

BOSANSKOHERCEGOVAČKO TRŽIŠTE ELEKTRONIČKIH MEDIJA

MARKET OF ELECTRONIC MEDIA IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

Slavo Kukić, Marija Čutura

Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, Mostar, Bosna i Hercegovina
Faculty of Economy, University of Mostar, Mostar, Bosnia and Herzegovina

Sažetak

U radu je prikazan društveno-povijesni kontekst konstitucije tržišta elektroničkih medija BiH, struktura današnjega RTV sektora, te način na koji se on regulira. Posebno je prikazana regulacija programske produkcije, ali nju se je pokušalo dovesti i u vezu s europskom regulativom u toj oblasti. Rad se osvrće i na utjecaj novih tehnologija i servisa na ovu oblast. Na kraju, dan je i prikaz utjecaja pojedinih elektroničkih medija, ali i njihov udio u raspodijeli ukupnog marketinškog kolača.

Abstract

This paper presents social and historical context of electronic media's market constitution, a structure of today's RTV sector and its regulation framework in Bosnia and Herzegovina. Special attention is addressed to regulation of program production in accordance with European regulation policy in that specific sector. The subject of the paper is also an influence of new technology on this sector. At last, paper deals with marketing influences of electronic media and with its share in advertising cakes.

1. UVOD

Rat u BiH (1992.-1995.) je za posljedicu imao totalnu podijeljenost s etničkim predznakom. Podijeljenost se, sukladno tome, dogodila i u sferi medija. Rat je, drugim riječima, za posljedicu imao podjelu na *tri potpuno odvojena medijska sustava* među kojima, i to u najbukvalnijem značenju te riječi, nije postojalo nikakve korespodencije. S druge strane, sva tri medijska sustava su gotovo u istoj mjeri bili pod izravnim utjecajem triju vladajućih nacionalnih programa i politika triju vladajućih nacionalnih filozofija. Tri vladajuće nacionalne filozofije, personificirane kroz tri vladajuće političke stranke, su utvrđivale njihovu uređivačku koncepciju, žurnalistički ih profilirale, nalagale im zaokrete od tvrdih i nepopustljivih prema tolerantnijim i liberalnijim novinarskim rješenjima i žanrovima itd. Na koncu, tijekom rata je u njima, cijelo vrijeme, iako nekada manje a nekada više izražena, dominirala i svojevrsna ratnohuškačka logika. /1/

Daytonski mirovni sporazum je, istina, utjecao na povlačenje ratnohuškačkog novinarstva koji je bh. medije karakterizirao prije njega. Povlačenje, međutim, ne znači i potpuno potiskivanje. Dapače. S vremena 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, pak, neki drugi vid kontrole imao SDS, vodeća politička stranka

sa srpskom političkom retorikom. No, na takvu logiku imuni nisu ni drugi bh. mediji, oni iz ostala dva medijska sustava. Zov rata se, s vremena na vrijeme, mogao prepoznati i u njima.

S druge strane, otklonjena nije ni kontrola medija, koju su u svojim rukama držale vladajuće nacionalne stranke. I nakon Daytona 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. Ako su, pak, posrijedi događaji koji se ne mogu zaobići, informacije treba uzimati selektivno, isključivo iz "svojih" izvora, službenih institucija, i bez istraživačke novinarske radoznalosti. "Zlatno" pravilo u izvješćivanju postaje logika da se javno mnijenje kreira na temelju informacija "svoje" strane. Prakticiranje eventualnog suprotstavljanja stavova onog "drugog" je prava rijetkost, a i tada se koristi s nakanom da se izvrši kritički obračun s njima zbog "dobro poznatih krajnjih namjera".

Posljednjih godina je evidentna promjena u novinarskom profesionalizmu – i kod pisanih i kod elektroničkih medija. Gdje tražiti uzroke tome? Skoncentrirani su, po svemu sudeći, oko tri bitne značajke, koje za medijski prostor BiH indikativne postaju već koncem devedesetih godina. Posrijedi je, prije svega, činjenica da se u tom periodu identificirati daje pojava

relativno značajnog broja alternativnih listova i drugih medija nezavisne orijentacije./2/ Među njima, posebice u skupini elektroničkih medija, respektabilno mjesto zauzimaju oni u kojima je, u manjoj ili većoj mjeri, prisutan, pa i dominantan, strani kapital. /3/

Sve evidentnije, potom, postaje posustajanje medijskog izolacionizma. Izvjesno vrijeme i nakon Daytona na prostoru Republike Srpske bilo je moguće čitati uglavnom novine s područja tog entiteta i od izdavača iz SR Jugoslavije, dok su na prostoru pod kontrolom HVO-a kiosci nudili samo hrvatske tiskovine. Koncem devedesetih, međutim, stanje se, barem kada je u središtu promatranja vizualni efekt, značajno poboljšava. /4/

