnu hipotezu koja glasi: **Pored uticaja brojnih medijskih i društvenih faktora, uloga i značaj televizije u Bosni i Hercegovini ostali su nepromjenjeni od njene pojave do danas.**

Istraživanjem je potvrđena i pomoćna hipoteza kako su se *mogućnosti televizije u Bosni i Hercegovini kroz sve vremenske periode razvijale u skladu s komercijalnim, političkim ili drugim sličnim interesima*. Politički interesi su se, moglo bi se reći, provlačili kroz sve faze a naročito u ratnom periodu kada su mediji služili kao glavno sredstvo kako ratne tako i političke propagande. Danas mogućnosti medija najčešće ovise od usmjeravanja komercijalnih interesa budući da položaj komercijalnih medija, u ovoj slučaju televizije, neprestano raste i jača a s tim i konkurenca.

TV program i TV sadržaji značajno su se mijenjali u odnosu na historijske i društvene promjene. Televizija kao medij uvijek nastoji pratiti aktuelna dešavanja i u skladu s tim kreirati i izvještavati o tim sadržajima. Posljednjih godina se organizuju specijalni cijelodnevni programi posvećeni obilježavanju važnih datuma ili događaja (Npr. obilježavanje godišnjice genocida u Srebrenici 11. jula). Primjera je mnogo a sama činjenica kako komercijalne televizije svoje sadržaje kreiraju upravo ispitivajući interes publike u skladu s dešavanjima potvrđuje ovu tvrdnju.

Televizija, kroz sve faze razvoja, uspješno zadovoljava komunikacijske potrebe javnosti za informisanjem, edukacijom i zabavom. Djelimično potvrđeno, s obzirom na široku lepezu medija i ponude svih vrsta sadržaja naročito pojmom i raznovrsnom ponudom Interneta. Ipak, rezultatima dobijenim anketom, publika navodi kako poseže i za televizijskim sadržajima kada su gore navedene potrebe u pitanju.

Komercijalne televizije preuzele su primat nad Javnim RTV servisom u Bosni i Hercegovini. Ova tvrdnja definitivno je potvrđena rezultatima dobijenim iz anketnog upitnika, putem koje su se ispitanici izjasnili kako radije biraju da gledaju komercijalne programe od onih koje spremi i emituje javni servis a uz to smatraju još i kako su ti programi mnogo kvalitetniji. Rastući broj komercijalnih televizija koje djeluju danas govori još i u prilog tome.

Bez obzira na pojavu i razvoj novih sredstava za komuniciranje, televizija kao medij u Bosni i Hercegovini uživa najveće povjerenje njenih građana danas. Ova tvrdnja, također, potvrđena je kroz stavove ispitanika koji su se na anketno pitanje broj 9, kada su u pitanju objektivnost i povjerenje u medije, izjasnili u korist televizije.

I posljednja tvrdnja kako *televizija u Bosni i Hercegovini još uvijek dijelom zaostaje za mogućnostima iste u razvijenim evropskim okruženjima*, ogleda se za početak u lošoj poziciji javnog servisa i problemima s kojima se susreće a koje ih sprječavaju u kreiranju boljeg programa i izvršavanju svoje misije. To, dalje, povlači preusmjeravanje pažnje publike na konkurentske sadržaje komercijalnih stanica i na kraju opredjeljivanje za strane stанице i programe kada su u pitanju edukacija i zabava ali i informisanje. Sve su ovo pokazatelji istinitosti ove tvrdnje.

Rezultati istraživanja, koje je provedeno kroz analizu pisane i elektronske literature vezane za obrađivanu tematiku, intervjuja s novinarima i anketnog upitnika kojim su ispiti stavovi javnosti, omogućuju uvid u položaj televizije kao medija na ovim prostorima i njenih mogućnosti danas u odnosu na početke. Prikaz dobijenih podataka obezbjeđuje vjerodostojan prikaz uloge i značaja ovog medija u realnom društvenom okruženju i njenog utjecaja na sveukupni društveni i medijski ambijent. Televiziji, kako se slažu brojni autori i medijski uposlenici, nove tehničke sposobnosti omogućavaju da na sofisticiraniji način bude "oko, uho i misao novog vremena". Svojstva koja posjeduje TV - da informira, educira, profilira političku, kulturnu, sportsku javnost, da razmjenjuje informacije iz najudaljenijih dijelova zemaljske kugle, da nas sve uvijek drži u usijanju događanja, da nam daje šansu neposrednog aktera događanja, kako ističe Kečo-Isaković⁹⁶, prednosti su koje televizijskom mediju daju šanse da se još dugo održi u medijskom nadmetanju i tehnički boljih i modernijih komunikacionih sredstava.

⁹⁶ Prema Emina Kečo-Isaković, *Izazovi mas-medija* (Sarajevo: TKD Šahinpašić, 2006), str.60

LITERATURA

Knjige

1. Fejzić-Čengić, Fahira. *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Connectum, 2009.
2. Kečo-Isaković, Emina. *Izazovi mas-medija*. Sarajevo: TKD Šahinpašić, 2006.
3. Kurtćehajić, Suad i Ibrahimagić, Omer. *Politički sistem Bosne i Hercegovine*. Sarajevo: autori, 2007.
4. *Leksikon novinarstva*. Beograd: Širo Srbija, 1979.
5. Mek Kvin, Dejvid. *Televizija*. Beograd: CLIO, 2000.
6. Mustafić, Mustafa. *Profesija snimatelj*. Sarajevo: Nezavisna unija profesionalnih novinara Bosne i Hercegovine, 1997.
7. Nuhić, Muhamed. *40 godina uspona RTV Sarajevo*. Sarajevo: Sour Radio-Televizija Sarajevo, 1985.
8. Termiz, Dževad. *Metodologija društvenih nauka*, Lukavac: Grafit, 2009.
9. Turčilo, Lejla. *Zaradi pa vladaj: politika, mediji, biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: autorica, 2011.
10. Tucaković, Šemso. *Historija novinarstva i medija u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: S&A Company, 2006.
11. Tucaković, Šemso. *Leksikon mas-medija*. Sarajevo: 2004.
12. Veljanovski, Rade. *Javni RTV servis u službi građana* Beograd: Clio, 2005.
13. Zlobicki, Branko. *Radio-televizija Sarajevo 1945.-1975, građa za monografiju*. Sarajevo: 1976.

