Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet, Niš

DOI 10.5937/kultura1237328V

UDK 654.197:008(497.11)

istraživački rad

KULTURA KAO DEO PROGRAMSKOG SADRŽAJA TELEVIZIJE BEOGRAD – JAVNOG MEDIJSKOG SERVISA SRBIJE

Sažetak: *Od 2006. godine kada je Radio-televizija Srbije počela proces transformacije u javni medijski servis, pred Televiziju Beograd postavljani su programski zahtevi karakteristični za visoke standarde javnog servisa. U ovom radu analizira se program o kulturi, kao jedan od pokazatelja uspešnosti transformacije Televizije Beograd u javni servis, s obzirom da je reč o programu koji je značajan za širenje znanja i ostvarivanje obrazovne funkcije medija, kao i za očuvanje kulturne baštine i kulturnog identiteta naroda. Više od pola veka kulturni program je zauzimao značajno mesto u programu Radio-televizije Srbije, koja je postavila kako autorske tako i produkcijske standarde vredne pažnje. Cilj ovog rada je da se ustanovi mesto i uloga sadržaja posvećenih kulturi na Televiziji Beograd. Polazna hipoteza je da temama iz kulture danas nije posvećeno dovoljno prostora na Televiziji Beograd. Konceptija formata poznatog kao „Kulturno-obrazovni program“, čini se, nije najbolje rešenje jer se i u „konglomeratu“ raznovrsnih programskih sadržaja mesto za kulturu nalazi na marginama.*

Ključne reči: *Radio-televizija Srbije, javni servis, program o kulturi, Kulturno-obrazovni program, programski standardi*

Uvod¹

Pre više od dve decenije jedna od emisija Programa o kulturi Televizije Beograd² bila je „Kultura bede, beda kulture”. Urednica emisije bila je Isidora Sekulić, a voditelj Dragan Babić. U emisiji se govorilo o posrnuću socijalizma i aktuelne ideologije posle pada Berlinskog zida, samoupravljanju kao kvazidemokratskom sistemu, o bedi kulture lišene slobode i autonomije. Emisija je emitovana u vreme samoupravljanja! U vreme kada se dičimo demokratskim tekovinama, veku u kome svaki dan donosi nove tehničko-tehnološke standarde koji prevazilaze mogućnosti starih, u vremenu kada živimo nekada futuristički zamišljeno Makluanovo (Marshall McLuhan) “globalno selo”, dobu digitalnih platformi kada nam je umetnik, umetnost i delo dostupno da ga doživimo, tumačimo sada i odmah, kultura preživljava na marginama medijskih sadržaja. Da li je naziv emisije “Kultura bede, beda kulture” proročki najavio mesto programa o kulturi u godinama kada je Radio-televizija Srbije počela proces transformacije u javni medijski servis?

Priča o kulturi na Televiziji Beograd najčešće izgleda ovako: o srpskom romanopiscu u 60 sekundi gledaoci Drugog dnevnika Televizije Beograd biće informisani samo ukoliko postane dobitnik NIN-ove nagrade, ili o svetskom ukoliko dobije Nobelovu nagradu. O kulturnim događajima, manifestacijama, o umetnosti i umetnicima mesta u informativnim emisijama ima u bloku o kulturi samo ukoliko su dnevno aktuelni ili značajni na medijskoj sceni. Opet, to je uslovljeno aktuelnim vestima koje pristižu u redakciju tako da, ukoliko pred samo emitovanje ili u toku stigne aktuelna vest, prvo što se „skraćuje“ je kulturna rubrika. Neretko se događa da se u Drugom dnevniku ne emituje nijedna rubrika iz kulture jer jednostavno „ponestalo je minuta”. U tržišnim i komercijalnim uslovima poslednjih decenija čini se da je najviše stradala kultura. Nauštrb kulturnih rubrika emituju se reklamni blokovi, dok se minuti posvećeni dobitnicima prestižnih književnih nagrada ustupaju popularnim folk i pop zvezdama udovoljavajući na taj način (ne)ukusu publike. Da li se kulturi dogodila decenija u kojoj su je „pojeli skakavci“ tražeći svoje mesto u neravnopravnoj konkurenciji sa popularnim formatima poput rialiti programa (reality shows) ili sa zahtevima publike za što više sati zabavnog programa. Osim informativne i zabavne, jedna od najvažnijih funkcija novinarstva jeste i