Krajem devedesetih se daju identificirati i promjene u položaju novinarske profesije. Ne radi se, doduše, o radikalnom zaokretu. Ali, pozitivne promjene su nesporne. Neupitan je, primjerice, kvalitativni pomak u slobodi novinarskog izričaja. Razlozi tome su višestruki. U pitanju je, prije svega, stalan rast broja međunarodnih organizacija koje pomažu, ali i nadziru, profesionalnu transformaciju medija u BiH. /5/ U pitanju je, potom, Odluka o slobodi informiranja i ukidanju krivičnih kazni za klevetu i uvredu /6/, a kojom se ukida raširena praksa tretiranja uvrede i klevete kao kaznenog djela, i za njih se, umjesto zatvorske, dopušta izricanje samo novčane kazne. U pitanju je, na koncu, i činjenica da novinarske organizacije u BiH postaju agresivnije na pitanjima zaštite svojih članova i međusobno sve povezanije. /7/

2. DRUŠTVENE PROMJENE I NJIHovi UČINCI NA OBLAST ELEKTRONIČKIH MEDIJA

Društvene promjene, sa svim što one posljednjih petnaest godina podrazumijevaju, u BiH se, na dosta uvjerljiv način, zrcale i u sferi elektroničkih medija. Početak devedesetih godina XX. stoljeća BiH je započela s relativno malim brojem elektroničkih medija, kraj stoljeća je dočekala s neprimjereno velikim brojem njih, a posljednjih pet godina njihov broj je stabiliziran na broji koja

je i dalje, obzirom na broj stanovnika, impozantna (tabela br. 1).

Čemu ovakve trendove zahvaliti? 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 – posebice 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. /8/ Razvoj ovih medija su, nakon potpisivanja Daytonskog 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. /9/ Najmanje toliko, i s istim ciljem, utrošile su i različiti drugi donatori. /10/

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. U pitanju je, prije svega, činjenica da je BiH tijekom devedesetih godina prošla iskustvo razornih ratnih sukobljavanja. Elektronički mediji su, prema tome, bili u funkciji informiranja i ratnog mobiliziranja stanovništva. A, za tu su funkciju elektronički mediji, oni pod kontrolom jedne od triju nacionalnih političkih filozofija, bili najpogodnije sredstvo. No, potreba za tom vrstom medija nije prestala ni nakon rata. Naprotiv. Na lokalnoj razini ona se iskazuje u još jasnijoj formi. Razlog tome, među inim, treba tražiti i u procjeni lokalnih elita da se preko radio i TV stanica najefikasnije kontroliraju informacije koje se stanovništvu nude, a time najjednostavnije produžava vlast i vlastito političko trajanje. Vrijeme nakon 2000. godine, međutim, karakterizira obrnut trend. Za samo tri godine, primjerice, broj radio i TV stanica pada za približno jednu trećinu. Razlog tome je, dakako, u uvođenju regulacije u oblast elektroničkih medija. Zakonom

Tabela br. 1: Podaci korišteni iz Udovičić et al, 2001., Thompson & De Luce, 2002, Media Task Force, 2003, i RAK (www.rak.ba),

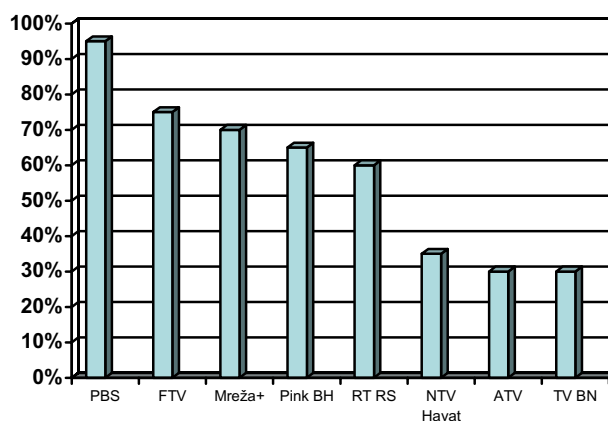
RADIO I TV STANICE U BiH 1991-2005							
Tip medija	1991	1996	1997	2000	2003	2004	2005
TV	5	29	52	71	42	42	42
Radio	54	92	156	210	141	141	146
TOTAL	59	121	208	281	183	183	188