Ostala literatura

1. IZVAN četiri zida: priručnik za novinarke i novinare o profesionalnom i etičkom izvještavanju o LGBT temama. Sarajevo: Sarajevski otvoreni centar, 2012.
2. Klaić, Bratoljub. *Rječnik stranih riječi, tuđenice i posuđenice* (Zagreb: Nakladni zavod MH, 1984)
3. Praskač-Salčin, Irena. *Razvoj elektronskih medija u Bosni i Hercegovini nakon Drugog svjetskog rata*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka, doktorska disertacija, 2018.
4. Zbornik radova. *Vjerodostojnost medija – izazovi globalizacije i specifičnosti regiona*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka Institut za društvena istraživanja, 2012.

Članci dostupni na internetu

1. Car, Viktorija. "Televizija u novomedijском окружењу." Medijske studije 1, br. 1-2 (2010) <https://hrcak.srce.hr/76704> (Pristupljeno:30.1.2021)
2. Kukić, Slavo i Čutura, Marija. "Bosanskohercegovačko tržište elektroničkih medija." Informatologia 40, br. 2 (2007) <https://hrcak.srce.hr/13362> (Pristupljeno:3.3.2021)
3. Kukić, Slavo. *Mediji i mogući pravci razvoja u BiH u Hrvati u BiH: Ustavni položaj, kulturni razvoj i nacionalni identitet* (2009) https://tripalo.hr/knjige/hrvati_u_bih/kukic.pdf (Pristupljeno: 7.3.2021)
4. Sapunar, Marko i Tomić, Zoran. "Utjecaj pluralizma medija na demokratski proces u Bosni i Hercegovini" Politička misao, br. 2 (2004) <https://hrcak.srce.hr/22800> (Pristupljeno:23.2.2021)
5. Šahinpašić, Asim. "Javni radio-televizijski sistem u Bosni i Hercegovini: online komunikacija, sadržaj i participacija" Medijska istraživanja 19, br. 1 (2013) <https://hrcak.srce.hr/105682> (Pristupljeno: 2.4.2021)
6. Šljivo-Grbo, Amila. "Medijska legislativa Evropske unije" Znakovi vremena, br.79 (2018) https://ibn-sina.net/images/pdf/znakovi/79/183_Amila_%C5%A0ljivo_Grbo.pdf (Pristupljeno:23.2.2021.)

Internet izvori

1. Rts.rs, Jugoslovenska Radio-televizija <https://www.rts.rs/page/tv/sr/story/21/rts-2/2952709/trezor-jugoslovenska-radio-televizija.html> (Pristupljeno:7.1.2021)
2. Klix.ba, Prije 30 godina počeo je Yutel: Ovi kao hoće da se otcjepljuju, a mi im kao ne damo <https://www.klix.ba/magazin/film-tv/prije-30-godina-poceo-je-yutel-ovi-kao-hoce-da-se-otcjepljuju-a-mi-im-kao-ne-damo/201023078> (Pristupljeno: 22.2.2021)
3. Vlada.ks.gov.ba, Održan okrugli sto o temi "Ratno novinarstvo-Uloga medija i medijskih radnika u odbrani Bosne i Hercegovine" <https://vlada.ks.gov.ba/aktuelnosti/novosti/odrzan-okrugli-sto-o-temi-ratno-novinarstvo-uloga> (Pristupljeno: 22.2.2021)
4. RadioSarajevo.ba, Saracević-Helać:Prislanjali su mi pištolj na glavu ali i dalje vjerujem u BiH <https://radiosarajevo.ba/metromahala/lica/saracevic-helac-prislanjali-su-micijev-pistolja-na-glavu-ali-i-dalje-vjerujem-u-bih/332481> (Pristupljeno:22.2.2021)