1 Rad je u okviru Projekta Ministarstva nauke Republike Srbije “Civilno društvo i religija” broj 179008.

2 Televizija Beograd deo je RTS-a, odnosno Javnog medijskog servisa Srbije. Televiziju Beograd čine Prvi i Drugi program. Deo nje su i RTS SAT i RTS Digital koji nisu predmet ovog rada jer je reč o satelitskom i eksperimentalnom programu.

edukativna funkcija. Ukoliko bi se opredeljivali prema (ne)ukusu najšire publike ne vodeći računa o kulturnim vrednostima došli bi u opasnost da: „Prilagođavajući se opštevažećim društvenim normama, kulturnim obrascima i kulturnoj industriji, bez moći da utiče na stvaranje autentičnih ljudskih potreba, pojedinac je primoran da snižava svoj ukus i odrekne se sopstvenog izbora. Oslanjajući se na najšire slojeve nekultivisane publike, sveopšta komercijalizacija čini da se serijski proizvodi sve ono što je dobro bude prihvaćeno na tržištu“³.

Dugotrajan i složen proces transformacije od državne televizije u javni medijski servis, Radio-televizija Srbije počela je 2006. godine sa postavljenim zahtevima usklađenim prema evropskim i svetskim standardima javnih servisa, kao što su nezavisnost programa od političkih i ekonomskih uticaja, obezbeđivanje raznovrsnosti programa visokog kvaliteta, poštovanja ljudskih prava, kao i pluralizam mišljenja.

Položaj kulture u programu Javnog medijskog servisa Srbije posmatračemo u ovom radu kao jedan od indikatora ostvarivanja funkcije javnog servisa, pre svega kada je reč o kvalitetu i raznovrsnosti programa. U ovom radu analizirano je učešće programa o kulturi Prvog i Drugog programa Televizije Beograd u odnosu na zastupljenost ostalih programa ovih kanala Javnog medijskog servisa Srbije. Cilj istraživanja je da se ustanovi mesto i uloga sadržaja posvećenih kulturi u Javnom medijskom servisu Srbije. Polazna hipoteza je da temama iz kulture nije posvećeno dovoljno prostora na Televiziji Beograd.

Javni medijski servis

U svetu je javni medijski servis⁴ u krizi, pa je ova praksa nametnula i preispitivanje koncepta javnog servisa. Bez obzira na promene koje stoje pred javnom radio-difuzijom, treba podsetiti da “javna radio-difuzija ima posebno uvaženo mesto u evropskoj medijskoj politici, kao vitalni element demokratije i važan deo evropske kulture. Smatra se da je njen zadatak da nudi alternativu komercijalnoj televiziji, štaviše da podigne njen standard. Ipak, digitalizacija i konvergencija komunikacionih i informacionih tehnologija, kao i konkurencija komercijalnih emitera,

3 Božović R., *Lavirinti kulture*, Beograd 1984, str. 35.

4 O ranim shvatanjima koncepta javnog servisa, kao i o principima i funkcijama javnog servisa videti više u Matić J., Kome je odgovoran javni servis, u: *Monitoring medijske scene u Srbiji*, publikacija III, Beograd 2010, str. 11. Savremeno shvatanje javnog radiodifuznog servisa iznosi Rade Veljanovski u knjizi *Javni RTV servis u službi građana*, Beograd 2005, str.28. Principi javnog servisa navedeni su u zbirci dokumenata i tekstova *Radio difuzija javnog servisa u tranziciji* (Prajs M. i Reboj M., *Radio-difuzija javnog servisa u tranziciji*, Beograd 2002).

doveli su do ogromnih pritisaka na javne radio-televizije širom Evrope, prisiljavajući da se njihova osnovna uloga – nezavisno delovanje u odnosu na političke i ekonomske interese – preispita u novim okolnostima”⁵. Do krize javnog servisa u zapadnoj Evropi dolazi kada se televizijska tržišta otvaraju za komercijalne televizije. Sve do osamdesetih godina prošlog veka frekventni spektar bio je pod kontrolom države, a za to su postojala dva razloga: ograničenost frekventnog spektra i veliki i neposredni uticaj televizije. U to vreme, kritike javnog servisa odnosile su se na veću transparentnost kada su finansije u pitanju, a sve glasnije su bile i primedbe koje su se ticale privilegovanog položaja javnih televizija kada je finansiranje u pitanju, i uticaja koje na njih vrše vlada i političke stranke. Kasnije kritike se sele na teren kvaliteta programa i javne televizije se optužuju za “zaglupljivanje” programa do koga dolazi kao posledica tržišne borbe sa komercijalnim televizijama.