o komunikacijama je, naime, uspostavljena Regulatorna agencija za komunikacije (RAK), tijelo odgovorno za regulaciju elektroničkih medija ali i nezavisno u odnosu na institucije vlasti. /11/ U nadležnost RAK-a je, temeljem zakona, dano izdavanje dugoročnih licenci, a u tom je procesu blizu 50% emitera izgubilo ranije dozvole. Po istom osnovu RAK je u nadležnost dobio i praćenje rada, ali i izricanje sankcija zbog nepoštivanja osnovnih principa profesionalnog novinarstva /12/. Uspostavljanje i temeljni principi rada RAK-a nisu mogli ostati i bez pozitivnih učinaka. Iako su, naime, elektronički mediji i novinari još uvijek izloženi pritiscima svojih vlasnika i države /13/, dostignuti nivo novinarskih sloboda u BiH je relativno zadovoljavajući /14/. Napredak je, prema svim analizama, evidentan i kod javnih RTV servisa /15/. No, taj je napredak i posebno značajan. Radi se, naime, o medijima koji su relativno najgledaniji i najutjecajniji. Ali, napredak triju javnih RTV servisa nije bio nimalo jednostavan. Naprotiv. Započeo je, i to odmah po potpisivanju Daytonskog sporazuma, mukotrpnim sastavljanjem razbijenih dijelova prije rata jedinstvenog emitera /16/. Ali, proces je značajnije intenziviran tek dvije godine kasnije. Sredinom 1998. godine je, tako, potpisan Memorandum o razumijevanju u restrukturiranju RTV BiH, kojim se predviđa uspostava RTV Federacije BiH i Javne korporacije za proizvodnju i emitiranje programa na području čitave zemlje. Godinu dana iza toga Visoki predstavnik donosi Odluku o restrukturiranju sustava javnog emitiranja u BiH, kojom se utemeljuje novi sistem javnog emitiranja /17/. Drugom odlukom o restrukturiranju javnog RTV sistema u BiH /18/, opet, osniva se Javni RTV servis za BiH, te predviđa osnivanje posebne Javne korporacije na nivou BiH za prijenos radio i TV signala. Dvije godine kasnije, i opet nametanjem od strane Visokoga predstavnika, je rad triju javnih RTV servisa reguliran novim zakonom /19/, a tijekom 2005. godine usvojeni i novi zakoni kojima se, prema zahtjevima Europske komisije, regulira sustav javnog emitiranja u BiH /20/.

3. DANAŠNJA SLIKA BOSANSKO-HERCEGOVAČKOGA TRŽIŠTA ELEKTRONIČKIH MEDIJA

Prema registru RAK-a /21/, u BiH danas djeluje šest javnih radiotelevizijskih servisa /22/, te još 182 radio i TV stanice /23/. Pet je TV kanala koji pokrivaju teritorij čitave države /24/. Na državnoj razini, uz njih, djeluje i Mreža Plus, komercijalni program kojeg proizvodi mreža nekoliko stanica. No, budući ne posjeduje vlastitu, nego koristi frekvencije stanica-učesnica, ne može se smatrati zasebnim kanalom. Konkurenciju im, međutim, predstavljaju i TV stanice iz susjednih država – Hrvatske i Srbije i Crne Gore, ali i domaće stanice koje su sve jače: NTV Hayat iz Sarajeva i Alternativna Televizija (ATV) iz Banja Luke, TV BN iz Bjeljine, te TV TK (TV tuzlanskog kantona) (Grafikon 1)

Grafikon 1. - Pokrivenost teritorije signalom TV stanica u BiH



Izvor: MIB, Podaci o pokrivenosti TV signalom teritorije BiH pojedinih TV stanica

Na tržištu emitiranja su – iako sve manje izraženo – još uvijek dominantni tri javna RTV servisa. U prilog tome govore i podaci o udjelu u gledanosti (tabela br. 2)

Tabela 2. - TV udio u gledateljstvu / publici za BiH, 2002 – 2005. godine

	2002 %	2003 %	2004 %	2005 %
BHT, FTV, RTRS	37,9	33,5	31,8	22,2
Domaće TV stanice (Pink BH, OBN, HAYAT, TVBN, ATV i ostale)	42,5	45,1	48,0	42,4
HRT Zagreb, PINK Beograd, RTS Beograd, Nova TV, RTL i ostale ino TV	14,3	16,3	15,5	31,7
Satelitski TV kanali	5,2	5,2	4,7	3,7

Izvor: Mareco Index Bosnia, Mjerenje gledanosti TV stanica: 2002 – 2005. godine

Već i letimičan pogled na podatke iz prethodne tabele upućuje na razloge radikalnog pada udjela triju javnih servisa u gledateljstvu tijekom 2005. godine. U pitanju je, očito, radikalni porast udjela TV stanica iz susjedstva BiH. Što je razlog tome? Posrijedi je, dakako, veći broj razloga. U pitanju je, prema raspoloživim podacima, prvenstveno širenje pokrivenosti broja domaćinstava kroz kabl (problem "neovlaštenog" dekodiranja programa HTV1, HTV2, Nova TV), koje je indikativno za posljednju godinu dana, a zbog kojega se udio u gledanosti tzv. ino TV stanica u BiH rapidno povećao.