5. AA.com.tr, Četvrt vijeka RTV TK: Televizija koja je razbila informativnu blokadu u ratu u BiH <https://www.aa.com.tr/ba/balkan/%C4%8Detvrt-vijeka-rtv-tk-televizija-koja-je-razbila-informativnu-blokadu-u-ratu-u-bih-/1067545> (Pristupljeno: 23.2.2021)
6. Revizija.gov.ba, Izvještaj revizije učinka: Digitalizacija TV signala u BiH <http://www.revizija.gov.ba/Post/Read/digitalizacija-tv-signala-u-bih> (Pristupljeno: 3.3.2021)
7. Sluzbenilist.ba, Kolektivni ugovor o kolektivnom ostvarivanju prava na kabelsko reemitiranje audiovizualnih djela na teritoriji Bosne i Hercegovine <http://sluzbenilist.ba/page/akt/oi4tc5iK71c=> (Pristupljeno: 6.3.2021)
8. N1info.com, <https://ba.n1info.com/> (Pristupljeno: 7.3.2021)
9. Balkans.aljazeera.net, <https://balkans.aljazeera.net/o-nama> (Pristupljeno: 7.3.2021)
10. Rtvbn.com, Top 20 najgledanijih TV sadržaja u BiH <https://www.rtvbn.com/3977402/pogledajte-top-20-najgledanijih-tv-sadrzaja-u-bih> (Pristupljeno: 7.3.2021)
11. Rtvbn.com, Najgledanija televizija u BiH <https://www.rtvbn.com/3998309/bn-najgledanija-televizija-u-bih-u-2020-godini> (Pristupljeno: 7.3.2021)
12. Rtvbih.ba, http://www.rtvbih.ba/uimages/U170F01A_Untitled-1.jpg (Pristupljeno: 7.3.2021)
13. Audencemeasurement.ba <https://www.audencemeasurement.ba/> (Pristupljeno: 7.3.2021)
14. Novabh.tv
Gledanost <https://novabh.tv/korporativne-stranice/gledanost/> (Pristupljeno: 7.3.2021)
15. Rtv.tk.ba, Na današnji dan osnovana je Televizija Okruga Tuzla, danas Radio-televizija Tuzlanskog kantona <http://www.arhiva.rtvtk.ba/vijest-cat/item/7268-na-danasjni-dan-osnovana-je-televizija-okruga-danas-radio-televizija-tuzlanskog-kantona> (Pristupljeno: 10.3.2021)
16. N1info.com, Dok traje obustava nastave BHT1 prikazuje edukativne emisije za učenike <https://ba.n1info.com/vijesti/a416291-dok-traje-obustava-nastave-bht1-prikazuje-edukativne-emisije-za-ucenike/> (Pristupljeno: 20.3.2021)
17. Bhrt.ba, <https://bhrt.ba/> (Posljednji put pristupljeno: 2.4.2021)
18. Media.ba, Javni RTV sistem u BiH korak do kolapsa, <https://www.media.ba/bs/mediametar/javni-rtv-sistem-u-bih-korak-do-kolapsa> (Pristupljeno: 2.4.2021)

19. Klix.ba, BHRT zabilježio gubitak veći od četiri miliona maraka, najviše im dužan RTRS <https://www.klix.ba/vijesti/bih/bhrt-zabiljezio-gubitak-veci-od-cetiri-miliona-maraka-najvise-im-duzan-rtrs/210226096> (Pristupljeno: 2.4.2021)
20. Hayat.ba, <https://hayat.ba/> (Posljednji put pristupljeno: 2.4.2021)
21. Inreformator.ba, Hayat TV – prva komercijalna bh. televizija koja je rasla zajedno s državom BiH <http://www.inreformator.ba/?p=35007> (Pristupljeno: 2.4.2021)
22. Enciklopedija.hr, <https://www.enciklopedija.hr/> (Pristupljeno: 18.4.2021)
23. Klix.ba, RAK: OBN kažnjen sa 6.000, FTV s 5.000 i BHT1 sa 2000 KM <https://www.klix.ba/vijesti/bih/rak-obn-kaznjen-sa-6-000-ftv-sa-5-000-i-bht-1-sa-2-000-km/060116015> (Pristupljeno: 20.4.2021)
24. Klix.ba, BHT1 kažnjena sa 25.000 KM zbog reklama tokom utakmica <https://www.klix.ba/vijesti/bih/bht1-kaznjena-sa-25-000-km-zbog-reklama-tokom-utakmica/120621103> (Pristupljeno: 20.4.2021.)
25. Rak.ba, <https://www.rak.ba/bs-Latn-BA/> (Posljednji put pristupljeno: 20.4.2021)

Zakoni i kodeksi

1. Zakon o komunikacijama BiH, dostupno na: <http://legalist.ba/wp-content/uploads/2014/02/Zakon-o-komunikacijama-BiH-nesluzbeni-precisceni-tekst.pdf>
2. Zakon o Javnom RTV servisu BiH, dostupno na: <https://bhrt.ba/wp-content/uploads/2019/10/Zakon-o-javnom-RTV-sistemu-BiH.pdf>
3. Kodeks o audiovizuelnim uslugama i uslugama radija, dostupno na: <https://www.rak.ba/bs-Latn-BA/articles/108>
4. Kodeks o komercijalnim komunikacijama, dostupno na: <https://www.rak.ba/bs-Latn-BA/articles/107>

PRILOZI

Tabela 1. Korisnici dozvole za televizijsko emitovanje putem zemljane radio-difuzije⁹⁷

1.	Javna	RTV HECEG-BOSNE	20.	Privatna	NTV 101
2.	Privatna	Hrvatska televizija Oskar C	21.	Javna	Televizija Kantona Sarajevo
3.	Privatna	MTV Igman	22.	Privatna	Alternativna Televizija
4.	Privatna	NTV IC	23.	Privatna	Televizija BN
5.	Privatna	AlJazeera Balkans	24.	Javna	Televizija Rudo
6.	Privatna	NTV Amna	25.	Privatna	Vikom TV
7.	Privatna	Hayat	26.	Privatna	TV Bel Kanal
8.	Privatna	TV Jasmin	27.	Privatna	TV K3
9.	Privatna	OBN TV	28.	Privatna	TV SIMIĆ
10.	Javna	Televizija Živinice	29.	Privatna	O Kanal
11.	Javna	Televizija Bugojno	30.	Privatna	Nezavisni TV-Studio Arena
12.	Javna	Radio-televizija Cazin	31.	Privatna	TV Slon
13.	Javna	Televizija BPK Goražde	32.	Privatna	TV HIT Brčko
14.	Privatna	Televizija Maglaj	33.	Javna	TV Prijedor
15.	Javna	JP RTV TK	34.	Javna	TV OSM
16.	Javna	Televizija USK	35.	Privatna	Televizija Slobomir
17.	Javna	Televizija Visoko	36.	Privatna	TV Alfa
18.	Javna	Radio-televizija Vogošća	37.	Privatna	NOVA BH
19.	Javna	Televizija Zenica	38.	Privatna	Herceg RTV