Javni medijski servisi u zemljama u tranziciji doživeli su istu sudbinu: proces transformacije iz državnih televizija u javne servise dodatno je otežan pravilima borbe koje na televizijskom tržištu nameću komercijalni emiteri. To se naravno odrazilo i na kvalitet programa i na vrstu programske ponude – dolazi do tabloidizacije programa i do smanjenja sadržaja čija je gledanost mala, bez obzira na značaj programa. To se odnosi i na kulturni program. Što se tiče budućnosti javnog radiodifuznog servisa, u zemljama u tranziciji ona nije tako izvesna, konstatuje se u istraživačkom izveštaju EUMAP-a „Televizija u Evropi: regulativa, politika i nezavisnost”: „Zapravo, rasprostranjena ravnodušnost u stručnim krugovima i javnosti prema ulozi javnih televizija u ovim zemljama ne bi trebalo da bude iznenađenje. Ona je prouzrokovana novinom samog koncepta javnih medija, kao i činjenicom da nastajući ili nominalni javni servisi nisu uspeli da stvore program koji bi se u očima publike dovoljno razlikovao od programa komercijalnih televizija i stoga bio vredan podrške”⁶.

Javni servis u Srbiji definiše Zakon o radio-difuziji⁷. Naime, ovaj dokument donet 2002. godine uvodi koncept javnog radiodifuznog servisa u Srbiji. U članu 4 kaže: „Javni radiodifuzni servis: proizvodnja, kupovina, obrada i emitovanje informativnih, obrazovnih, kulturno-umetničkih, dečijih, zabavnih, sportskih i drugih radio i televizijskih programa koji su od opšteg interesa za građane, a naročito u cilju ostvarivanja njihovih ljudskih i

5 *Televizija u Evropi: regulativa, politika i nezavisnost*, Istraživački izveštaj, OSI/EU Monitoring and Advocacy Program, Beograd 2005, str.21.

6 Ibid, str. 24.

7 Zakon o radio-difuziji, 28. septembar 2012, <http://www.parlament.rs/narodna-skupstina-.872.html>

građanskih prava, razmene ideja i mišljenja, negovanja političke, polne, međunacionalne i verske tolerancije, kao i očuvanja nacionalnog identiteta”⁸.

Program o kulturi

U širokom spektru zahteva koje pred Javni medijski servis Srbije postavlja Zakon o radio-difuziji, nalaze se i sadržaji iz kulture. Glavni zadatak javnog servisa je da proizvodi i emituje programe informativnog, kulturnog, umetničkog, obrazovnog, verskog, naučnog, dečjeg, zabavnog, sportskog i drugih sadržaja kojima se obezbeđuje zadovoljavanje potreba svih građana. U članu 77 ovog zakona traži se još „raznovrsnost i izbalansiranost sadržaja kojima se podržavaju demokratske vrednosti savremenog društva, a naročito poštovanje ljudskih prava i kulturnog, nacionalnog, etničkog i političkog pluralizma ideja i mišljenja”⁹. Kad je reč o raznovrsnosti programa, Zakon o radio-difuziji pravi jasnu razliku između komercijalnih emitera i javnih radio-difuznih ustanova. Raznovrsnost programa nije obaveza, ali je kvalitet sadržaja programa nužan za sve. Član 68 obavezuje da programi svih emitera „doprinosu podizanju opšteg kulturnog i saznanjog nivoa građana”¹⁰.

Program o kulturi doprinosi kako širenju znanja tako i kulturnih obrazaca i očuvanju kulturnih identiteta i tradicije naroda. Otuda i veliki značaj ovog programa. U ukupnoj televizijskoj produkciji, programi o kulturi oduvek su činili „pouzdanu kariku“, dok su urednicima i autorima ovog programa omogućavali avangardu, eksperiment i svojevrsnu avanturu u stvaralačkom izrazu. Program o kulturi Televizije Beograd, koji je zaživeo početkom 60-tih godina prošlog veka, imao je značajnu ulogu u popularizaciji kulturnih vrednosti. Poslednjih decenija XX veka, na Druhom programu Televizije Beograd emitovane su kultne emisije¹¹ tog programa koje su postavile estetske, novinarske, produkcijske standarde. Miodrag Ilić smatra da su emisije iz zlatnog doba programa o kulturi, među kojima se izdvaja „Petkom u 22.00“ postigle cilj i „uspele da sintetizuju misao o kulturi i samu kulturu u obliku stvaralaštva, i da to učine bitno različitim, da inoviraju televizijski izraz većom ulogom kamere i montaže”¹². Program o kulturi na popularan način objašnjava ono što se kamerom zabeleži u galeriji, na pozornici ili u koncertnoj dvorani

