

# Preživljavanje javne televizije

Zala Volčič\*

## SAŽETAK

*Posvuda u svijetu javni RTV sustavi traže svoju novu ulogu. Autorica pokušava odrediti slabe i jake točke postojećega sustava javne televizije, izazove s kojima se on suočava i mogućnosti prestrukturiranja. Ističe dva bitna čimbenika koji danas utječu na javnu televiziju: brz razvitak RTV sustava i njegovo ideološko značenje. Obraduje načela na kojima se temelji suvremeni demokratski RTV sustav, uspoređujući ga s komercijalnim sustavima. Ti sustavi postoje usporedno s javnim televizijskim sustavom; razvijaju programe koji su često niže kvalitete i namijenjeni širokoj publici, temeljeni na oglašavanju i profitu. To vodi općem snižavanju programskih standarda i općem osiromašenju nacionalnih kultura. Pozivajući se na druge teoretičare medija, autorica tvrdi da se javni RTV sustavi, žele li preživjeti, i dalje moraju razlikovati od komercijalnih, razvijajući programske strategije koje im u tome pomažu.*

---

*Ključne riječi: javne televizije, programske strategije televizije*

---

## Uvod

Javni RTV sustav prvobitno je postojao unutar sustava organizacijskih uvjeta koji su se razvili između dvaju ratova i oblikovali najprije radio, a zatim i televiziju. Povjerenje u izvor i stupanj financiranja imalo je temeljno značenje. To je pridonosilo pretpostavci da mnogo ljudi sudjeluje u stvaranju programa što povećava ulogu producenta kao stvaratelja – znatno više nego što je pridonosilo ideji, prisutnoj u komercijalnim sustavima, da programi postoje zbog toga da donose novac i time naglašavaju ulogu producenta kao iskusnoga objavljiivača koji zna za kakve će programe na tržištu moći utržiti novac. U javnom RTV sustavu riječ je o državljanima nekog naroda, a ne o potrošačima na tržištu (Corcoran, 1996:9). Tržišne sile ipak i dalje snažno utječu na važnost televizije i radija, te se može očekivati da će kriza javnih RTV sustava koja već traje, biti duga (Dahlgren, 1995).

---

\* Zala Volčič, Fakultet društvenih znanosti, Sveučilište u Ljubljani. E-mail: zala.volcic@uni-lj.si

Nakon Drugog svjetskog rata u mnogim se državama (npr. poslijeratna Njemačka i Japan) pravilno pretpostavljalo da su zdrave, raznolike kulturne institucije preduvjet za funkcioniranje liberalne demokracije. Radijski i televizijski sustav tako bi bio najvažniji element kulturne i društvene obnove tih društava. U tome je također ključ za razumijevanje prirode i namjene velikih radijskih i televizijskih sustava: da, naime, imaju više smisla onda kad predstavljaju nacionalni i moralni optimizam unutar društva, kad raznolikošću i kakvoćom programa nagovješćuju da možemo biti bolji nego što jesmo – bolje opskrbljeni, zabavljeniji, informiraniji i da možemo biti bolji državljani.

Najvažnija razlika između komercijalnih i javnih medija je u tome da prvi imaju profitnu motivaciju, dok drugi moraju, kao javni zavodi, profit reinvestirati u produkciju. Model javne televizije odnosi se prema ljudima kao prema racionalnim političkim bićima, a ne kao prema potrošačima (Raboy, 1995). Zamisao javne institucije može biti i jest različito tumačena i postavljena. To se odražava u povijesnim posebnostima, u institucionalnom ustroju, te u socijalno-političkim i ideološkim temeljima pojedine države.

Posvuda u svijetu javni RTV sustavi u novom dobu traže svoju novu ulogu. Veća konkurencija, snižavanje programskih standarda i opće osiromašenje nacionalnih kultura, tendencije su primjetne prvenstveno u Europi, gdje je javni RTV sustav i nastao. U Velikoj Britaniji, gdje je ostvaren model BBC-ja, vlada je izdala takozvani White Paper (zbirku prijedloga vođenja politike), posvećen budućnosti BBC-ja, koji ponovno pokušava definirati ulogu i zadaće javnog RTV sustava u promijenjenim uvjetima (Collins, Purnell, 1996).

Ovaj je esej pokušaj određenja jakih i slabih točaka postojećeg javnog RTV sustava, izazova s kojima se suočava i mogućnosti prestrukturiranja organizacija unutar sustava.

Obrađivat ćemo također problem djelatnosti javnih medija i time javne televizije koja ima temeljno značenje za (re)konstrukciju javnosti i civilnog društva i demokracije. Punoj slobodi komuniciranja potpuno mogu dati vrijednost samo mediji koji čovjekovu komunikacijsku praksu ne podređuju ekonomskim i političkim interesima (Splichal, 1995).

Demokratsko društvo s djelatno sudjelujućim članovima ne može se oslanjati isključivo na tržište, vjerujući da će ono posredovati ideje i informacije koje javnost pripremaju za njenu ulogu u demokraciji. Zato ćemo proučiti također i načela demokratske javne televizije koja bi morala najviše pridonositi oživljavanju javne sfere.

U novoj okolini problem javnih RTV sustava možemo suziti na pitanje koji društveni i kulturni ciljevi koje pripisujemo radiju i televiziji zahtijevaju posebno određene nekomercijalno usmjerene organizacije u javnom vlasništvu financirane iz javnih sredstava a odgovorne javnosti (Raboy, 1996).

## **Koncept javnoga RTV sustava**

Rasprava o javnom RTV sustavu može pridonositi razumijevanju javne televizije sa središnjom ulogom u oživljavanju aktivne javnosti, što pridonosi porastu demokracije (Hoynes, 1994).

Korijene ideje javnog RTV sustava otkrivamo u prosvjetiteljskom pogledu na javnost i javni prostor u kojemu se odvija socijalna i politička demokracija. Mediji mogu postati snažan izraz i pogonska snaga demokratske prakse unutar javne sfere. Koncept javne sfere odnosi se na arenu, prizorište građanskog diskursa, unutar kojega masovni mediji imaju središnju ulogu, pa trebaju osiguravati mehanizam za uspostavljanje javnoga dijaloga o pitanjima poslova zajedničkog i općeg značenja.

Klasični zapadnoeuropski model javnog RTV sustava trebao bi biti planski izraz te uloge – tradicija zapadnoeuropske demokratske teorije i prakse postavlja načine javne komunikacije u središtu demokratskih procesa, dakle u samu srž ideje civilnog društva (Dahlgren, 1996).

Scannell tvrdi da javna televizija ima dvije bitne značajke: “osiguravanje miješanih emisija na nacionalnim kanalima koji su dostupni svim ljudima”, osiguravanjem široke palete emisija – vijesti, javni poslovi, filmovi, umjetnost, šport – koje su dostupne svim stanovnicima, javna televizija pomaže stvaranju demokratičnijeg javnog života. Javna televizija tako donosi u osobni život – javni život, a u javni život – osobni, što vrijedi podjednako za zabavu i užitek, kao i za informiranje i izobrazbu (Scannell, 1989). Iako jednostavna definicija javnog RTV sustava ne postoji (The Peacock Committee), različiti se autori pokušavaju radi znanstvenog određenja opredijeliti i točno odrediti značajke koje definiraju javni sustav televizije. Korist od tih znanstvenih rasprava je razlikovanje javne službe kao odgovornosti koju država delegira na vodstvo RTV sustava od načina na koji su ta dva vodstva uzimala u obzir tu odgovornost ili je nijekala (Scannell, 1990).

Više autora smatra da javni RTV sustavi djeluju na temelju osam načela i pojašnjavaju da je pritom riječ o visokim standardima, kakvoći i odličnosti, te društvenom obogaćivanju.

### **Zemljopisna univerzalnost – pristup istim uslugama mora biti omogućen svima**

Javni je RTV sustav, povijesno gledano, težio osiguravanju dostupnosti signala svima. Ta težnja nije u povećavanju broja korisnika, već u služenju građanima u demokraciji. Toj smjernici pogoduje i načelo da javna televizija mora biti dostupna svim državljanima, ako svoju publiku definira kao državljane neke države. To načelo su države, jedna za drugom, uspješno ostvarivale.