Agencijska praćenja, međutim, omogućuju uvid i u trendove pojedinih domaćih TV stanica. Iz njih je, opet, evidentno da su relativno najjače dvije od njih – FTV i Pink BiH - jedna javna, druga privatna (Tabela 3)

No, raspoloživi agencijski pokazatelji upućuju i na još jedan zaključak. Tjedni udio Federalne televizije u ukupnoj TV gledanosti kontinuirano opada. S druge strane, kod privatnih televizija – Pinka BiH, prije svega, ali i nekih drugih – evidentan je sve radikalniji porast toga udjela. Prethodna, 2005. godina je posebno indikativna. Ako je, dakle, temeljem nje suditi, nastavak takvog trenda se može očekivati i tijekom ove, ali i idućih godina.

4. REGULACIJA PROGRAMSKE PRODUKCIJE

Smjernice za regulaciju programske produkcije elektroničkih medija su sadržane u većem broju dokumenata /25/, koji su značajni iz nekoliko razloga, posebno jer:

- određuju kako regulatorni principi emitiranja trebaju uključiti zaštitu slobode izražavanja

i različitosti mišljenja, poštovanje standarda uljudnosti, pravičnost, nediskriminaciju, točnost i nepristranost.

- pozivaju na programe koji ispunjavaju društvene standarde uljudnosti kao i poštivanje etničke, kulturološke i religijske raznovrsnosti BiH. Emiterima je, recimo, zabranjeno emitiranje materijala koji može potaknuti etničku i religijsku mržnju, nasilje, nered i demonstracije ili na drugi način proizvesti javnu štetu.
- od emitera traže respektiranje profesionalnih standarda novinarstva itd

Dakako, sve navedene, ali i druge smjernice proizlaze iz standarda EU, čije je ispunjavanje BiH sebi postavila kao zadatak. Proces njezina napredovanja u oblasti elektroničkih medija je, kao i u svim drugim oblastima, i pod stalnim nadzorom Europske komisije. U Studiji Europske komisije iz studenoga 2003. godine se, primjerice, konstatira kako BiH slijedi odredbe Konvencije Vijeća Europe o prekograničnoj televiziji, te prihvaća potrebu poštivanja EU Direktive o televiziji bez granica /26/. Tijekom posljednje dvije godine je, potom, zajednička ekspertna misija Vijeća Europe i Europske komisije pomagala izradu novog Zakona o javnom radio televizijskom sistemu BiH i Zakona o javnom RTV servisu BiH» kako bi oni bili usuglašeni s europskim standardima itd.

5. OGLAŠAVANJE U ELEKTRONIČKIM MEDIJIMA

Uspoređuje li se s drugim zemljama, oglašivačko tržište BiH je još uvijek nerazvijeno. Doda li se tome podatak da se za njega bori relativno veliki broj elektroničkih medija, izrečena ocjena dodatno dobiva na svojoj težini. Prema dostupnim podacima vrijednost oglašivačkog

Tabela 3. - Tjedni udio TV stanica tijekom 2005. godine u BiH

Lipanj, 2005. godine		Studen 2005. godine	
FTV	13.3	FTV	12,6
PINK BH	12.9	PINK BH	12,0
TVBN	6.5	TVBN	6,3
BHT1	6.0	BHT1	5,5
NTV HAYAT	5.1	NTV HAYAT	4,7
OBN	4.5	OBN	7,3
RTRS	4.4	RTRS	4,1
ATV	3.9	ATV	3,5
TVTK	1.8	TVTK	2,4
DRUGE DOMAĆE TV	6.2	DRUGE DOMAĆE TV	6,1

tržišta BiH se, istina, u posljednjih 7 godina (1998. – 2005.) uvećala za četiri puta /27/. Usprkos tome, međutim, ono je i dalje jedno od najnerazvijenijih u Evropi /28/.

Dostupni podaci, potom, upućuju na zaključak kako je glavnina oglašivačkog tržišta rezervirana za televizijske medije (tabela br. 4).

Zna li se, s druge strane – a taj je detalj neupitan - da na BiH tržištu veliki udjel uzimaju tzv. ino – stanice, HTV i Nova TV prije svih, slika ugroženosti i onako nerazvijenog oglašivačkog tržišta elektroničkih medija BiH postaje još kompletnija.