8 Ibid., str. 3.

9 Ibid., str. 30.

10 Ibid., str. 27.

11 Emisija “Petkom u 22.00” emitovale se od 1971. godine kada je počeo sa emitovanjem Drugi program. Urednik je bila Zora Korać. Emisija je predstavljala dinamičan kolaž razgovora u studiju i unapred snimljenih inserata.

12 Ilić M., *Rađanje televizijske profesije*, Beograd 2006, str. 184.

i to ne samo malobrojnim vrsnim poznavateljima i stručnjacima već većini gledalaca. Upravo zato je Televizija Beograd "odigrala nemerljivo značajnu ulogu u popularizaciji kulturnih vrednosti, upućujući ljude na dobru knjigu, film, pozorišnu predstavu, likovna ostvarenja..."¹³.

Značaj Programa o kulturi niko ne spori. Međutim, u periodu transformacije državne u javnu televiziju kao što u informativnom programu, zbog pristigle političke vesti, nema minuta za rubriku o kulturi, tako i u podeli para za programske aktivnosti, po pravilu, na „dnu liste“ nađu se zahtevi za produkciju nove ili inoviranje postojeće emisije iz kulture. „Godine raspada Jugoslavije, ratovi, kolone izbeglica od kojih najveći broj i dalje živi u uslovima „privremenog smeštaja“, nezapamćena inflacija, sankcije, bombardovanje, kazneno zatvaranje Srbije prema svetu i obrnuto, permanentna kriza pojačana aktuelnim talasima svetske recesije, nezaposlenost, odliv "mozgova", zaostajanje u razvoju za ostalim zemljama Evrope i regiona, urušavanje sistema vrednosti, negativne tendencije u zapošljavanju i obrazovanju stanovništva, svrstavanje natpolovične većine građana među funkcionalno nepismene i polarizacija medija na manjinu niskotiražnih, relativno kvalitetnih (elitnih?) i većinu relativno popularnih, tabloidnih, negativno su se odražavale na opšti nivo kulture i, posebno, na njeno mesto u medijima"¹⁴. U tome se ni Televizija Beograd ne razlikuje od ostalih redakcija kulture medija u Srbiji. „Redakcije kulture gotovo svih srpskih medija ušle su u bolan i naporan proces transformacije na koji se odražava, naravno, opšta kriza vrednosti u društvu. Ove rubrike ipak, uz određenja lutanja, pronalaze svoj smisao"¹⁵. Društvene nauke su, smatra Rus-Mol (Stephan Russ Mohl), zanemarene u medijima.

Teme iz kulture nisu predstavljene jedino kroz kulturno-umetnički program. Ima ih i u srodnim programima: obrazovnom, školskom, dečjem, a često i u informativnom programu. Prateći dešavanja u oblasti kulture, objavljivanjem priloga sa likovnih i vajarskih izložbi, filmskih, pozorišnih, operских predstava, koncerata domaćih i svetskih koncertnih majstora i operских pevača, informativne emisije često prate i rad budžetskih korisnika: ministarstva kulture, pozorišta, fakulteta i drugih ustanova za čiji je rad javnost zainteresovana. Imajući u vidu moć medija, posebno televizije kao najgledanije, jasno je koliki značaj može imati program posvećen temama o kulturi i kultur-

13 Ibid., 184.

14 Todorović N., Tretman knjige u srpskim medijima (1), *CM Časopis za upravljanje komuniciranjem* br. 12, Novi Sad i Beograd 2009, str.143.