### **Emitiranje za sve interese i ukuse**

Javni se RTV sustavi trude brinuti za programe koji bi zadovoljavali mnogo različitih ukusa i interesa koji se oblikuju u životu i društvu. Javni RTV sustavi u traženju programa koji bi zadovoljili širok spektar ukusa i interesa, to rješavaju tako da svaki program, bio on namijenjen širokoj ili uskoj – ciljanoj publici, naprave zaista kvalitetno. Autori koji oblikuju programe u javnim sustavima ne očekuju da će uvijek lako uspjeti ugoditi svim ljudima. U takvom pristupu vide točno takvu vrstu populizma kakva prouzrokuje kulturnu prosječnost, jer je kakvoća emisije žrtvovana na račun povećavanja općinstva. Javni RTV sustavi drže se načela da dobro producirani programi

mogu većinu vremena ugadati mnogim ljudima, ponekad čak i svima. Oni teže popularizaciji dobrih programa i tome da oni budu dobro napravljeni. Pritom shvaćaju da nacionalna različitost društva nije isto što i “dati ljudima ono što žele”. Načelo zadovoljavanja različitih interesa javnosti temelj je televizijskih satnica u kojima emisije za sebe podjednako pronalaze mlađi i stariji, gledatelji koji se zanimaju za lokalna pitanja, kao i oni koje zanima nacionalna politika, kako članovi različitih subkultura, tako i pripadnici “srednje struje”. Važan element načela javnih RTV sustava jest da oni ne zadovoljavaju samo očigledne ukuse i interese, već i one latentne koji su možda dio našega potencijala, ali se zbog okolnosti nisu nikada razvili. Javni RTV sustav teži tome da televizija postigne više od samog zadovoljavanja postojećih ukusa; njena uloga je također i u otkrivanju novih obzorja, novih ukusa, novih interesa i potencijala.

### **Emitiranje za manjine**

Karakteriziranje televizije kao medija koji u osnovi služi “mnoštvu” (the mass), uobičajeno je. Javni RTV sustavi shvaćaju velike mogućnosti medija da dopru do mnogo ljudi, ali su se ipak oduprli logici komercijalnih sustava koji gledaju ljude samo kroz statistiku. Velik broj subkulturnih pokreta nastoji pridobiti našu pozornost. Pripadnici različitih jezičnih skupina, vjerskih i kulturnih zajednica trebaju mogućnost izražavanja u političkom i socijalnom diskursu naroda. Glede toga javni RTV sustav ima dvostruku ulogu: na jednoj strani takvim skupinama omogućava pristup i mogućnost da međusobno komuniciraju i izražavaju svoje mišljenje o stvarima kako ih oni vide; s druge strane, javnosti općenito predstavljaju njihovu povijest, interese i odnos prema javnim pitanjima.

### **Emitiranje za nacionalni identitet i zajednicu**

Hoggart vidi jednu od prednosti javnih RTV sustava u tome što omogućavaju narodu da govori samome sebi (Tracy, 1996). Uvijek važno načelo rada javnih RTV sustava jest da oni priznaju poseban odnos prema osjećaju nacionalnog identiteta i šire zajednice. Temeljna funkcija televizije jest služenje cjelokupnom društvu, jer se zdravlje (čvrstoća) svakog društva temelji na razumijevanju individualnih impulsa i njegova oblikovanja kao kolektivne zajednice.

### **Informacijska i obrazovna funkcija**

Najbolji primjer obveze javnih RTV sustava prema publici – državljanima jest činjenica da gotovo svi sustavi na svim stupnjevima brinu za informativni i obrazovni program. Javni RTV sustavi proizlaze iz uvjerenja da je politička i socijalna pismenost, naravno – kao pismenost u osnovnom značenju riječi, preduvjet za demokratsko funkcioniranje države. Prije svega, to se načelo temelji na zahtjevu da se prema gledateljima i prema slušateljima odnosi kao prema odraslim, racionalnim bićima koja su sposobna učiti i razvijati se na mnogo načina.

### **Neovisnost o posebnim interesima i vladi**

To je jednostavno, ali vrlo važno načelo – programi mogu najbolje služiti javnosti svojom kakvoćom i raznolikošću kada su producirani unutar neovisnih struktura. Na programe koji se financiraju oglašavanjem, u ovom ili onom obliku utječe zahtjev za što većom publikom. Pristrani su također i oni programi koje financira vlada. Znamo da je izražavanje predanosti ravnoteži, visokim standardima i zabavi, obrazovanju i informiranju – korisno i važno, premda tom tvrdnjom ne dajemo odgovor na pitanje kako doseći te ciljeve. Ni samo ponavljanje tih ciljeva ne objašnjava zašto je važno da radio i televizija djeluju prema tim načelima.

### **Smjernice u korist oslobađanja proizvođača programa, a ne njihova ograničavanja**

Zakonodavstvo bi se moralo: “više prilagođavati onima koje prvenstveno zanima broj gledatelja; stvoriti siguran prostor za postojanje i djelovanje svih televizijskih i radijskih organizacija, s različitim interesom za različite moguće programe i moguće vrste publike” (Tracy, 1996). Zakonodavstvo bi se također moralo brinuti da više oblike radijskih i televizijskih programa vode odgovorni urednici koji bi shvaćali njihov potencijal i važnost kreativnog rada zaposlenih.

### **Konkurentsko natjecanje glede kvalitete a ne kvantitete emisija /općinstvo kao javnost**

Položaj gledateljstva komercijalne televizije razlikuje se od položaja gledateljstva javne televizije. Politička ekonomija komercijalne televizije znači da je konačni cilj što brojnije gledateljstvo, pa taj sustav zahtijeva odnos prema gledateljstvu kao prema tržištu u kojem su njegovi članovi definirani kao potencijalni potrošači u dvostrukom smislu – ne samo kao potrošači televizijskih emisija, nego i oglašavanih proizvoda. Javna televizija pak shvaća gledateljstvo kao javnost – državljane kojima treba služiti. Problem nastaje zbog toga što se u oba sustava na gledateljstvo neizbježno gleda ili “odozgo” ili “izvana” iz institucionalnog motrišta i u oba slučaja gledatelji su izgubili svoju osobnost.

Načela javne radiotelevizije nisu postavljena jednom zauvijek i njihovo izvođenje je različito od države do države. Taj popis je normativ, željena kombinaciju svih dobrih stvari koje bi RTV organizacije trebale ostvariti. Mnogi tvrde da se u današnjem političkom ozračju javna RTV služba čini poput koncepta koji je nadživio svoje značenje.

Načela javnih RTV sustava oblikovala su se u određenom povijesnom razdoblju. Možemo, dakle, tvrditi da su zastarjela. Ideološki i strukturalni izazovi osamdesetih godina promijenili su većinu javnih ustanova u cijelome svijetu. Problem koji vidimo nije u tome da se još više upotpuni popis načela i zadataka javne televizije, već u načinu da se odredi kako ih primijeniti na postojeće strukture u novonastaloj političko-ekonomskoj okolini. Utjecaj tržišta koji treba služiti “javnom interesu” (sedamdesete i

osamdesete godine), a pokazao se kao neprekidna serija "izdaja" javnosti u širem značenju i služenju interesima manjine, utjecao je na većinu zapadnih društava. Tako postaje jasno da se javna televizija našla u položaju koji je prisiljava na promjene, ako ih uspije preživjeti. Dokle god BBC, RAI, ZDF TVS ostaju stabilni i sposobni ispuniti svoja prvobitna poslanstva, pa se unutar granica određenog kulturnog konteksta odnose prema svom gledateljstvu kao prema ljudima, a ne kao prema statistici, mogućnosti za uspješno prilagođavanje postoje (Tracy, 1996, Dahlgren, 1995).

### **Izazovi**

Javna televizija je, gledano općenito, u teškom položaju. Mora se natjecati za gledateljstvo ako želi politički opravdati svoju službu. Osim toga se također djelomice financira novcem od oglašavanja. Štoviše, cijene programa su zbog ekonomskog nadmetanja na tržištu prekomjerno narasle. Pri odabiru programa treba dakle poštivati ekonomsku logiku kupnje i vrijednost prodaje. S druge se pak strane javna televizija suočava s optužbama da se "sve više komercijalizira" i "stapa" s izborom programa privatnih televizijskih i radijskih društava, pa krši svoju vlastitu programsku obavezu (Hoffman-Reim, 1995). Javna televizija i radio tako su prisiljeni ponovno proučiti svoju namjenu i prirodu svojega postojanja, te svoje poslanstvo. U razdoblju od sedamdesetih do devedesetih godina ovoga stoljeća radio i televizija postali su snažni simboli stapanja ideja o tome kako bi razvijena društva trebala biti organizirana – ne samo ekonomski, već i kulturno, stvarateljski i moralno. Danas postoje dva važna čimbenika koja utječu na javnu televiziju. Prvi je brz razvoj televizijskog sustava koji donosi nebrojeno mnogo kanala glavnih televizijskih društava. Drugi je pak čimbenik ideološkoga značenja.