⁹⁷ Podaci dostupni na <https://www.rak.ba/bs-Latn-BA/>

Tabela 2. Korisnici dozvole za televizijsko emitovanje putem drugih elektronskih komunikacijskih mreža⁹⁸

1.	Privatna	TV Slon Info	34.	Privatna	TV GLAS DRINE
2.	Privatna	NTV Patria	35.	Privatna	tb1
3.	Privatna	NTV Jata	36.	Privatna	Dream Porn HD
4.	Javna	RTV Jablanica	37.	Privatna	ELTA 2
5.	Privatna	Hayat Plus	38.	Privatna	WTV
6.	Privatna	Smart televizija	39.	Privatna	TATABRADA
7.	Privatna	ELTA Televizija	40.	Privatna	OTV VALENTINO
8.	Privatna	BN TV	41.	Privatna	VALENTINO ETNO
9.	Privatna	BDC Televizija	42.	Privatna	VALENTINO MUSIC HD
10.	Privatna	BN Music	43.	Privatna	PRVA HERCEGOVAČKA
11.	Privatna	FACE TV	44.	Privatna	TV ONE HD
12.	Privatna	RA-TV	45.	Udruženje	TROPIK TV
13.	Javna	RTV KD	46.	Privatna	B1 TELEVIZIJA
14.	Javna	RTV Doboj	47.	Privatna	PLAY HOUSE
15.	Privatna	Hayat Folk	48.	Privatna	TV PODRINJE
16.	Privatna	Hayat Music	49.	Privatna	KUVO TV
17.	Javna	TV7	50.	Privatna	DF TV
18.	Javna	TV Lukavac	51.	Privatna	BALKAN EROTIC
19.	Privatna	Posavina TV	52.	Privatna	MILF TV
20.	Udruženje	Inicijativa TV	53.	Privatna	EXTREM
21.	Privatna	CTV	54.	Privatna	RED XXX
22.	Privatna	Kanal 6 HD Televizija	55.	Privatna	HOT PLEASURE
23.	Privatna	Hayatovci	56.	Privatna	Imperia TV
24.	Privatna	Info Plus	57.	Udruženje	Televizija Historija
25.	Privatna	Srpska Svetska Televizija-SST	58.	Privatna	DOBRA TELEVIZIJA
26.	Privatna	TV HEMA HD	59.	Udruženje	TV INFO MG

⁹⁸ Podaci dostupni na <https://www.rak.ba/bs-Latn-BA/>

27.	Privatna	NEON TV	60.	Privatna	Super Media TV
28.	Privatna	KONTAKT TV	61.	Privatna	KENO TV
29.	Privatna	IZVORNA TV	62.	Privatna	BIR TV
29.	Privatna	CITY TV	63.	Privatna	BMC
30.	Privatna	TNT KIDS TV	64.	Privatna	BMC ETNO
31.	Privatna	SEVDAH TV	65.	Privatna	Televizija Adria
32.	Javna	RTV SANA			
33.	Privatna	Televizija 5			

Anketni upitnik

Poštovani,

Pred Vama se nalazi anketni upitnik čija tematika se odnosi na gledanost i značaj televizije u bh. društvu. Istraživanje se provodi s ciljem prikupljanja podataka za potrebe izrade magistarskog rada. Vaše učešće u ovom istraživanju je anonimno i na dobrovoljnoj bazi.

Hvala Vam na izdvojenom vremenu.

1. Spol

- a) Muški
- b) Ženski

2. Dob

- a) do 18 godina
- b) 18-30
- c) 30-40
- d) 40-50
- e) 50 i više

3. Kako se najčešće informišete?

- a) Novine
- b) Radio
- c) TV
- d) Internet (portali, društvene mreže)
- e) Ostalo: _____

4. Koliko često gledate televiziju?

- a) Svaki dan
- b) Ponekad
- c) Nikada

5. Koji su Vaši motivi za gledanje televizije?

- a) Informisanje
- b) Zabava
- c) Edukacija
- d) Navika
- e) Ostalo: _____

6. Koje TV stanice najčešće gledate?

- a) BHT1
- b) FTV
- c) TVSA
- d) RTRS
- e) BN
- f) Nova BH
- g) N1
- h) Hayat
- i) Ostalo:_____

7. Prema Vašem mišljenju, ko plasira kvalitetniji sadržaj?

- a) Javni servisi
- b) Komercijalne televizije

8. Da li televizija u svom izvještavanju pridaje dovoljno pažnje bitnim temama za javnost?

- a) Da
- b) Ne

9. Kojem mediju najviše vjerujete kada su objektivnost i informisanje o bitnim temama u pitanju?

- a) Novine
- b) Radio
- c) TV
- d) Internet (portali, društvene mreže)
- e) Ostalo:_____

10. Prema Vašem mišljenju, koja je najpouzdanija TV stanica u BiH?

11. Da li Vas je neki emitovani TV program potaknuo na promjenu mišljenja o aktuelnim društvenim temama? (migracije, COVID-19...)

- a) Da
- b) Ne

12. Ocijenite kvalitet programa koji se plasira putem TV stanica u BiH

- a) Iznad prosjeka
- b) Zadovoljavajuć
- c) Ispod prosjeka

Intervju 1 – Alen Arnautović

1. Koje su to, konkretno, Vaše obaveze u skladu s pozicijom koju obavljate?

“Posljednje 3 godine zaposlen sam kao novinar u Redakciji muzičkog i revijalnog programa. Moj posao prvenstveno podrazumijeva osmišljavanje tema, snimanje, pripremu i montažu priloga i intervjeta za magazin Inbox. Povremeno radim i kao prezenter u studiju na drugim programskim sadržajima pomenute redakcije. Pored toga angažovan sam i u još nekim programskim segmentima BHT1, kao narator u Odjelu zaduženom za promociju programa i Redakciji stranog programa gdje radim na sinhronizaciji stranih dokumentarnih filmova.”