15 Rus-Mol Š., *Novinarstvo*, Beograd 2005, str. 203.

nim stvaraocima. Zbog toga neke medijske kuće, posebno one koje imaju status javnog servisa, u svojoj organizaciji imaju izdvojenu redakciju za kulturu. Ovu redakciju ima i Televizija Beograd, koja pored informativnog i zabavnog proizvodi i kulturno-obrazovni program. U okviru njega postoje: Redakcija za kulturu, Dokumentarna redakcija, Dečja i školska redakcija, Redakcija igranog i serijskog programa, Redakcija za nauku i obrazovanje i Redakcija za kulturu. Ona proizvodi emisije iz kulture i umetnosti koje su poseban predmet analize.

Program o kulturi u Javnom medijskom servisu Srbije

Istraživanja koja se odnose na televizijski program o kulturi su retka i neaktuelna, a informacije o gledanosti ovog programa mogu se naći kroz analize celokupnog programa komercijalnih televizijskih stanica i javnog servisa. Jedno od njih, „Raznovrsnost TV programa u Srbiji“¹⁶ analizira raznovrsnost programa šest televizijskih stanica: RTS 1, RTS 2, TV Pink, TV B92, RTV 1 i RTV 2 tokom novembra 2008. godine. Analiza pokazuje da su programi Javnog medijskog servisa Srbije raznovrsniji od komercijalnih televizija, ali da najviše vremena sve televizije posvećuju istim vrstama programa. Informativni, igrani, zabavni, oglasni i sportski program su najzastupljeniji, a najmanje ima programa posvećenog kulturi i umetnosti, deci i obrazovanju. Kada je o kulturno-umetničkom programu¹⁷ reč, u istraživanju se zaključuje: „Komercijalne TV stanice nemaju nikakvu formu kulturno-umetničkog programa. Međutim, ni program javnog servisa ovog žanra nije obiman. RTS 1 je emitovao ukupno osam emisija u ovoj programskoj kategoriji, odnosno u proseku jednu dnevno. Polovina od toga odnosila se na proces snimanja TV serije „Gorki plodovi“, koja se prikazuje na ovom kanalu, pa je bila u funkciji promocije same serije, ali i Radio-televizije Srbije kao njenog koproducenta“¹⁸. Za razliku od kanala RTS 1 koji je podlegao komercijalizaciji, ulogu javnog servisa preuzima RTS 2 koji emituje sve vrste programa. Ipak, istraživanje pokazuje da ni tu nema stalnih emisija koje prate pojedine oblasti kultura, osim emisije „Trezor“ koja prikazuje vredna dela iz istorije televizije u Srbiji.

Da RTS 1 emituje gledane sadržaje, pre svih informativni i zabavni program, potvrđuje i istraživanje Republičke radiodifuzne

16 Matić J., Raznovrsnost TV programa u Srbiji, u: *Medijski skener*, priredila Valić Nedeljko D., Novi Sad 2009, str. 24-70.

17 Emisije iz kulture i umetnosti obuhvataju oblast književnosti, pozorišta, filma, fotografije, televizije i drugih mas-medija, likovne umetnosti, arhitekture, dizajna, umetničkog muzičkog stvaralaštva i opštu kulturu.

18 Ibid., 51.

agencije koja je ovlašćena da vrši zakonski nadzor nad radom javnog servisa, pod nazivom „Uporedna analiza zastupljenosti programskih sadržaja 2009–2011”¹⁹. Istraživanje obuhvata RTS 1 i RTS 2, ali i komercijalne televizije sa nacionalnom dozvolom. Zaključak je da javni servis nudi najraznovrsniji program, posebno RTS 2, ali da je žanrovska struktura nedovoljno izbalansirana. Komercijalne nacionalne televizije ne nude raznovrstan program, a kada je reč o kulturno-umetničkim emisijama TV Pink, TV Avala i Prva srpska televizija nisu emitovale takvu vrstu sadržaja. I na RTS 1 program o kulturi iz godine u godinu beleži zabrinjavajući pad. Sama činjenica da je Program o kulturi Javnog medijskog servisa Srbije deo kulturno-obrazovnog programa²⁰ navodi na zaključke da je nekada program koji je postavljao standarde stvaralaštva ovog televizijskog izraza samo jedan segment “konglomerata” skupih i pre svega produkcijski zahtevnih programa na marginama i, u podeli sredstava od ukupnog kolača, uglavnom na “čekanju” prilikom plana proizvodnje emisija.