### **Nova komunikacijska okolina**

Najprimjetnija značajka radija i televizije dvadesetog stoljeća jest činjenica da ih je vlada uvijek bila spremna i čak željela regulirati. Često se pri tome navodi da je regulacija bila "potrebna" te se pokazala kao posebice učinkovit instrument socijalne i političke kontrole. Činjenica koja u sektoru javnih službi najviše upada u oči jest sam porast komunikacija u industrijskom sektoru. Kao primjer možemo navesti da je izvan područja Sjeverne Amerike nakon 1981. godine počelo emitirati 125 novih televizijskih službi koje su 1991. godine još djelovale. Europa je 1995. godine bila bogatija za 33 nova satelitska programa, što je ukupni broj zaokružilo na 186, a prenosilo ih je 28 satelita. Za usporedbu je potrebno navesti financijsku realnost europskih javnih televizija i radija: javno financiranje stagnira ili opada, dok je prihod od oglašavanja u godinama od 1990. do 1994. s 44 posto pao na 28 posto (Tracy, 1996).

U osamdesetim godinama, države su jedna za drugom počele mijenjati ili potpuno iznova definirati svoje javne RTV sustave. Španjolska vlada odlučila je ukinuti monopol javne televizije i osnovala je tri nova nacionalna i pet regionalnih programa. Na osnovi vladine preporuke, švedska je vlada centralizirala i time sačuvala javnu televi-

ziju. (Ideja javne službe ima u Švedskoj veliku potporu, pa se čini da općinstvu odgovaraju kakvoća, integritet i raznolikost programa koje nude javna televizija i javni radio). Također i države Beneluxa zbog svojeg zemljopisnog položaja nisu samo najpokrivenije područje kablskim vezama, već ih dosežu i zemaljski odašiljači više važnih država. Nizozemski je sud 1986. godine dopustio da se i privatnici također mogu zauzimati za operacije koje nadzire država, što sa sudskog motrišta znači presedan (Raboy, 1996). Pripremalo se, također, i novo medijsko zakonodavstvo. Privatni interesi tako stoje iza nizozemskog kanala FilmNet koji se financira pretplatom. Čak je i u Velikoj Britaniji vlada Margaret Thatcher poticala na vrednovanje položaja i namjene BBC-ja stimulirajući razvitak kablskih i satelitskih kanala, te pripremajući teren za peti kanal. Vlada je, također, potpuno promijenila prirodu ITV-a dajući na dražbu njezine franšize i pripremajući C4 na prodaju svojega programskog vremena.

Unatoč tome, postojanje većeg broja kanala ima dvostruki učinak jer je izazov za javnu televiziju i javni radio koji moraju prilagođavati konvencionalni način emitiranja. Posebice u novonastajućim demokracijama ravnoteža ovisi i o sposobnosti uklanjanja poteškoća u oblikovanju novoga javnog RTV sustava i odgovaranju na pritiske za integracijom u globalno medijsko tržište. Pa ipak, kako znamo, javni RTV sustav bio je ustanovljen s ciljem razvitka i demokratizacije. Različitim državnim vodstvima osnivanjem odgovarajućih institucija i razvitkom odgovarajuće javne politike, uspjele je televiziju i radio ustoličiti među poslove od javnoga interesa i Raboy smatra da ne postoji razlog zašto da taj način ne uspije i danas.

Potrebno je ponajprije da svaka jurisdikcija ima jasne ciljeve javne politike kad je riječ o televiziji i radiju. To bi se najlakše postiglo ako bi se neovisnoj agenciji prepušta odgovornost za regulaciju i nadzor nad televizijom i radijem. Nadalje, vlasti bi morale priznati da je neovisnost nužna za radijske i televizijske agencije. One bi pak, u zamjenu za to trebale prihvatiti mehanizme koji bi osiguravali odgovorno provođenje njihovih uloga. Televizija i radio trebali bi biti organizirani i strukturirani tako da zaista najbolje iskoriste sve sustavne izvore (Raboy, 1995).

## **Nova ideološka okolina**

Pitanje koje se postavlja pri usponu novih medija i privatnih zemaljskih sustava, pojavilo se i održalo pomoću još jedne sile na koju javni RTV sustavi ne mogu utjecati i nadzirati je, ali se s njom nužno moraju suočiti. To je ideološko značenje medijskog tržišta koje se proširilo po cijelome svijetu. U posljednja dva desetljeća porastao je izazov samoj ideji javne kulture. Korijene takvoj ideološkoj ortodoksniosti treba tražiti u konzervativnoj političkoj hegemoniji osamdesetih koju je "izumjela" javnost, dezorijentirani svjedok raspada kolektivističkih sustava poratnog razdoblja.

Temeljne promjene događale su se u razdoblju industrijskoga kapitalizma. Tradicionalno je javna regulacija televizije i radija počivala na logici paternalističkog odnosa s općinstvom, koji je onemogućavao da gledatelji i slušatelji imaju spomena vrijednu ulogu pri odlučivanju o tome kakvi se programi za njih stvaraju. Rođenje zakonitosti (logike) komercijalne komunikacije iz temelja mijenja to tradicionalno stajalište, jer donosi potrošače i tržište, a ne državljanu u narodu. Ključno značenje ima

razvitak koji ide u smjeru interaktivnosti. Što pak interaktivnost sama po sebi donosi – drugo je pitanje. Poratno razdoblje temeljilo se na pretpostavkama da na svijetu ima dovoljno zaposlenja za sve, da novac ima čvrstu vrijednost, da je u tijeku razvitak i globalna stabilnost u kojoj žive povezane nacionalne države. Bio je to poredak koji je unutar pojedinačnih nacionalnih granica pretpostavljao nužnu kolektivnu svijest i zajedničko vlasništvo. U sedamdesetima možemo uočiti dva međusobno suprotna socijalna i politička modela koji su se temeljili na drukčijem pristupu demokratskim pravima i slobodama, te drukčijim idejama i međusobnoj povezanosti kulture i ekonomije. Ako tu teoriju primijenimo na RTV sustav, prvi model predlaže tri bitna elementa javne televizije: njezino poslanstvo da osigurava program koji označava protutežu komercijalnoj televiziji, pretežito javno financiranje i participaciju javnosti.

Javna televizija mora biti eksplicitno shvaćena kao intervencionistička institucionalna praksa koja bi trebala pomagati u stvaranju dobrih državljana, a ne poticati i time jačati već postojeće potrebe i zahtjeve potrošača. Suprotna toj ideji je teorija koja tvrdi da je najvažnija potrošačka sloboda, te djeluje na načelu komercijalnoga mota: dajte gledateljstvu ono što traži.

Mnogi autori tvrde da – kad je riječ o komercijalnim aktivnostima - u svijetu konvencionalne televizije i radija postoje dvije struje. Za prvu je važno stajalište da ciljeve javnog RTV sustava nije moguće uskladiti, te ih je nemoguće kombinirati unutar samo jedne službe. Druga pak struja tvrdi da na oglašivačkom tržištu mogu zajedno postojati javni i privatni RTV sustavi i pritom se s obostranom koristi međusobno natjecati. Raboy također govori i o trećem konceptualnom i strukturalnom pristupu – ako se određeni segmenti javne televizije i radija mogu financirati kao komercijalni, zašto ne bi razdijelili prihod od komercijalnog sektora i za financiranje nekomercijalnog? Takav sistemski pristup već su priznale neke države koje svoje nacionalne RTV sustave opredjeljuju kao javne službe.

U osamdesetim godinama sve su važnije institucije javnoga RTV sustava pokušale doseći veću djelotvornost i ekonomičnost pomoću golog produkcijskog procesa, a ne s pomoću ljudskih sposobnosti. Potreba za novim službama, rastući troškovi proizvodnje i djelovanja, te sve glasniji politički, a ponekad čak i javni otpor prema povećanju poreza, javnu su televiziju prisilili na češće pogađanje s Vladom o pitanju vlastitog financiranja. U kasnim osamdesetima, opseg financiranja se smanjio, dok se istovremeno povećalo zanimanje za uvođenje novih tehnologija i privatizaciju, čime je rasprava o javnom RTV sustavu dobila stalno mjesto u parlamentarnim raspravama, bez obzira na to koja je stranka ili koalicija bila na vlasti. Ozbiljnost krize javnoga RTV sustava najbolje pokazuju poteškoće s kojima se taj sustav suočavao u svim državama, tražeći vlastiti novi cilj. Više se ulagalo u razvitak korporativnih strategija koje su se često pokazale samo privremenim rješenjem. Takve su strategije obično značile agresivniju i kompetitivniju satnicu, smanjenje značenja tradicionalnih programskih obaveza, uporabu rejtinških marketinških postupaka, s dobiti povezano uvjerenje u mogućnosti međunarodne trgovine. To je povećalo broj koprodukcija i sufinanciranje, prihvaćanje stajališta komercijalnih financijskih društava u svezi sa stvaranjem kapitala, težnje za što većom organizacijskom “učinkovitošću”, troškovnu djelotvornost, prestrukturira-



nje. Drugim riječima, mislim da se radi o strategiji očuvanja dodira s tehnokratskim zakonitostima i njihovom preuzimanju.