2. S obzirom na to da ste mlađa generacija novinara, kakve uslove za rad osigurava BHRT kao javni servis trenutno? U kakvom položaju se nalaze uposlenici? Ako su Vam poznata iskustva starijih kolega u odnosu na raniji period i trenutno stanje, navedite.

“Posljednjih nekoliko godina BHT1 polako, ali sigurno radi na unaprjeđenju tehničkih uslova za rad, prateći dostignuća savremene tehnologije za rad u smislu TV produkcije, a isto tako radi se i na adaptaciji prostora. Od 2017. proces proizvodnje programa znatno je olakšan, uvođenjem Cinegy sistema koji predstavlja centralizirano radno okruženje, omogućujući svim korisnicima mreže da pomoći svoje šifre pristupe centralnoj online bazi u koju se unosi materijal snimljen na terenu, koji se u istoj obrađuje, montira, urednički i lektorski kontroliše i po potrebi dorađuje, a onda u konačnici i emituje od strane tehničkog osoblja. Dakle sve u jednom jedinstvenom, posebno kreiranom programu za BHT1, što znatno štedi vrijeme koje je u televizijskom poslu neizmjerno važno, a što potkrepljuje i u novinarskim krugovima često ponavljana rečenica da televizija ne trpi sporost. Također štedi se i prostor, jer sada novinar na svom računaru koji ima pristup pomenutoj Cinegy mreži može da radi na svojoj priči od ideje do finalnog proizvoda. Sve ovo smanjilo je i broj tehničkih uređaja neophodnih za proizvodnju programa. Olakšan je rad zaposlenicima BHT1, a mi mlađe generacije zbog toga smo na neki način i u podređenom položaju u odnosu na naše mentore, koji su se susretali s brojnim peripetijama vezanim za tehničke uređaje, naročito u poslijeratnom periodu, jer sve do uvođenja pomenutog sistema, zaposlenici BHT1, imali su ogromne probleme s radom na zastarjeloj opremi, što im otežavalo svakodnevni rad. Mislim da BHT1 svojim zaposlenicima osigurava uslove rada u skladu sa postulatima na kojima i počiva javni servis. Osnovni izvor prihoda BHT1 treba da osigura iz sredstava prikupljenih naplatom RTV takse od građana. Od tog prikupljenog iznosa u velikoj mjeri zavisi i cjelokupni sistem emitovanja programa, funkcionalisanja radija i televizije, kao i plate, te doprinosi za zaposlenike. Od sredine 2017.

godine prešlo se je na novi sistem naplate RTV takse, koja se sada naplaćuje uz račune za električnu energiju. To je rezultat Memoranduma potписаног između predstavnika Javnog servisa i Javnog preduzeća Elektroprivreda BiH. Model naplate RTV takse uračunate u iznos mjesечно utrošene električne energije svoje rezultate pokazao je već početkom 2018. godine. Prihodi javnog servisa su porasli, a samim tim omogućeno je podmlađivanje kadra zapošljavanjem novih zaposlenika, te veća ulaganja u programske sadržaje u smislu kupovine novih dokumentarnih i igranih filmova, veće mogućnosti za produkciju kulturno – umjetničkih, muzičkih i drugih sadržaja unutar BiH, ali i ulaganje u opremu i prateće stavke, kao što su materijali i tehnika za izradu scenografija, nova grafika i slično. Slaba naplata RTV takse, ranijim sistemom, realizovanim s BH Telecomom, nakon određenog vremena pokazao se je neefikasnim. Zbog toga je radnicima BHRT-a često kasnila uplata plaća i doprinosa, dugovanja BHRT-a su rasla, a radnici su u nekoliko navrata i protestovali, plašeći se za opstojnost programa, ali i svoju egzistenciju. Problema s plaćama od 2018. godine nema, tako da se može govoriti o boljem položaju zaposlenika u odnosu na raniji period.”

3. Da li ste imali radno iskustvo na nekoj privatnoj televiziji, ukoliko da, možete li uporediti s trenutnim?

“Nisam imao iskustva rada na privatnim medijima. Moj raniji angažman bio je na kantonalnoj TVSA, koja je klasični primjer državne televizije, koja se finansira najvećim dijelom iz kantonalnog budžeta. To radnicima TVSA kao i drugim medijima koji imaju takav način finansiranja, omogućava i sigurnije, ali i više iznose mjesecnih plata. To bi bila jedna od prednosti državnog medija u odnosu na javni RTV sistem. Međutim, finansijer, u tom slučaju kanton, općina, grad, u odnosu na medij o kojem se radi, često kontrolišu i sadržaje koji se emituju na tim medijima, a neposluh kažnjavaju brojnim nelegalnim potezima vezanim za finansiranje na indirektan, a nekada i direktno izražen način. Za period proveden na TVSA me vežu lijepo uspomene na kolegijalnost i prve korake načinjene u televizijskom poslu, s obzirom na to da je moje ranije iskustvo bilo radijsko, jer sam u toku studija volontirao na BH radiju1. Za TVSA mogu samo reći da iako im to nije dužnost, u mnogome pariraju BHT-u. Većinu programskih sadržaja koje je BHT1 dužan da proizvede na mjesecnom nivou, a koji su propisani zakonima vezanim za sistem javnog emitovanja, i zakonima i propisima RAK-a, i TVSA proizvodi na sebi svojstven način i u skladu s tehničkim kapacitetima koje posjeduju.”

4. Smatrate li da BHRT ispunjava svoju zadaću kao javni servis? Da li programom koji sprema i emituje zadovoljava potrebe javnosti za objektivnom informacijom i kvalitetnim edukativnim i zabavnim sadržajima?