Prema istraživanju gledanosti nacionalnih televizijskih kanala i njihovih programa koje je sproveo Centar za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma Radio televizije Srbije u prvoj polovini 2011. godine pod nazivom „Gledanost programa sa nacionalnom pokrivenošću u prvih šest meseci 2011”, a upoređujući ih sa istim istraživanjem u prvoj polovini 2010. godine, udeo programa o kulturi i umetnosti u ukupno emitovanom programu Televizije Beograd kreće se od 0,1 do 8,2 odsto. Tabele koje slede pokazuju gledanost RTS 1 i RTS 2 kanala prema vrstama programa u prvih šest meseci 2010. i 2011. godine.

19 Uporedna analiza zastupljenosti programskih sadržaja 2009 – 2011. 27. septembar 2011., http://www.rra.org.rs/uploads/useruploads/PDF/2266-uporedna_%20analiza_zanrovi_FINAL.pdf

20 Prema podacima internog dokumenta, koji je redakcija kulturno-obrazovnog programa dostavila generalnom direktoru Aleksandru Tijaniću 1. novembra 2011. godine navodi se da je ova redakcija realizovala 154 emisije, a po oblastima: kultura i umetnost (23), dokumentarna (12), rubrika istoriografije (2), dramski i domaće serije (12), dečji i školski (35), dečja rubrika (15), školska rubrika (20), obrazovno- naučni program (35). Ovaj dokument sadrži i spisak emisija koje su u pripremi. Od 224 u okviru kulture i umetnosti planirano je svega 19. Obrazloženje za nerealizovanje neke od njih je sve teža materijalna situacija Javnog medijskog servisa Srbije, pre svega neredovan i sve niži stepen naplate preplate.

Vrste programa RTS1	Učešće u emitovanom programu %	Prosečna gledanost (Rating) %	Udeo u gledanost i (Share) %	Učešće u emitovanom programu %	Prosečna gledanost (Rating) %	Udeo u gledanost i (Share) %
	januar-jun 2010. god.			januar-jun 2011. god.		
Informativne emisije	32,5	6,3	30,1	33,6	5,8	27,6
Dokumentarne emisije i kratkometražni filmovi	4,5	4	21,5	5	3,7	20,8
Emisije iz kulture i umetnosti	0,6	3,9	15,4	0,1	4,3	20,1
Verske i emisije o religiji	0,8	1,8	21,5	0,7	1,1	17,5
Emisije iz nauke i o popularnoj nauci	0,5	2,8	17,7	-	-	-
Obrazovne emisije	1,1	4,3	18,4	1,1	3,8	19,3
Muzičke emisije	1,6	2,5	13,6	0,7	1,7	16,3
Dečje emisije	2,9	4,7	18,2	2,3	5	19,4
Igrane serije i serijali	17,4	6,5	25,2	20,7	5,6	23
Filmski program	11,8	4,8	20,6	12,6	4,1	18,8
Zabavne emisije	7,9	7,9	27,4	9,3	6,6	23,7
Sportske emisije	8	7,8	28,4	4,1	8,4	27,5
Komercijalni sadržaji	9,3	5	22,5	8,5	4,5	21,1
Ostali sadržaji izvan emisija	1	3,9	22,6	1,2	3,2	20,5

Tabela 1

Vrste programa RTS2	Učešće u emitovanom programu %	Prosečna gledanost (Rating) %	Udeo u gledanost i (Share) %	Učešće u emitovanom programu %	Prosečna gledanost (Rating) %	Udeo u gledanost i (Share) %
	januar-jun 2010. god.			januar-jun 2011. god.		
Informativne emisije	20,6	1,3	5,8	20	1,3	5,9
Dokumentarne emisije i kratkometražni filmovi	8,9	0,6	3,3	11,2	0,6	2,9
Emisije iz kulture i umetnosti	6,3	0,5	2	8,2	0,5	2
Verske i emisije o religiji	2,4	0,6	2,5	2,6	0,5	2,3
Emisije iz nauke i o popularnoj nauci	2,8	0,9	3,8	2,1	0,8	3,3
Obrazovne emisije	6	0,7	3	8	0,6	2,9
Muzičke emisije	7,7	0,4	2,8	10,4	0,4	2,7
Dečje emisije	4,8	0,5	2,6	6,2	0,6	2,8
Igrane serije i serijali	3	1,2	3,4	2,5	1,7	3,7
Filmski program	6,2	1,3	5,3	3,1	1,5	4,5
Zabavne emisije	1,8	0,6	2,8	2,5	0,7	3,6
Sportske emisije	24,3	1,8	7,2	18,2	1,5	6,7
Komercijalni sadržaji	3,9	1,2	3,6	4	0,9	3,4
Ostali sadržaji izvan emisija	1,2	1,1	4,1	1	0,8	3,3