### **Kriza uloge**

Autore koji se bave pitanjem radiodifuzije – kako one koji sudjeluju u procesu stvaranja, tako i one koji problem razmatraju teoretski – počela su zabrinjavati pitanja poput ovih: kako sačuvati stvaralaštvo, raznolikost, kakvoću, pravičnost, dakle cijelu kanonsku strukturu koja je definirala povijest javnog RTV sustava? Kako na primjer BBC ili RAI ili bilo koja druga nacionalna televizija mogu preživjeti? Pitanje koje također mnogi postavljaju jest je li u suvremenom svijetu javni RTV sustav uopće sposoban preživjeti i odigrati neku važniju ulogu?

Diskusija o bilo kojoj društvenoj instituciji uvijek je označena diskursom što ga određuju vrijednosti povijesno prevladavajuće ideologije. Sudbina institucije glede toga uvijek je određena prirodom toga diskursa. Mora postojati konceptualno približavanje ideje koja oblikuje instituciju, te filozofskih, socioloških i kulturnih uvjeta koji diktiraju širi kontekst. Nigdje to nije vidljivije nego upravo na području radio-difuzije. Ako ipak zaključimo da je riječ o disfunkciji između “ideje” i konteksta, sva uvjeravanja o očuvanju, u našem slučaju javnoga RTV sustava, bit će uzaludna. Ipak, ne treba zaboraviti da se u jezgri javnoga RTV sustava unose tako važne ideje kao što su javna korist i javni interes. Proučavanje cilja javnoga RTV sustava može se opisati također i pitanjem o povezanosti između institucija i društva, posebice o stvarima koje se mogu učiniti za društvo. Samo unutar tih važnih pitanja može se razumjeti mogućnost služenja kulturnim vrijednostima, raznolikosti i kakvoći.

Javna televizija mora se boriti za preživljavanje. Ne radi se samo o rejtinzima, već i o pravu prodaje svojih vlastitih emisija. Vlade su jedna za drugom uvodile politiku koja u najboljem slučaju otežava funkcioniranje javne televizije. U gotovo svim slučajevima radilo se o izazovima samoj organizaciji, financiranju i namjeni postojanja javnih televizija. Pa ipak, ta su tri elementa tijesno povezana. Proces promjene unutar javnoga RTV sustava povezan je s ekonomskim, političkim i strukturalnim napretkom koji će potkopati integritet javnih RTV sustava. To bi se moglo označiti i kao globalizacija, povlačenje javne sfere i fragmentacija socijalnog poretka (Tracy, 1996). Javljaju se također i tvrdnje da su različitost i raznolikost uistinu oblikovani društveno, premda im sa strane stoje i novi komunikacijski sustavi koji su se razvili u posljednja dva desetljeća i u svom su temelju individualistički i nekolektivni ili javni, zajednički i povezani.

U industrijskim demokracijama kod javnih RTV sustava slabije je riješen način na koji se prava dvojba, koja je čak i duboko proturječna, upliće u režim javnih politika. Na jednoj je strani u radio-difuziji još moguće pronaći potporu javnom sektoru, dok na drugoj velik dio gorljive potpore ide također prema novim komunikacijskim sustavima, čija sama priroda potiče na razmišljanje o stabilnosti javnih sustava. Nema društva koje ne bi u većoj ili manjoj mjeri gajilo ambicije postindustrijalizma, dakle tehnologija digitalnih komunikacija a time i televizije, s više mogućih pristupa. U vezi s no-

vom televizijom važno je još nešto. Možemo definirati i projicirati više faza prošlosti i budućnosti televizije:

1. 1930. – 1975.: ograničena zemaljska televizija;
2. 1975. – 2000.: višekanalna televizija;
3. 2000. – 2020.: digitalna, interaktivna televizija;
4. 2020. – 2050.: u cijelosti interaktivna televizija;
5. 2050. – video hologrami i virtualna stvarnost.

Dodirna točka svih pet faza je tendencija institucionalizacije medija i preusmjerenje lakoj zabavi. Otkrivaju se očite mogućnosti za nove oblike koji su preživjeli tradicionalno poimanje televizije, posebice javne. Ne govorimo samo o velikom porastu količine jednostavnog, čak trivijalnog programa, koji je važan za komercijalnu televiziju, već također i o neobičnoj, možda čak iracionalnoj pojavi gledanja više kanala odjednom.

Priroda novih komunikacija već u osnovi predstavlja odstupanje od osjećaja kolektivnosti, koji je preduvjet za daljnje postojanje RTV sustava. U sljedećem desetljeću slika komunikacija i društva radikalno će se promijeniti; prevladavat će nove tehnologije i službe, nova tržišta i novo općinstvo. Utjecaj tih promjena već je moguće pratiti serijom unutarnjih promjena u javnim RTV službama u cijelom svijetu. U širem kontekstu postavlja izazov većini nacionalnih televizijskih i radijskih sustava, a odražava se u traženju nove definicije uloga javnih servisa, organizacijskim i strukturalnim promjenama, postojanju nove politike, novim prijedlozima za financiranje javnih RTV sustava, važnim promjenama u programskoj filozofiji i posebice u proučavanju ključnoga pitanja društvenog položaja, traženju novih i djelotvornijih radnih postupaka i povećavanju produktivnosti, te naglašavanju odgovornosti. Bi li javna televizija i radio morali biti oporbni ili popularni, elitistički, univerzalistički ili partikularistički?

## **Interno prestrukturiranje**

Najočitiji aspekt organizacijskih promjena u javnim RTV sustavima bilo je smanjivanje opsega institucija i nastojanje na većoj učinkovitosti. Argument “smanjivanja opsega” u najvećoj mogućoj mjeri iskorištavaju javne televizije i radiji, istovremeno strogo nadzirući cjelokupne troškove te iznimno oprezno ulažući novac. Investicije obično znače nove sustave koji traže manje zaposlenika i uloženi novac što je moguće više “prenose” na ekrane. Taj je proces dobio tolik opseg, da je tvrdnja kako je prevladavajući koncept na području javnih RTV sustava “djelotvornost”, posve prihvatljiva. Teškoća sa “smanjivanjem opsega” je, kako tvrdi više autora, to što nije uvijek jasno kada se treba zaustaviti, posebice kada proces reorganizacije počinje posezati u vitalne, ali teško točno opredjeljive ciljeve, od čega su javna televizija i radio, te preko njih gledatelji i slušatelji, imali mnogo koristi. Jedna od mogućih prikrata u radiodifuznom modelu u kojem uvijek postoje novčani pritisci i time smanjivanje opsega, jest prijelaz iz televizije i radija-producenta, prema televiziji i radiju-izdavaču. Osnovne teoretske argumente za taj model treba tražiti u njegovim mogućnostima predstavljanja više različitih “glasova” iz neovisnog sektora. Pragmatični argumenti

više su ipak povezani s televizijskom ekonomikom, jer je takav model jeftiniji. Ključno je pitanje koje se pritom postavlja: ne prouzrokuje li sužavanje opsega velikih javnih RTV sustava, recimo uvođenjem unutarnjih tržišta te producerskog izbora i promijenjenim načinom financiranja, nekakvu kulturnu anoreksiju?

Potpuno je pak jasno da se u mnogim slučajevima može primijetiti da vodeći ljudi javnih televizija i radija, više nego o programima razmišljaju o djelotvornosti i štednji. Jedna je od posljedica takvih financijskih pritisaka nestanak nekih značajki programa koje su definirale javni RTV sustav. Posvuda je vidljivo da ključni ljudi, vodstvo, svoju ulogu korištenja televizije i radija za postizanje pristojnog društvenog cilja, sve više zamjenjuju s ulogom računovođa.

Najbolju sliku o tome što se događa, vidimo u posljednjim statistikama javnog RTV sustava u Europi. Podaci pokazuju vidljiv razvitak osnovne produktivnosti. Između 1988. i 1994. godine količina godišnjeg programa porasla je za 55%. U istom razdoblju, za 12% se smanjio broj zaposlenih. Te brojke govore o mnogo većoj djelotvornosti u smanjenju cjelokupnih troškova, pojednostavljenim i ekonomičnim organizacijskim strukturama, smanjenju dodatnih službi, novim produkcijskim metodama... Kako kaže izvješće EBU-a: "Javni RTV sustavi morali su posljednjih godina žrtvovati dio svojih prestižnih programa i nadomjestiti ih programima jednostavnijeg značenja". Mnoge organizacije povećale su output jutarnjim i poslijepodnevnim emisijama, te produljenjem programskog vremena na noć. Javne televizije i radiji našli su konstantne odnose među vlastitim, koprodukcijskim i stranim programima. To znači da se previše ne oslanjaju na uvozne programe i njihovo ponavljanje. Cjelokupna količina outputa između godina 1988. i 1992. povećala se za 20%, dok je vlastita produkcija i koprodukcija narasla na 23%. U tom se razdoblju također povećao output emisija svih žanrova, dok su najveći korak naprijed postigle fiktivske emisije (57%), vijesti (45%), informativne emisije (20%). Udio lake zabave povećao se za 10 postotaka (Raboy, 1996). Ipak, europskim javnim RTV organizacijama treba priznati, ako ništa drugo, da im je produktivnost znatno porasla. Izdaci su između 1988. i 1994. godine porasli za 52%, a do godine 1995. još za 8%. Ako uračunamo opću inflaciju, uvećanu unutarnjom inflacijom, uz produženo programsko vrijeme, ustanovit ćemo da su izdaci smanjeni. Drugim riječima – troškovi za programski sat vidljivo su manji.