“Smatram da BHRT u skladu s finansijskim mogućnostima ispunjava svoju zadaću javnog servisa. Kada uzmete sedmični raspored programa vidjet ćete brojne sadržaje koji se na sedmičnoj bazi proizvode unutar BHT-a, a koje druge televizije, pa čak ni druga dva entitetska javna emitera u svojim programskim shema nemaju. Razlog za to je vrlo jednostavan. To su slabije gledani programi, a samim tim i neisplativi, jer ne donose željene prihode od marketinga koji bi se mogao emitovati u toku trajanja tih emisija. Sedmična priprema tih slabo gledanih sadržaja također košta, pa ni ne čudi što se privatni mediji, čijim je vlasnicima u intisu jedino profit, ni ne odlučuju za iste. Međutim BHT1 kao javni medij, uređen po Europskom modelu javnog RTV sistema, građanima mora obezbijediti najraznovrsnije, informativne, edukativne i zabavne sadržaje, u zakonski tačno određenom procentu sadržaja iz domaće i vanjske produkcije na mjesecnoj bazi. Bilo kojem javnom servisu rezultati mjerjenja gledanosti u smislu prodaje marketinškog prostora ne treba da budu vodilja u kreiranju sadržaja, jer osiguranje najrazličitijih programskih sadržaja, geografski dostupnih na cijelokupnom teritoriju države zadatak je javnog RTV sistema. a negledljivost u najvećoj mjeri edukativnih i domaćih zabavnih sadržaja, rezultat su izazova 21. vijeka, cyber kulturi mladih, nedovoljnoj obrazovanosti i slaboj medijskoj pismenosti. Mlađa populacija uglavnom se odlučuje za beskorisne YouTube sadržaje i reality programe, nego na bilo šta što nudi javni RTV servis. Istina, emisije BHRT-a i nisu toliko atraktivne, s obzirom na nedovoljne finansijske mogućnosti. Različiti vizuelno – tehnički efekti, koji bi se najviše koristili u studijima, vjerovatno bi privukli veću pažnju publike, ali naš za razliku od javnih servisa razvijenih zemalja to sebi iz finansijskih razloga ne može priuštiti. U našoj zemlji ne postoji stručna specijalizacija za određene programske sadržaje, a možda da takvo iskustvo imaju urednici različitih programskih segmenta BHT-u bi omogućilo i drugačiji način obrade određenih sadržaja, a samim tim i novu publiku. Dodatni izazov pred kojim se BHRT već godinama nalazi jeste ne izvršen proces digitalizacije. Digitalni način emitovanja programa će zasigurno u određenoj mjeri vratiti barem dio publike koji danas s pravom bira kanale s kristalno čistom slikom. Jednostavno to je privlačnije. Sve u svemu, kada uzmete stručnu literaturu u kojoj je obrađivan europski model javnog servisa, vidjet ćete da BHT1 u dobroj mjeri zadovoljava ono što se u teoriji navodi. Kroz Informativnu, Sportsku, Muzičko – revijalnu, Kulturno – obrazovnu, Dokumentarno – savremenu, Dječiju i omladinsku i Stranu redakciju, te Web i

nove medije, BHT1 na sedmičnoj osnovi, građanima ove zemlje isporučuje informativne, edukativne i zabavne sadržaje.”

5. Javni servis se sve više suočava s određenim problemima (finansiranje, konkurencija i sl.). Vaše prognoze o njegovoj budućnosti. Kakav scenario je najrealniji?

“S obzirom da sam o navedenim izazovima govorio, odgovarajući na prethodna pitanja, sada mogu iznijeti svoje prognoze iz ugla mladog novinara. Javni servis ne samo u BiH nego i šire zasigurno neće nestati. Nove tehnologije otvaraju prostor i za nove medije, koji mnogo lakše pronalaze svoj put do publike, a koji ne podliježu ni strogim zakonskim propisima kojima su izloženi ovi tradicionalni, a posebno javni servisi. Najrealniji scenario je da se javni servisi, a naravno i BHRT moraju prilagoditi novom dobu. Svi sadržaji kako bi što lakše stigli do publike različite životne dobi, a kojoj je TV ili isključen ili je na njemu uključen Netflix, YouTube ili neka druga platforma, moraju biti dostupni u online formatu, trajnjem i oblikom prilagođeni gledanju putem mobitela ili drugih kako ih danas mnogi marketinški rečeno vole nazvati pametnim uređajima. Dakle ne spuštati kriterije, nego ih pooštravati. Javni servis u budućnosti treba da proizvodi visokokvalitetne na prvom mjestu edukativne i zabavne sadržaje kao alternativa onim jeftino proizvedenim, koji komercijalnim medijima donose veliki profit od marketinga. Kada je u pitanju informativna uloga, javni servisi nikada ne smiju niti u jednoj priči izostaviti građane. Oni im jednostavno moraju biti u fokusu svake priče, nakon čega dolaze svi ostali akteri koji se u takvim informativnim sadržajima, trebaju spominjati isključivo zbog uticaja njihovog rada na građane. Rukovodstva javnih RTV sistema ne smiju zaboraviti da su građani ti koji im trebaju osigurati sredstva za isplate plaća, odnosno građani sebi na taj način obezbijeđuju tačne i provjerene informacije, s dubljim kontekstom, kao i kavalitetne edukativne i zabavne sadržaje. Javni RTV servisi će i dalje zauzimati mjesto na medijskom nebu, a koliko će tamo jako sijati je manje važno. Bitno je da se proizvode kvalitetni sadržaji, i da javnost koja osjeti potrebu za takvim sadržajima zna na daljinskom upravljaču ili web stranici javnog servisa na prvu pronaći javni servis kao mjesto za takve sadržaje. Da bi to u bilo kojem trenutku i funkcionalo, neophodno je izmirivanje mjesecne obaveze prema toj specifičnoj vrsti medija, a u našoj zemlji ta je naknada regulisana zapravo kao porez na posjedovanje tehničkog uređaja za prijem radijskog ili televizijskog signala. Građani nikada ne smiju zaboraviti da je javni servis osnovan od strane javnosti, da se finansira od strane javnosti i da ta ista javnost ima pravo na kontrolu tog javnog servisa, kao u ostalom i za svaku drugu uslugu. ”

6. Smatrate li da je televizija još uvijek dominantan medij i da se uloga i značaj iste nisu značajno promijenili u odnosu na ostale medije, naročito pojavom interneta i novih platformi za komuniciranje?