Uzimajući sve navedeno u obzir, promjene udjelu u ukupnom gledateljstvu prije svega, sasvim logičnima se doimaju i promjene u udjelima pojedinih TV stanica u ukupnom prihodu od marketinga (tabela br. 5).

Iz prezentiranih podataka je evidentan stalni porast prihoda domaćih TV stanica od marketinga. /29/S druge strane, evidentno je da udio triju javnih servisa u ukupnom prihodu od marketinga kontinuirano pada /30/. Pad bi, dakako, slijedećih godina mogao biti i još radikalniji. Na BiH televizijskom tržištu, naime, posljednjih nekoliko

godina poziciju tržišnog lidera, kako u gledanosti, tako i u ostvarenim prihodima od oglašavanja i sponzorstava imala je Federalna televizija. Njezin udio u ukupnoj gledanosti, međutim, prema podacima agencije MiB (Mareco Index Bosnia), radikalno pada. Federalna televizija (FTV) koja je u lipnju 2004. godine imala dva puta veći udio u gledanosti u odnosu na prvu narednu TV stanicu, prema podacima iz lipnja 2005. godine ima veći udio u gledanosti na teritoriju BiH za samo 0,4% u odnosu na jednu komercijalnu TV stanicu (Pink BiH) /31/. Sukladno tome logično je, nastavi li se navedeni trend i u buduću, očekivati i radikalni pad njezinog udjela u ukupnom prihodu od marketinga. Prethodnih godina FTV je, naime, uzimala najveći dio oglašivačkog kolača /32/. S druge strane, uzmu li se podaci o veličini TV oglašivačkog tržišta u BiH (ukupno uloženi novac za TV oglašavanje, TV sponzorstva i teleshopping) evidentno je da su javni RTV servisi uzimali veći dio budžeta oglašivača prvenstveno zbog liderske pozicije FTV u gledanosti. Njezin pad, drugim riječima, odraziti će se i na kumulativni udio triju javnih servisa u ukupnom prihodu od marketinga.

Tabela 4. - Struktura oglašavanja u BiH medije za period 2000.– 2004. god.

Medij / Godina	Televizija %	Print %	Radio %	Vanjsko oglašavanje %
2000.	79	4	3	14
2001.	71	5	4	20
2002.	71	5	5	19
2003.	67	9	6	18
2004.	66	10	7	17

Izvor: MiB /Procjena marketing agencija

Tabela 5. - Udio TV stanica u ukupnom prihodu od marketinga za BiH, 2002 – 2005. godine (javni RTV servisi u odnosu na ukupno 39 BiH TV stanica)

	2002 u KM	%	2003 u KM	%	2004 u KM	%
BHT, FTV, RTRS	17.259 537	61,64	18.481 818	57,26	19.759 751	54,87
Domaće TV stanice (Pink BiH, OBN, HAYAT, TVBN, ATV i ostale)	10.740 463	38,36	13.518 182	42,24	16.240 249	45,13
Procjena ukupnih ulaganja u TV oglašavanje i sponzorstva na BiH tržištu	28.000 000	100,00	32.000 000	100,00	36.000 000	100,00

Izvor: MiB /Procjena marketing agencija

6. Zaključak

Promjene, kojima je u posljednjih petnaest godina izloženo bosanskohercegovačko društvo, višestruko su se odrazile i na oblast elektroničkih medija. Ratne i dio poratnih godina karakterizira, među inim, njihov nekontrolirani rast, nepridržavanje temeljnih načela novinarske profesije, prije svega svrstavanje uz nacionalne političke programe i političke elite od kojih su ovisili itd. To vrijeme, istodobno, karakterizira i pojačano ulaganje različitih institucija međunarodne zajednice u oblast elektroničkih medija, s ciljem, dakako, da se u njima odnjeguje nezavisna uređivačka politika i da ih se izgradi kao protutežu medijima pod kontrolom različitih razina političkih elita. Posljednjih pet godina, međutim, instaliranjem Regulatorne agencije za komunikacije kao nezavisnog regulatornog tijela, karakterizira uvođenje reda u oblast elektroničkih medija. Izravna posljedica toga je i nagli pad broja ovih medija, bilo zbog nedodjeljivanja licence, bilo zbog prekidanja njihovog rada zbog kršenja osnovnih pravila emitiranja kojih su se imali obvezu pridržavati.