Svejedno, svaka televizija i radio, ako žele biti uspješni, moraju biti programski orijentirani. Motiv javnih organizacija je politika (policy), a privatnih – profit. Javna televizija i radio teže tome da u svjetlu posebnih programskih ciljeva, djelotvorno zahvate što veće općinstvo.

## Novi oblici financiranja

Treba spomenuti još jednu tendenciju – pritiske za uvođenje novih oblika financiranja, recimo "naruči i plati". Vlade su uvijek zadovoljnije oblicima financiranja koji su za državnu blagajnu bezbolni i moguće ih je prebaciti i na gledatelje i slušatelje. Ipak, taj mehanizam postaje problematičan ako se sjetimo da je prva namjena državnog financiranja javne službe, ne samo osiguravanje sredstava za djelovanje, već štoviše i osiguravanje odmaka između stvaratelja programa i općinstva. Klasična teo-

rija javnih RTV sustava tvrdi da bi financiranje trebalo poticati integritet i beskompromisnost programa, a ne smanjivati ih. Plaćena radio-difuzija stvaratelj i općinstvo povezuje u intiman odnos koji je prožet neizbježnim očitim i snažnim kompromisima. Primjetna je također spremnost traženja više izvora financiranja. Pitanja na koja treba odgovoriti pri traženju novih izvora pogađaju naravno kakvoću programa. Prvo i najvažnije pitanje je kako plaćati javnu komunikacijsku službu. Odakle treba dolaziti novac? Na neki način sve u stvari ovisi o odgovoru na to pitanje. Tradicionalno je novac dolazio iz "javnog novčanika", bilo da je to bila pretplata koju su davala domaćinstva, izravne vladine subvencije, ponekad također obogaćene i dohotkom od sponzorstva, oglašavanje... (Tracy, 1996). Možemo zaključiti da novac može dolaziti iz zajedničkih društvenih izvora ako je politička vlast s javnom potporom spremna postaviti radio-difuziju na prvo mjesto. Iz Kanade je poznat nedavni primjer prijedloga koji tvrdi da bi se smanjenje predviđenog proračuna za javnu televiziju i radio moglo nadomjestiti jednim postotkom predviđenog proračuna za vojsku (Raboy, 1995).

Među vodećim ljudima javnih službi vlada opće uvjerenje da je nužni uvjet za očuvanje odgovarajućeg financiranja – očuvanje općinstva; preduvjet za očuvanje općinstva je emitiranje popularnog programa. Ovdje je riječ prije svega o dva pitanja: kada je to dopušteno i što se točno podrazumijeva pod riječju "popularan". Nagonski poziv javne televizije i radija je da ponude službu bez prostituiranja i da sačuvaju odmak prema općinstvu. Riječ je o pretpostavci da bi se moglo ozbiljno poljuljati sposobnost i želju za stvaranjem kvalitetnih programa, odgajanju kreativnosti zaposlenih, te da će se različiti žanrovi programa javnih službi s vremenom početi stapati a inovativni dokumentarci, dječji programi itd. počat će gubiti svoje značenje. Čini mi se da je ta tvrdnja vrlo nesigurna. Javni RTV sustavi ne bi smjeli prikazivati popularni program, već bi javna televizija svoj prostor morala pronaći na nekom "višem tržištu", gdje bi se mogli prikazivati programi koje na tržištu nije moguće pratiti. U skladu s tom tvrdnjom, javna bi se televizija morala odreći televizijskih igrica, nekvalitetnih limunadnih serija i filmova, te producirati samo ozbiljne drame i filmove, promovirati ozbiljno, odgovorno i analitičko novinarstvo. Tracy kaže da tvrdnja kako javna televizija nudi program koji ne nude komercijalne televizije gubi na vjerodostojnosti i retoričkoj snazi. Paleta žanrova koje nude novi mediji jednaka je, ako ne i šira od onih koje nalazimo u javnim službama. Činjenica je da raznolikost žanrova nije bilo, a ni sada nije, najvažnije pitanje. Načelo koje se skriva iza povezanosti sa širokim rasponom raznovrsnih emisija je ono po kojem je samo na taj način moguće prikazivati mnoštvo kao oblik čovjekove egzistencije. Nešto drugo je povezanost kakvoće i visokog standarda; dakle, značenje različitih žanrova ne treba tražiti u njihovoj aritmetičkoj ulozi stvaranja raznolikosti, već je važnija priroda programa unutar određenog žanra. Iz te perspektive treba, dakle, prirodu javne televizije odrediti kao dužnost, da određeni program – bez obzira na žanr – mora biti načinjen po najvišim mjerilima kakvoće. Ipak se velik broj autora pita kakva je uopće budućnost države i kakvo društvo uopće želimo. Jezgra problema je pitanje kakvo društvo, politiku i ekonomiju države žele. Ako društvo ne odredi svoje vlastito značenje u širem smislu, teško će odrediti značaj svoje televizije i radija. Nacionalna službe, ako opravdavaju svoj naziv,

svejedno moraju slijediti programske vrednote koje na neki način govore cjelokupnom društvu.

## Programske strategije

Javni RTV sustav posvuda se izložio konkurenciji privatnih komercijalnih postaja četirima kategorijama:

- strategijom status quo: kada javni RTV sustav nije imao sredstava za odgovor na izazov ili je htio zadržati tradicionalnu ulogu;
- strategijom oporbe – tako da javni RTV sustav sačuva svoje posebne funkcije i istovremeno se približava programima komercijalne televizije;
- strategijom djelomične konfrontacije koja uključuje i traženje komplementarnosti (Splichal, 1995).

U uvjetima postojanja većeg broja kanala, javna je televizija prisiljena razvijati programske strategije koje joj pomažu u izdavanju od komercijalno usmjerenih suparnika. S druge strane, i u komercijalnim programima slijedimo tendencije uključivanja tradicionalnih omiljenih elemenata i programa javnih službi. Prema Hoffmann-Riemu možemo odrediti više strategija koje javni RTV sustavi mogu upotrijebiti:

1. Prvi se model oslanja na ovakav tip programa: ako se komercijalne televizije usredotočuju na zabavu i drugačiji oblik vijesti, javna bi televizija trebala ponuditi dokumentarce, igre, obrazovne emisije, emisije umjetnosti i znanosti. Ali, ta formula tjera u kut javnu televiziju jer joj ne dopušta mogućnost izvedbe programa koji sadrže i elemente zabave, što je kod mnogih gledatelja jedna od najvažnijih stvari koju očekuju od televizije. Taj model također previda činjenicu da svi programi mogu biti različiti, kako ih oblikuje privatna televizija.
2. Drugi model prednost daje općinstvu: zato što komercijalne televizije, posebice one koje se oslanjaju na oglašavanje, prikazuju programe koji su namijenjeni najširem mogućem mnoštvu, javna bi se televizija morala brinuti prvenstveno za interese manjina. Taj model ne samo da se izlaže jednakim prigovorima kao model temeljen na tipu programa, već također isključuje većinu koja ima upravo takvo pravo na njegove koristi.
3. Treći model je jedini koji bi javnim RTV sustavima mogao omogućiti jednaku vrijednost i istovremenu različitost u odnosu na komercijalne televizije. Njegova vodilja mora biti kakvoća, a razlike taj model ne vidi u različitim programima, već u njihovoj funkciji, gratifikaciji, standardima i kakvoći.

Javna televizija i javni radio još su uvijek posebice snažni na području informativnih programa. Predstavljanje pozadine i konteksta informacija, analiza problema i predstavljanje mogućih rješenja, te savjeti koji se tiču individualnih problema, svakodnevna su osnovna područja odgovornosti javnih RTV sustava. Zabavni programi na javnoj televiziji i javnom radiju trebali bi biti usmjereni na poticanje mašte, a ne na njeno potiskivanje. Njihove značajke trebale bi ostati kompleksnost, potencijal i nesigurnost, a sve to označava ljude. Konflikte koje predstavljaju trebali bi poticati na promišljanja o interesima, značenjima, tabuima i preferencijama koje proizlaze iz stvarnoga života.