“Televizija već dugo nije dominantan medij kada je u pitanju mlađa i populacija srednje životne dobi. Veliki broj mladih uopše ni ne prati zbivanja oko sebe. Vrijeme provode uz ekrane, ali isključivo igrajući igrice i gledajući po psihički razvoj i mentalno zdravlje veoma loše sadržaje. Njihov medij zapravo je YouTube. Ovi drugi, strajji, pa možemo slobodno reći i njihovi roditelji, informišu se na društvenim mrežama, uglavnom polovično, na osnovu senzacionalističkih naslova i pogrdnih komentara, koje ne rijetko i sami ostavljaju. I ovakvi i oni s nešto drugačijim korisničkim navikama koji ipak traže širi kontekst pročitanog, u slobodno vrijeme uglavnom pribjegavaju korištenju Netflix-a ili sličnih platformi, tako da prema mom mišljenju televizija već odavno nije dominantan medij, a njen značaj i uloga su se u veliko promijenili. Govoreći prevashodno o informativnim sadržajima, TV novinari bi danas trebali pomoći publici da se snađe u šumi dnevnih informacija koje iz minute u minutu plasiraju elektronski mediji i korisnici društvenih mreža. Televizija, izuzev isključivo news kanala je ispala iz utrke s vremenom. Jer ono što će biti udarna vijest ili tema TV dnevnika, često je publici poznato i nekoliko sati prije te informativne emisije, jer su istu informaciju prethodno tretirali i online mediji. Tako da danas u fokusu treba da bude tzv. smisaono novinarstvo koje će pomoći publici da od mnoštva primljenih informacija napravi red, a da data informacija bude iskommunicirana tako da gledatelju na prvu bude i shvatljiva. Ovo naravno nije univerzalno pravilo, jer ne treba zaboraviti da starija populacija koja ne koristi, ili slabo koristi internet se zapravo u tom dnevniku prvi put susreće s takvim informacijama. Sve su to izazovi pred kojima se danas nalaze medijski profesionalci.”

Intervju 2 – Elma Odobašić

1. Koliko dugo ste dio ekipe Hayat TV-a i koje su to, konkretno, Vaše obaveze u skladu s pozicijom koju obavljate trenutno?

“Dio ekipe Hayat televizije sam punih osam godina. Hayat je donio prvu priliku za radno iskustvo i postao moja druga kuća. Na Hayat TV, u Informativni program Hayat TV-a, došla sam kao student da obavljam praksu. Radila sam priloge, intervjuje, izjave za centralnu informativnu emisiju Hayat TV-a "Vijesti u 7". Također sam za Redakciju informativnog programa pripremala i reportaže, ali sam radila i na drugim emisijama koje su dio Zabavnog programa Hayat TV-a. Zahvaljujući isključivo radu, zalaganju, posvećenosti i ličnom napretku

koji su nadležni na Hayatu prepoznali, u septembru 2016. godine dobila sam poziciju prezenterke "Vijesti u 7". Na toj funkciji bila sam do septembra 2019. godine, a onda sam dobila posao prezenterke i novinarke u emsiji "Dobar dan BiH", gdje sam i danas. Moja obaveza u okviru emisije "Dobar dan BiH", osim prezinterskog dijela, jeste i izgled, odnosno sadržaj emisije, što kreiram i dogovaram zajedno s urednicom. Emisija je dnevnog karaktera, emituje se svakim radnim danom, pa je samim tim i dosta zahtjevna jer moramo biti aktuelni, pratiti sva dešavanja u Bosni i Hercegovini, ali i u regiji, te izvještavati naše gledaoce o tome, a opet ostati dosljedni samom nazivu emsije i truditi se da ne budemo "vijesti prije vijesti", već oni koji pričaju o problemima, sa sagovornicima traže rješenja i pričaju priču iz nekog malo drugačijeg ugla, više toplog, ljudskog, manje informativnog. Jedna takva emsija tražila je i zahtjevala da joj se kao "novinar informativac" prilagodim. Još radim na tome, nije to baš tako lagani posao.”

2. Kakve uslove za rad osigurava jedna privatna komercijalna televizija kao što je Hayat TV? U kakvom položaju se nalaze uposlenici, iz Vaše perspektive?

“Osim, kao što sam već navela, mogućnosti da kao student obavljate praksu, plaćenu praksu, shodno Vašem zaloganju i radu, a koji nadležni zaista vide, imate mogućnost da dobijete posao na neodređeno vrijeme, kao što sam ga i sama dobila. Hayat je televizija gdje studenti novinarstva zaista mogu dosta naučiti o ovom poslu jer ako pokažete želju za radom, ubrzo dobijete i priliku da se pokažete. Hayat je, kao što mi s Hayata često volimo reći, druga kuća, porodica, i zaista jeste tako. Menadžment Hayata je tu za sve svoje uposlenike, u bilo koje doba dana i noći, i za poslovna i za privatna pitanja i probleme. Primanja su redovna i dobra, a svaki Vaš trud i napredak se nagrade i ovo vrijedi za sve uposlenike Hayat TV-a, kako one ispred kamere, tako i one iza kamere.”