Mrežu elektroničkih medija danas, usprkos tome, čini relativno velik broj lokalnih, regionalnih, ali i medija koji pokrivaju prostor države. Što se, međutim, njihova utjecaja tiče, još uvijek je relativno najveći udio u gledateljstvu triju javnih TV servisa. No, promjene su i u tome više nego indikativne. Evidentan je, primjerice, porast udjela u gledateljstvu nekih privatnih televizija. Ili, povezanost BiH s njezinim okruženjem zrcali se i kroz utjecaj elektroničkih medija susjednih država na njezino stanovništvo.

Promjene su, i to višestruko, evidentne i u sferi oglašavanja u elektroničkim medijima. Konstantan je, prije svega, porast ukupnih ulaganja u TV oglašavanje i sponzorstva na BiH 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. No, temelji sud i dalje nije upitan. Na koncu, u ukupnom prihodu od marketinga i dalje su – iako njihov udio iz godine u godinu opada – nesporni lideri tri javna RTV servisa.

Bilješke:

/1/ Od ovakve ocjene izuzeti se može zaista mali broj medija koji se nisu uklapali u ovako prepoznatljivo razbijen BiH medijski prostor. Oni bi se, ali zaista kolokvijalno, mogli zamisliti kao dijelovi nekog

zasebnog, *četvrtog medijskog sustava*, koji je u izvjesnoj medijskoj korespondenciji sa svakim od prethodna tri, i koji se može misliti kao potencijalno vezivno sredstvo među njima. Međutim, domet ove grupe medija je u tom vremenu bio uistinu regionalno, ponajčešće lokalno ograničen. Stoga je i promišljanje o njihovom utjecaju na profiliranje javnog mnijenja zanimljivo više teorijski, dakle s aspekta mogućih efekata u bližoj ili nešto daljoj budućnosti, a manje iz uklona njihovih učinaka u vremenu prije Daytonu.

- /2/ U ovom kontekstu zaslužuju biti apostrofirani Oslobođenje, Dani, NTV Banja Luka, Radio Zid, Slobodna Bosna, ali i neki drugi.
- /3/ Takve su OBN (Open Broadcast Network), Radio FERN, Radio 27, Projekt ZAJEDNO, TV pool itd.
- /4/ Na čitavom prostoru BiH je moguće, iako još uvijek ne tako često, bilo pronaći sve, ili barem dobar dio, značajnijih dnevnih i tjednih tiskovina, koje izlaze na prostoru BiH. Uz njih, više uopće nije posebno veliki problem doći i do svih značajnijih tiskovina s područja susjednih država, onih pod kontrolom oficijelnih vlasti, ali i svih drugih, ponajprije onih koji vlastima oponiraju, a koje imaju značajnog utjecaja na javno mnijenje.
- /5/ Najkonkretnije: *Nezavisna komisija za medije* ima poziciju svojevrstnog ministarstva za elektronske medije, u sastavu Ureda visokog predstavnika instaliran je *zamjenik za medije*, ali i *Odjeljenje za razvoj medija*, u sastavu Ombudsmena Federacije BiH je utemeljen i *specijalni pomoćnik za medije*, unutar svake međunarodne organizacije, zadužene za implementaciju Daytonskog sporazuma, djeluje odjel za medije, itd.
- /6/ Odluku je sredinom 1999. godine donio Visoki predstavnik u BiH
- /7/ Primjerice, četiri novinarske organizacije, koje su tada djelovale, koncem 1998. godine potpisuju *Memorandum o razumijevanju*. Koncem travnja 1999. godine je, tada već šest novinarskih asocijacija potpisalo *Kodeks za štampu u Bosni i Hercegovini*. Sredinom lipnja 1999. godine u Neumu je održana utemeljiteljska skupština *Asocijacije elektronskih medija BiH*, zamišljena kao institucija čiji je zadatak artikulacija i zaštita zajedničkih interesa svih elektronskih medija u državi, itd.
- /8/ Od 146 radijskih stanica 2005. godine 80 njih je privatnih, a od 42 TV stanice privatne su 24.
- /9/ Henderson et al, 2003, str. 3
- /10/ Fondacija Otvoreno Društvo i Evropska Komisija zajedno su potrošili najmanje isto toliko od 1996. Fondacija Otvoreno Društvo je alocirala više od 7,5 miliona KM (3,75 miliona eura) do 2000 (Jusic et al, 2001, str. 15). Pored toga, međunarodna zajednica je investirala oko 17,5 miliona dolara (14 miliona eura) u samo jedan projekt, Open Broadcast Network (OBN), tokom 1996. i 1997, čime se ukupna suma popela na oko 20 miliona dolara (16 miliona eura) do 2000 (Jusic et al, 2001, str. 19).
- /11/ Članom 4 apostrofiraju se regulatorni principi emitiranja – zaštita slobode izražavanja i raznolikosti mišljenja poštujući općeprihvaćene standarde