## Načela demokratskog javnog RTV sustava

Na kraju se ukratko podsjetimo načela demokratskog javnog RTV sustava, kako ih zanimljivo, pa ipak idealistično, vidi Hoynes u svojem djelu:

1. društveno vlasništvo (social ownership) najvažnije je načelo jer omogućava implementaciju svih drugih načela;
2. raznovrsnost koja znači mnoštvo različitih perspektiva stvorenih iz pluralnosti skupina i političkih razlika;
3. participacija – komunikacijske strukture moraju omogućavati uključivanje aktivnih državljana;
4. interakcija – osigurava više od samo jednosmjernog komuniciranja;
5. kritika – proizlazi iz različitosti (političkih) motrišta.

Prvo načelo je društveno vlasništvo. To je vjerojatno najvažnije od pet načela, jer omogućava izvođenje ostalih. Javna televizija možda nije daleko od društvenog vlasništva. Da bi ona mogla postojati kao jedinica u društvenom vlasništvu mora biti nešto više nego samo neprofitna organizacija koja službeno nije dio državnoga sektora. Ona mora biti financijski neovisna o tržišnim silama i državnom uplitanju. Pravo je pitanje kako oblikovati strategiju traženja pouzdanog dotoka sredstava za javnu televiziju, bez preusmjerenja prema komercijalnim izvorima, a da se pritom ne zahtijeva uvijek više od države sve opterećenije i proračunskim manjkom? Oni koji su za slobodno tržište i njegovu sposobnost poticanja inovacija, predlagat će snažnije uključivanje javne televizije u tržište. Oni koji se pak boje utjecaja tržišta tvrdit će da je javna televizija važno javno dobro koje država mora podupirati. Zato se još ratobornije treba boriti za vladina sredstva. Javnu televiziju u društvenom vlasništvu financirali bi oni (Hoynes nudi primjer iz američkog medijskog sustava) koji novac zarađuju iz sadašnje organizacije televizijske industrije. Glavne oglašivače koji koriste televizijske mreže za poticanje prodaje u cijeloj državi oporezivali bi na količinu novca koju upotrebljavaju za reklame. Porez bi morale plaćati i televizijske postaje koje imaju pretplatnike. Oporezivala bi se još i prodaja dopuštenja za emitiranje, te dobitak svedržavnih mreža i mjesečnih postaja. Vjerojatno je da će se troškovi tih poreza barem djelomice s oglašivačca prenijeti na potrošače u obliku viših cijena. Zbog te mogućnosti plan će možda biti lakše prihvatljiv za poduzetničku zajednicu, premda će potrošači morati plaćati barem dio troškova za javni RTV sustav. To je svakako manja cijena za zdraviju javnu sferu. Sam postupak ozakonjavanja takva poreza zasigurno će naići na snažno suprotstavljanje poduzetničke zajednice. Dobra strana takvog sustava bit će jako povećana sigurnost financiranja javne televizije. Opet će postati jasno da su televizijske frekvencije vlasništvo javnosti i da je njihovo komercijalno korištenje samo jedan od mogućih televizijskih sustava.

Drugo načelo je raznovrsnost. Sustav javne televizije treba uvijek osiguravati pogled s različitih motrišta. Vrijedi napomenuti da u devedesetim godinama ima mnogo kritika na račun onih koji se zauzimaju za raznolikost, kao da su zagovornici tog načela diktatorski nastrojeni. U okviru izgradnje snažne javne sfere, različitost treba shvaćati kao jedan od važnijih zadataka. Raznovrsnost je u najširem značenju riječi bitna za demokratsko društvo. Demokracija ne znači samo odobravanje odluka koje

donosi elita. Demokratsko je ono društvo u kojemu državljani sudjeluju u najrazličitijim raspravama koje pomažu u oblikovanju postupaka donošenja odluka. To nije ni lako, niti ide uvijek glatko. Zapravo se čini da u demokratskom društvu više cijenimo neslaganje nego konsenzus.

Demokracija, dakle, znači raznovrsnost. Demokratska javna sfera je prostor u kojemu je moguće objaviti različita motrišta iz najrazličitijih kutova gledanja. Demokratski sustav javne televizije mora zadaću raznovrsnosti uzimati ozbiljno. Mora nadići jednostavno poistovjećivanje različitosti i multikulturalnosti (iako je to važan prvi korak) i razumjeti potrebu traženja nesuglasja i prepirki – što je često prava antiteza odnosa današnje javne televizije, pa i one komercijalne. Javna televizija davat će svoj dio za zdravu javnu sferu onda kada bude služila kao prostor za objavljivanje različitih pogleda, posebice onih izvan okvira službenoga konsenzusa. Time će se ona sigurno razlikovati od komercijalne televizije, koja rijetko, ako uopće ikada, skreće na stranu. Tako će javna televizija također postati prostor u kojemu se rađaju nove zamisli koje će biti izložene raspravi i izazovima, i gdje će stare zamisli biti predmet temeljitih istraživanja. Usmjeravanjem na raznovrsnost koja potiče na neslaganje i nesuglasja, sustav javne televizije može snažno pridonositi demokračičnom javnom životu.

Treće je načelo participacija. Demokračičnome javnom životu vjeran sustav javne televizije mora razviti metode za djelatno uključivanje državljana. Suvremeni teoretičari demokracije naglasili su da participacija na jednom području može omogućiti participaciju na drugim područjima. Patemanova, na primjer, tvrdi da participacija na radnom mjestu ljude priprema na širu političku participaciju. Ona kaže da je “u teoriji participativne demokracije glavna zadaća participacije ... obrazovna u najširem smislu, pri čemu uključuje i psihološki vidik, jednako kao i stjecanje prakse u demokračičkim vještinama i procedurama” (Pateman, 1970:42). Kaže da participacija i na drugim područjima življenja – ne samo na usko određenom političkom prostoru – “jednako tako može pojedincu omogućiti da više uzima u obzir povezanost javne i zasebne sfere. U okviru participativnoga društva, značenje njegove (sic!) odluke za individualno bi se promijenilo, jer ne samo da bi on bio zaseban pojedinac, već bi imao obilje mogućnosti da postane obrazovan javni državljani” (Pateman, 1970:110). Ukratko, participacija može poslužiti kao ključ za premošćivanje prepreka između privatne i javne sfere, te oživljavanje demokračičnog javnog života. Za participaciju će trebati praksa. Istovremeno, participacija na više područja pomaže stvaranju demokračične javne sfere u kojoj državljani sudjeluju pri donošenju odluka. Javna televizija može također poticati i djelatno uključivanje državljana pri oblikovanju programa. Pristup javnoj televiziji bio bi velik korak naprijed prema tome da televizijski valovi zaista postanu javni. Kellner opaža važnu ulogu, javnosti dostupne televizije za demokračični komunikacijski sustav. Kaže da “pojedinci imaju tamo gdje djeluju javnosti dostupni sustavi, obećanu, iako ne dovoljno istraženu priliku za produkciju i kabelsko emitiranje vlastitih televizijskih emisija” (Kellner, 1990:208). Javnosti dostupne postaje državljanima ne daju samo mogućnost da pripremaju svoje emisije, već osiguravaju i učenje uporabe videoopreme, čime pomažu pojasniti tehnologiju koju svaki dan gledamo toliko sati. Javna bi televizija morala koristiti veću participaciju državljana kao veliku prednost. Budući da samo javna televizija ima takav ustroj koji je sposoban razviti participativni

sustav, to će biti važno mjerilo razlikovanja javne televizije od suparnika. Postoji li uopće kakav bolji način za pridobivanje javnih pristaša koji će osiguravati važnu potporu ljudi od omogućavanja istinske participacije? Na kraju, javna će televizija s participativnijim ustrojem postati vitalnija ustanova javnoga života i pripremati državljane na participativne uloge na drugim područjima društvenoga života.

Četvrto načelo – interakcija – usko je povezano s participacijom. To znači da demokratska televizija mora dopustiti nešto više od jednostavnije komunikacije. Participativniji sustav koji bi državljanima dopuštao izradu vlastitih emisija načinit će velik iskorak prema dvosmjernoj televiziji, premda će takav sustav omogućavati pristup samo manjem dijelu stanovništva. Trebamo potražiti način da svakodnevno iskustvo televizije bude manje pasivno i više interaktivno. Ukratko, moramo razviti takvu strukturu da ljudi mogu odgovarati natrag u televiziju. Tako se televizija mijenja iz distribucijskoga u komunikacijski sustav. Ne bismo smjeli podcjenjivati snage koje će potiskivati novu tehnologiju u smjeru neposredne promocije i oglašavanja proizvoda umjesto u smjeru razvitka interaktivnijega televizijskoga sustava. Bez pritiska za prodavanje proizvoda koji opterećuju komercijalnu televiziju, javna televizija ima priliku da počne razvijati interaktivnu tehnologiju kako bi naglasila javni život. Vjerojatno je da će se pri tome raditi o malim kratkoročnim koristima, ali o velikim dugoročnim prednostima. Javna je televizija u najboljem položaju da iskoristi prednost nove tehnologije za demokratske ciljeve. Javnoj televiziji ne bi bilo teško rasporediti te tehnologije za razvitak mjesnih i nacionalnih interaktivnih diskusijskih emisija. Pri tome bi osvojila neka područja koja su prisvojili kabelski sustavi. Istovremeno, gledatelji moraju razmišljati o tome kako da se organiziraju da bi mogli odgovoriti onima koji pripremaju javnu televiziju. Interaktivna tehnologija ne zahtijeva od državljana da oni osnivaju mjesna ili nacionalna udruženja promatrača koja tvore strukturu za zajednički odgovor javnoj televiziji. U nekim zajednicama takve organizacije već postoje. Kratkoročno, javna televizija mora jasnije naglasiti značenje odaziva javnosti i poticati državljane na djelatnije uključivanje u rad mjesnih postaja i u nacionalni sustav javne televizije.