3. Jeste li imali radno iskustvo na javnom servisu? Ukoliko jeste, možete li ga uporediti s trenutnim? Ukoliko niste, jesu li Vam poznata iskustva kolega?

“Kao što sam ranije rekla, Hayat je moje prvo radno iskustvo, a zaista nisam upoznata s radom kolega u javnom servisu.”

4. Prema Vašem mišljenju, mogu li komercijalne televizije djelovati nezavisno s ciljem osiguravanja objektivne i nepristrasne informacije koja je u interesu javnosti?

“Moje mišljenje je da mogu. Mislim da čak komercijalne televizije djeluju nezavisnije, objektivnije i nepristrasnije od javnih servisa u našoj zemlji te pružaju više sadržaja koji je u interesu javnosti od samih javnih servisa.”

5. Smatrate li da komercijalne televizije programom koji spremaju i emituju zadovoljavaju potrebe javnosti za kvalitetnim informativnim, edukativnim i zabavnim sadržajima? Kolika prepreka su im, zapravo, konkurenčki sadržaji i noviteti?

“Televizija na kojoj radim proizvodi najviše domaćeg programa od svih televizija u Bosni i Hercegovini, što je naravno teži put, pogotovo za jednu komercijalnu televiziju, ali upravo taj put Hayat je doveo na mjesto gdje se danas nalazi, na mjesto najjačeg bosanskohercegovačkog TV brenda koji emituje šest kanala i koji je ove godine proslavio punih 29 godina postojanja. Mislim da zadovoljavamo potrebe gledalaca, kako u Bosni i Hercegovini, tako i u regiji i svijetu, jer Hayat je dostupan i putem satelita. Hayat je društveno odgovorna kompanija, a to najbolje pokazujemo i kroz emisiju "Ispuni mi želju" gdje smo zahvaljujući donacijama, kako naših ljudi iz BiH, tako i onih koji žive van BiH, u prilici pomoći svim sugrađanima kojima je pomoć potrebna. Držimo do tradicije, do države Bosne i Hercegovine, do običaja, što pokazujemo i obilježavanjem praznika, kako državnih, tako i vjerskih, kroz naš Informativni i Zabavni program. Tu smo i za naše najmlađe na našem kanalu Hayatovci, sinhronizujemo crtiće za djecu, pripremamo pjesme i spotove za naše mališane. Da pratimo novitete na tržištu, dokaz je i naša digitalna platforma, portal Hayat.ba, gdje smo dodatno zaposlili ljude i u veoma kratkom roku našli se među prva tri najčitanija portala u Bosni i Hercegovini. Pored toga, gledaoci imaju priliku da se pretplate na našu digitalnu platformu i gledaju uživo program Hayat televizije na svojim telefonima i tabletima, ali i sav propušteni sadržaj.”

6. Smatrate li da je televizija i dalje dominantan medij i da se njena uloga i značaj nisu značajno promijenili u odnosu na ostale medije, naročito pojavom interneta i novih platformi za komuniciranje?

“Mislim da digitalne platforme neće nikada moći preuzeti televiziju, ostale medije, poput onih printanih, definitivno uveliko preuzimaju, ali televizija će uvijek ostati broj jedan. Dolaskom digitalnih platformi, ali i razvojem tehnologije, imamo samo veću mogućnost za gledanje televizijskog programa i sadržaja. Dakle, nismo ograničeni na to da televizijski sadržaj gledamo kod kuće ili u uredu, već program možemo gledati i dok sjedimo u parku ili se vozimo u javnom gradskom prijevozu, na tabletu, računaru, mobilnom telefonu... Televizija je medij

budućnosti i igra veliku ulogu u demokratskom društvu te mislim da uvijek pronađe put do svojih korisnika, gledalaca i publike.”

Popis slika i grafikona

Slika 1. RTV dom danas.....	18
Slika 2. Broj TV predajnika u BiH od 1984.-1989.....	20
Slika 3. Udio TV gledanosti u BiH (2002.-2008.)	36
Slika 4. Top 20 najgledanijih sadržaja u BiH za januar (2020).....	40
Slika 5. Logo BHT1	44
Slika 6. Pregled programa BHT1(22.3.2021, ponedjeljak)	45
Slika 7. Pregled programa BHT1(27.3.2021, subota)	46
Slika 8. Logo Hayat TV.....	51
Slika 9. Pregled programa Hayat TV (22.3.2021, ponedjeljak)	52
Slika 10. Pregled programa Hayat TV(27.3.2021, subota)	53
Grafikon 1. Spolna struktura ispitanika.....	56
Grafikon 2. Dobna struktura ispitanika	56
Grafikon 3. Načini informisanja.....	57
Grafikon 4. Gledanost televizije	58
Grafikon 5. Motivi za gledanje televizije	58
Grafikon 6. Najgledanje TV stanice	59
Grafikon 7. Kvalitetniji sadržaj - javni servisi ili komercijalne televizije?	59
Grafikon 8. Zastupljenost aktuelnih događaja na TV-u	60
Grafikon 9. Povjerenje u medije.....	60
Grafikon 10. Najpouzdanije TV stanice u BiH	61
Grafikon 11. Utjecaj televizijskih sadržaja na javno mnjenje.....	61
Grafikon 12. Kvalitet programa.....	62



Naziv odsjeka i/ili katedre: Odsjek za komunikologiju
Predmet: _____

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Erna Medić
Naslov rada: ”Razvoj televizije u Bosni i Hercegovini od 1969. godine do danas”
Vrsta rada: Završni magistarski rad
Broj stranica: 84

Potvrđujem:

- da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;
- da rad nije predat, u cijelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

Mjesto, datum

Potpis