- ponašanja, nediskriminacije, pravičnosti, točnosti i nepristranosti; razvoj profesionalnih i održivih komercijalnih i javnih emitera u namjeri da se uspostavi odgovarajuća ravnoteža između njih; odvojenost emitera od političke kontrole i manipulacije, u cilju jačanja demokratskih principa i temelja tržišne ekonomije itd.
- /12/ U periodu 1998 – 2003, izrečene su ukupno 144 sankcije, od novčanih kazni do obustave emitiranja programa (RAK, 2004, str. 7-9)
- /13/ Oko 58% novinara u BiH je i tijekom 2004. godine radila bez ugovora, gotovo 50% postojećih radio i TV stanica i danas su u vlasništvu lokalnih ili kantonalnih vlasti i vlada, od kojih su skoro u potpunosti ovisne itd.
- /14/ U izvještaju Reportera bez granica za 2003, BiH zauzima 37. mjesto u svijetu, iznad Španije i Italije, a daleko ispred svojih susjeda iz regiona, Hrvatske, bivše Jugoslavenske republike Makedonije, i Srbije i Crne Gore (Media Task Force: 2003, str. 11)
- /15/ Danas u BiH djeluju tri javna RTV servisa – Javni servis BiH, RTV Federacije BiH, te RT Republike Srpske – integrirani u Javni RTV sistem BiH.
- /16/ Već je 1996. godine, na sjednici Vijeća za implementaciju Daytonskog mirovnog sporazuma u Londonu, zatraženo da se donese novi pravni okvir za elektroničke medije u BiH. Sredinom 1998. godine Vijeće za implementaciju mira je zatražilo integraciju cjelokupnog prijenosnog sustava u BiH.
- /17/ Učinio je to Carlos Westendorp 31. srpnja 1999. godine, na samom kraju svog mandata. Odlukom se uspostavlja novi zakonski okvir za rad Javne RTV BiH i RTV Federacije BiH, ali i zahtijeva uspostavljanje javne RTV RS u skladu s najvišim međunarodnim standardima, instalira se princip transparentnog i adekvatnog financiranja javnih RTV u BiH, propisuje se donošenje dodatnih propisa s ciljem racionalizacije i legalizacije aktivnosti stranih RTV na teritoriji BiH (HTV i RTV Srbije), itd.
- /18/ Odluku je Visoki predstavnik u BiH nametnuo u listopadu 2000. godine
- /19/ Naime, u maju 2002. godine, visoki predstavnik Wolfgang Petritsch je nametnuo "Zakon o osnovama sistema javnog emitiranja i javnog servisa u Bosni i Hercegovini".
- /20/ Novu zakonsku regulativu vladajuće političke elite, prema mišljenjima medijskih analitičara, nastoje iskoristiti za ponovo uspostavljanje kontrole nad njihovom uređivačkom politikom. Hoće li u tome i uspjeti? U ovom momentu je o tome dosta nesigurno spekulirati.
- /21/ Pogledati na www.rak.ba
- /22/ BHT i BH radio, FTV I Radio Federacije, TV RS I Radio RS.
- /23/ Među njima je 39 TV (15 javnih i 24 privatne), te 143 (63 javne i 80 privatnih) radijske stanice.
- /24/ BHTV 1, RTV FBiH – kanal Federacije, RTRS – kanal Republike Srpske, OBN – Open Broadcast Network, te TV Pink BiH – odjel komercijalne stanice iz Srbije, koji je 2003. formirao i postavu u BiH.
- /25/ Takvi su, primjerice, Kodeks za emitiranje televizijskog i radio programa, Zakon o komunikacijama itd
- /26/ Commission of the European Communities, 2003, str. 35
- /27/ Ulaganje u oglašavanje na BiH medijskom tržištu (TV, radio, print, outdoor): 1998. god – cca 7 miliona EUR; 1999. god – cca 12 miliona EUR; 2000. god. – cca 14 miliona EUR; 2001. god. – cca 17 miliona EUR; 2002. god. – cca 20 miliona EUR; 2003. god. – cca 24 miliona EUR; 2004. god. – cca 27 miliona EUR
- /28/ sporedbe radi, oglašivačka industrija Hrvatske je 2003. godine dosegla vrijednost od 391 milijun eura (ovdje se radi o bruto iznosu, a stvarna vrijednost tržišta je za cca 50 % manja). Time se Hrvatska približila pokazatelju od 1% ukupnoga društvenog proizvoda u industriji oglašavanja, što je prag za zemlje u razvoju. Istodobno, u jakim ekonomijama udio medijske industrije u BDP-u redovito premašuje 2%.
- /29/ Procjenjuje se da je u 2005. godini ukupan prihod od marketinga (oglašavanje, sponzorstva i teleshoping) cjelokupnog TV tržišta BiH tj. ukupan prihod od marketinga za 42 BiH TV stanice iznosio cca 40.000 000 KM.
- /30/ Iako ne raspoložemo pouzdanim pokazateljima za 2005. godinu, neće iznenaditi eventualna spoznaja da je udio triju javnih servisa prvi put pao ispod 50% u ukupnom prihodu od marketinga.
- /31/ MiB, Mjerenje gledanosti TV stanica, Krug 6/12 2005., Period mjerenja: 06 – 12. juni/lipanj 2005.
- /32/ Procjena je da u je u ukupnom tržištu televizijskog oglasnog prostora FTV u 2001, 2002, 2003. i 2004. godini participirao sa blizu 50%.