Peto načelo demokratskoga sustava javne televizije je kritičnost. Bit demokratskoga RTV sustava je sposobnost kritičkog proučavanja i ocjenjivanja glavnih ustanova, a ne samo ukazivanje poštovanja tim ustanovama. U vrijeme Zaljevskoga rata nedostatak većine medijskih izvješća bio je u njihovu slavodobitnomu tonu. Mediji su se predstavili kao članovi iste skupine kao i vojska i daleko su nadišli svoju ulogu obilježavanja ili pozdravljanja vojne pobjede. Zasigurno sva društva imaju prostor za takvo ponašanje, premda je jasno da demokratski mediji nemaju zadaću igranja takve uloge slavodobitnoga klicanja. Demokratska javna televizija mora si za svoj glavni cilj zadati kritičnost. Takva kritičnost nije nužno pristrana u užem značenju riječi, već bi trebala biti više perspektivna. To znači da bi kritička analiza morala dolaziti iz različitih političkih stajališta, od stručnjaka do laika. Prema njoj bismo se trebali odnositi kao prema dijelu neprestanog procesa kritičke rasprave. Ako bi trebali postati narod “kritičkih mislilja”, kako to predlaže velik dio literature s područja obrazovanja, moramo početi preispitivati način na koji možemo upotrijebiti televiziju da ona pobudi takvo razmišljanje. Za javnu televiziju bit će posebice važno da razvije strategiju za kritičku



analizu samoga televizijskoga medija. Razvitak samosvjesnoga kritičkog pristupa s posebnim naglaskom na kritičnosti prema televiziji, dostižan je kratkoročni cilj javne televizije.

## **Zaključak**

Osamdesete su godine bile vezane uz tržište jednako kao što su se prijašnja razdoblja posvećivala kolektivističkom konceptu javne kulture. Potreba za promjenama na području javnoga RTV sustava počiva na pretpostavkama o neuspješnosti tih ranijih razdoblja i važnosti tržišnih vrijednosti u svim područjima, uključujući radio-difuziju. Ipak, osamdesete godine i sirovo nametanje tržišnih sila često se diskreditiraju; javna televizija ne bi se smjela zadovoljavati marginalnim mjestom, već nadalje tražiti mogućnosti dodira s gledateljima. Nacionalna javna televizija morala bi nadalje voditi mnogo ljudi, tako da istovremeno sudjeluju u određenim iskustvima, te bi tako na neki način združeni trebali predstavljati snagu trenutka podijeljenog s drugima. Raboy kaže da “ako se javni RTV sustav želi posvećivati pravim interesima svoje publike, mora ponovno odrediti jedan od svojih najcjenjenijih ciljeva: utvrđivanje, cementiranje nacionalnoga jedinstva”. Mislim da je ključ uspjeha javne televizije u koherentnom, skladnom razmišljanju i strukturi, te konzistentnom i snažnom financiranju. Svako javno istraživanje o uvjetima i budućnosti javne televizije najprije će morati raščistiti s tim pitanjima. Odgovor na sva ostala pitanja donijet će njihovo rješenje. Svako istraživanje takve vrste moralo bi, dakle uzimati u obzir osnovne promjene u organizaciji i financiranju javne televizije. Postoji li potreba za potpunim prestrukturiranjem javne televizije, ako želimo postaviti temelje nacionalne programske službe? Nadalje bi ispitivanje trebalo također proučiti oblike financiranja, a u tom se procesu ne bi smjeli zaustavljati ni pred čime. U obzir bi trebalo uzeti također i proširenje logike komercijalnih izvora prihoda i oglašavanja. Oglašavanje samo po sebi nije glavni uzrok komercijalizacije javne televizije (konačno, kombinirano oglašavanje – oglašavanje i novac od pretplate – znači zaštitu pred ovisnošću o samo jednom izvoru financiranja i time pred ovisnošću o subjektima koji određuju visinu financiranja. Uz to je minimalno financiranje iz oglašavanja također važan poticaj javnim RTV sustavima, jer upozorava da i oni moraju svoje ciljano općinstvo tražiti u širem mnoštvu, a ne samo ispunjavati praznine). Problem je u opasnosti da povećano oglašavanje preraste u vlasništvo i nadzor nad sustavom. Ako se, pak, ta opasnost spriječi, oglašavanje postaje samo novac za plaćanje programa. Ako to nije tako, kako onda objasniti uspjeh britanskog ITV-a koji se financira oglašavanjem, a svejedno je producirao nekoliko izvrsnih programa? Vrednovanje tih strukturnih pitanja moralo bi biti nužan i središnji dio svakoga ispitivanja o budućnosti javne televizije. Nema, naime, posebnoga smisla ustrajati na institucijama koje nemaju prave i jasne namjene. I program koji radio i televizija mogu ponuditi uvijek je poosobljenje i svjedok svojega značenja. Konačno, javnu televiziju ocjenjujemo gledajući njezin učinak i njezine programe. Ipak, društvo treba kompetentnu televizijsku službu i mislim da sama ideja javne televizije i radija, dobro organiziranih i financiranih, u sebi sadrži odgovarajući potencijal.

Tvrdim da se javni RTV sustav mora, ako želi preživjeti, i dalje razlikovati od privatnoga sektora. To bi se moglo postići ne samo razlikovanjem na programskoj razini, već i u pogledu strukturne organizacije. To dvoje je nedjeljivo. Dijeljenjem moći i nadzora nad radio-difuzijom između više skupina moguće je postići raznovrsniji program. Iako je unutarnji pluralizam ideal, željen a nikada do kraja ostvaren u javnim RTV sustavima, svejedno je vrijedan očuvanja. Unutarnji pluralizam javnih RTV sustava ne može nadomjestiti vanjski pluralizam koji se temelji na logici slobodnoga tržišta.

Preveo Tomislav Šikić

## LITERATURA:

- Ang, I. (1991) *Desperately Seeking the Audience*. New York: Routledge.
- Ang, I. (1987) "The Vicissitudes of Progressive Television". *New Formations 2 (Summer)*, 95-96
- Aufderheide, P. (1991) "Public television and the Public Sphere", *Critical Studies in Mass Communication 8 (2)*.
- Avery, R. u Repper, R. (1980) "An Institutional History of Public Broadcasting", *Journal of Communication 30 (3)*, 126 – 138.
- Bennet, W. L. (1988) *News: The Politics of Illusion*, 2<sup>nd</sup> Edition. New York: Longman.
- Beveridge Committee (1951) Report of the Broadcasting Committee (Beveridge Report), Cmnd. 8116. London: HMSO.
- Blakely, R. (1971) *The Peoples Instrument: A Philosophy of Programming for Public Television*. Washington D.C.: Public Affairs Press.
- Blumler, J. G. u: Wolfgang Hoffmann-Riem (1922) "New Roles for Public Television in Western Europe: Challenges and Prospects", *Journal of Communications 42 (1)*, 20-36.
- Blumler, J. G. (1992) *Television and the Public Interest*. London:Sage.
- Blumler, J. G. (1992) "Public Service Broadcasting Before The Commercial Deluge. U Blumler (ed.), *Television and the Public Interest: Vulnerable Values In West European Broadcasting*. London:Sage
- Boyd-Barret, O. i Newbold, C. ed.(1995) *Approaches to the Media. A Reader*. New York: Arnold.
- Cambell, D. C. i Joyce B. Campbell (1978) "Public Television as a Public Good", *Journal of Communication 28*: 52-62.
- Campbell, E. (1994) "Pluralistic perspectives: Development of Broadcasting in France and Germany", *Mass Communication Review 21 (3-4)*, 187-209.

- Carnegie Commission on the Future of Public Broadcasting (1979) *A Public Trust*. New York: Bantam.
- Collins, R. i Purnell J. (1996) "The Future of the BBC". V *Javnost/The Public*, 3, 2: str. 71-81.
- Collins, R. (1993) "Public service versus the market, ten years on: Reflections on critical theory and the debate on broadcasting policy in the UK", *Screen* 34 (3), 243-259.
- Corner, J. ed. (1991) *Popular Television in Britain: Studies in Cultural History*. London: British Film Institute.
- Corporation for Public Broadcasting, Task Force on Public Participation in Public Broadcasting (1978) *Public Participation in Public Broadcasting*. Washington D.C.: CPB.
- Cohen, J. L., Arato, A. (1992) *Civil Society and Political Theory*. Cambridge: MIT Press.
- Collins, R., Garanham, N. i Locksley, G. (1988) *The Economics of Television: The UK Case*. London: Sage.
- Collins, R. (1989): "The language of advantage: satellite television in Western Europe", *Media, Culture and Society* 11 (3), 351-371.
- Collins, R. (1990): *Satellite Television in Western Europe*. London: Academia Research Monographs, John Libbey.
- Corcoran, F. (1996) Arts Council of the air: Switching Attention from the Service to the Programme. V *Javnost/The Public*, 3,2: str. 9 – 22.
- Curran, J. i Seaton, J. (1994) *Power Without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain*. London: Routledge.
- Euromedia Research Group (1992) *The Media in Western Europe*. London: Sage.
- Emanuel, S. (1992): Culture and Space: The European cultural Channel, *Media, Culture and Society* 14, str. 281-299.
- Dahlgren, P. i Sparks, C. (ed.) (1991) *Communication and Citizenship*. London: Routledge.
- Dahlgren, P. (1995) *Television and the Public Sphere*. London: Sage.
- Entman, R. (1989) *Democracy Without Citizens*. New York: Oxford
- European Television Task Force (1988) *Europe 2000: What kind of Television*. Manchester: The European Institute for the Media.
- Frank, R. E. i Greenberg, M. G. (1982) *Audiences for Public Television*. Beverly Hills: Sage.
- Garnham, N. (1986) "The Media and the Public sphere". U Golding, Murdock and Schlesinger, eds., *Communicating Politics*. New York: Holmes and Meier.
- Garnham, N. (1989) "Editorial", *Media, Culture and Society* 11 (1), 3-4.

- Garnham, N. (1990) *Capitalism and Communication: Global culture and the Economics of Information*. London: Sage.
- Garnham, N. (1995) "Comments on John Keane's Structural Transformations of the Public Sphere", *Communication Review* 1 (1), 23-25.
- Habermas, J. (1989) *The structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Holtz-Bacha, C. (1991) "From Public Monopoly to a Dual Broadcasting System in Germany", *European Journal of Communication* 6: 223-233.
- Hoynes, W. (1994) *Public Television for Sale. Media, the Market and the Public Sphere*. Boulder. Westview.
- Javnost-The Public* (1996) Public Service Television, Special Issue 3, 2.
- Katz, H. (1989) "The future of Public Broadcasting in the U.S.", *Media, Culture and Society* 11: 195-205.
- Keane, J. (1982) "Elements of a Radical Theory of Public Life: From Tonnies to Habermas and Beyond", *Canadian Journal of Political and Social Theory* (3): 11-49.
- Keane, J. (1991) *The Media and Democracy*. London: Polity Press.
- Keane, J. (1984) *Public life and Late Capitalism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Keane, J. (1995) Structural Transformations of the Public Sphere. *Communication Review* 1 (1), 1-22.
- Kumar, K. (1986) "Public Service Broadcasting and the Public Interest". U C. MacCabe in O. Stewart, eds., *The BBC and and Public Service Broadcasting*, 58-59. Manchester University Press.
- Lashner, M. A. (1977) "The Role of Foundations in Public Broadcasting, II: The Ford Foundation", *Journal of Broadcasting* 21 (2): 235-253.
- Livingstone, S. i Lunt, P. (1994) *Talk on Television*. London: Routledge.
- MacDonald, J. F. (1990) *One Nation Under Television*. New York: Pantheon.
- Macy, J. W., Jr. (1974) *To Irrigate a Wasteland*. Berkeley,: University of California Press.
- Mancini, P. (1991) "The Public Sphere and the Use of News in a Coalition System of Government". U P.Dahlgren in C. Sparks, eds., *Communication and Citizenship*, 137-156. London: Routledge.
- McDonnell, J. (1991) *Public Service Broadcasting: A Reader*. London: Routledge.
- McQuail, D. i Euromedia Research Group (1990) "Caging the Beast: Constructing a framework for the Analysis of Media Change in Western Europe", *European Journal of Communication* 5 (2-3), str. 313-331.
- McQuail, D., de Matteo, R. i Tapper, H. (1993) "A Framework for the Analysis of Media Change in Europe in the 90s". U Siune, K. i Truetzschler, W. for Euromedia

- Research Group: *Dynamics of Media Politics. Broadcast and Electronic Media in Western Europe*, 8-25. London: Sage.
- Meyrowitz, J. (1985) *No Sense Of Place*. New York: Oxford University Press.
- Millwood-Hargrave, A (1992) *Sex and Sexuality in Broadcasiting*. London: John Libbey.
- Murdock, G. (1990) "Redrawing the Map of the Communications Industries: Concentration and Ownership in the Era of Privatisation". U Ferguson, Marjorie, ed., *Public Communication: The New Imperatives*, 1-15. London: Sage.
- Negrine, R. i Papathanassopoulos, S. (1991) "The Internationalization of Television", *European Journal of Communication* 6 (1), str. 9-32.
- Negrine, R. (1994) *Politics and the Mass Media in Britain*, 2<sup>nd</sup>. edition, London: Routledge.
- Neuman, W. R. (1991) *The Future of the Mass Audience*. New York: Cambridge University Press.
- Pateman, C. (1970) *Participation and Democratic Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pepper, R. M. (1979) *The Formation of the Public Broadcasting Service*. New York: Arno Press.
- Petley, J. i Romano, G. (1993) "After The Deluge – Public Service Television in Western Europe", u Dowmunt, T. ed., *Channels of Resistance*: London: BFI.
- Postman, N. (1985) *Amusing Ourselves to Death*. New York: Viking.
- Price, E. M. (1995) *Television, The Public Sphere, and National Identity*. Oxford: Clarendon Press.
- Public Broadcasting Service (1985) *Who Watches Public Television?* Alexandria, VA: PBS Research.
- Raboy, M. (ed.) (1996) *Public Broadcasting for the 21<sup>st</sup> Century*. Luton: John Libbey Media.
- Scannell, P. (1990) "Public Service Broadcasting: The History of a Concept. U A. Goodwin, Whannel, G., eds., *Understanding television*. London: Routledge.
- Scannell, P. (1989) "Public Service Broadcasting and Modern Public Life", *Media, Culture and Society* 11: 135-166.
- Seaman, W. R., (1992) "Active Audience Theory: Pointless Populism", *Media, Culture and Society* 14 (2), str.301-311.
- Sepstrup, P. (1989) "Implications of current developments in West European Broadcasting", *Media, Culture and Society* 11 (1), str. 29-54.
- Sepstrup, P. (1990) *Transnationalization of Television in Western Europe*. Academia Research Monographs 5. London: John Libbey.
- Sola de Pool, I. (1983) *Technologies of Freedom*. Cambridge: Belknap Press.

- Sparks, C. (1993) "Public Service Broadcasting in Europe: Does it have a Future?", *Teorija in Praksa*, 11-12, str. 1169-1178.
- Splichal, S. (1991) "Slovenska RTV vstopa v Vzhodno Evropo", *Delo, Sobotna Priloga*, 18.05.1991., 23.
- Splichal, S. (1995) Prihodnost javnih medijev v Sloveniji. V Slovenija po letu 1995. Knjižna zbirka Teorija in Praksa, Ljubljana. FDV: str. 171 – 189.
- Sholar, S. E. (1994) "Habermas, Marx and Gramsci: Investigating the Public Sphere in Organizational Communication and Public Relations Courses", *Journal of Communication Inquiry* 18:2, str. 77-92.
- Tracey, M. (1996) The Triumph of the Populism. Unpublished manuscript.
- Tunstall, J. (1977) The Media Are American. London: Constable.
- Verstraeten, H. (1996) "The Media and the Transformation of the Public Sphere", *European Journal of Communication* 11, str. 347-371.
- 

**Zala Volčič**

## **The Survival of Public Television**

### **SUMMARY**

Public broadcasting systems are looking for a new role everywhere in the world. In this paper, the author has attempted to identify the strengths and weaknesses of the existing systems of public television, the challenges that they face, and their possible restructuring. She singles out two key factors that affect public television today: rapid development of broadcasting systems and the issue of ideology. The underlying principles of modern, democratic public broadcasting systems are analyzed and compared with those of commercial television systems, which operate alongside the public systems. Commercial systems develop more lowbrow programmes intended for the wider audiences and relying on advertising and the profit motive. This leads to a general lowering of programming standards and impoverishment of national cultures. Quoting other media theorists, the author stresses that – if they are to survive – public broadcasting systems must differ from commercial ones and develop appropriate programming strategies to achieve this objective.