Literatura

1. Bilal, Adnan, *Analiza medijskog i oglašivačkog tržišta BiH, Prijedlog zajedničkog nastupa Javnih RTV servisa BiH (JS BiH – RTV FBiH – RTRS) na oglašivačkom tržištu BiH u 2006. godini*
2. **EC – European Commission**, *Report from the Commission to the Council on the preparedness of Bosnia and Herzegovina to negotiate a Stabilization and Association Agreement with the European Union*, Commission of the European Communities, Brussels, 18 novembar 2003.
3. Henderson, Gwyneth, Kilalić, Kontić, *The Media Environment in Bosnia Herzegovina: An Assessment for the USAID Mission in BiH*, neobjavljeni izvještaj, siječanj, 2003.
4. Jusić, Tarik, *Natjecanje za oglašivače: Implikacije zakona o javnom RTV sustavu na komercijalni TV sektor u Bosni i Hercegovini*, Medijska istraživanja, vol. 9, no. 1, Zagreb, 2003.
5. Jusić Tarik, Kontić Boro, Halilović Mehmed, Lučkin Samra, Babović Zinaida (ed.), *The Challenge of Change: Media in Bosnia-Herzegovina 1991.–2001*, Media Working Group for Bosnia-Herzegovina, 2001.
6. Kukić, Slavo, *The National Media of Bosnia and Herzegovina and Professional Journalism*, Deveta međunarodna znanstvena konferencija "Journalism

- and intercultural Communication”, 1997, zbornik radova
7. Kukić, Slavo, *Javni RTV sustav kao faktor reintegracije i demokratizacije BiH*, TV festival, Bar, Crna Gora, 2001., zbornik
 8. Kukić, Slavo, *Tranzicija javnih elektronskih medija u BiH*, TV festival, Sarajevo, 2001., zbornik
 9. Kukić, Slavo, *Sociologija medija*, u *Sociologija, teorije društvene strukture*, Sarajevo Publishing, Sarajevo, 2004.
 10. Kukić, Slavo, *Informacijsko društvo i slobodno novinarstvo – bosanskohercegovačko iskustvo*, Međunarodni znanstveni skup „Komunikacijski sustavi“, Zagreb, 1999., Zbornik radova
 11. **MEDIA TASK FORCE**, *Media in South Eastern Europe: Legislation*,
 12. **MIB – Mareco Index Bosnia**, *Gledanost TV stanica u BiH*, Mareco Index Bosnia, Sarajevo, maj 2004.
 13. **MIB – Mareco Index Bosnia**, *BH Media Market Monitor*, Mareco Index Bosnia, Sarajevo 2003.
 14. **MIB–Mareco Index Bosnia**, *TV Audience Measurement, Wave 3/8*, Mareco Index Bosnia, Sarajevo, 2002.
 15. *Professionalism and Associations*, Media Task Force, Amsterdam – Nizozemska, novembar 2003.
 16. **RAK – Regulatorna agencija za komunikacije**, *Pravilo o medijskoj koncentraciji i vlasništvu nad elektronskim i štampanim medijima (Pravilo 21/2003)*, Sarajevo, 1. travnja, 2004, <<http://www.rak.ba>>
 17. *Televizija širom Evrope, Regulacija, politika i nezavisnost*, radna verzija izvještaja o *Praćenju medijske regulacije i politike u Bosni i Hercegovini*.
 18. Thompson, Mark & Dan de Luce, *Escalating to Success? The Media Intervention in Bosnia and Herzegovina*, in Monroe E. Price and Mark Thompson (ed.): *“Forging Peace: Intervention, Human Rights and the Management of Media Space*, Edinburgh University Press, 2002.
 19. Udovičić, Radenko, *The End of the Highest Priced Media Mission in Bosnia-Herzegovina. Dossier: The Case of OBN*, Media Online 2001, <<http://www.mediaonline.ba>>.