Tabela 2

Na Prvom programu RTS-a, koji je, prema istom istraživanju, i najgledaniji kanal u analiziranom periodu, emisija o kulturi i umetnosti bilo je najmanje u 2011. godini, 0,1 odsto učešća u emitovanom programu, a u 2010. godini 0,6 odsto. Manje od toga bilo je emisija iz nauke i o popularnoj nauci. Emisije o kulturi i umetnosti češće su emitovane na kanalu RTS2. U odnosu na prvu polovinu 2010. godine, procenat je u istom periodu 2011. godine porastao za 1,9 odsto učešća u emitovanom programu. To je bio najčešće emitovani program posle informativnih emisija, sportskog programa, dokumentarnih emisija i kratkometražnih filmova i muzičkih emisija.

Zaključak

Zastupljenost sadržaja iz kulture, kao i ukupno učešće ove programske vrste na Prvom programu Javnog medijskog servisa Srbije beleži trend pada. U ukupnom programu od januara do juna 2011. godine na ovom kanalu kultura je bila zastupljena tek sa 0,1 odsto. Da li ima opravdanja za gotovo nestanak ove vrste

programa sa najgledanije, po svim istraživanjima, televizije u Srbiji koja, da podsetimo, ima status Javnog medijskog servisa Srbije? Upravo u ovom posmatranom periodu uočava se da sa prosečnom gledanošću od 4,3 odsto kao i porastom udela gledanosti od 20,1 odsto interesovanje gledalaca za ovaj program evidentno postoji. Ako podatke uporedimo sa istim vrednostima koje se odnose, na primer, na muzičke emisije, kod kojih bi očekivali veće vrednosti, jasno se očitava, pored znatno većeg prisustva emisija u ukupnom programu (2010 – 1,6; 2011 – 0,7), da je prosečna gledanost i udeo u gledanosti u korist emisija iz kulture i umetnosti. U prilog emisija o kulturi i opravdanosti veće zastupljenosti u programu, navodi nas i upoređivanje ovih vrednosti ostalih vrsta programa. Otuda opravdanost pitanja zašto su emisije programa o kulturi “proterane” sa najgledanijeg programa Javnog medijskog servisa? Razloge možemo tražiti u sve više izraženoj trci za rejtingom koja nastaje kao plod komercijalizacije medija. Tako je i u drugim zemljama. Istraživanje 20 televizija u Evropi pod nazivom „Televizija u Evropi: regulativa, politika i nezavisnost” otkrilo je da javni radiodifuzni servisi sve više liče na komercijalne televizije, pokušavajući da pobede u borbi za publiku.

S obzirom da je program o kulturi značajan za širenje znanja i ostvarivanje obrazovne funkcije medija, on bi mogao biti jedan od pokazatelja uspešnosti transformacije Televizije Beograd u javni medijski servis. Iako je talas komercijalizacije medijskog sektora nezadrživ, program o kulturi zadržao je svoje mesto na Televiziji Beograd. Za razliku od pada udela emitovanog programa o kulturi na kanalu RTS 1, procenat udela ovog programa beleži rast od 1,9 odsto na kanalu RTS 2. Zbog toga se može zaključiti da je program o kulturi na RTS-u zadržao svoje mesto bez obzira na procese koji vode ka eroziji kvaliteta. Za razliku od drugih nacionalnih a komercijalnih emitera, emisije posvećene kulturi ipak postoje. Kultne elitne emisije programa o kulturi koje se emituju na programima RTS-a više od dve decenije kao, na primer, “Nedeljom uveče”, “TV teatar” ili nedeljni magazin “Metropolis” sačuvale su autonomiju i autentičnost. Svakog četvrtka u trajanju od 30 minuta, urednički tim: Mirjana Bjelogrić, Nada Valčić Lazović, Maja Skovran, Radmila Radaković i Danijela Purešević potpisuje emisiju “Metropolis” koja sadrži niz analiza, kritika, komentara i TV eseja, kao i ekskluzivne razgovore sa domaćim i stranim stvaraocima iz oblasti kulture. Svaki od publici prezentovanih sadržaja obojen je jakim autorskim zapisom, originalnošću i eksperimentom, odnosno kvalitetom koji se i očekuje od ovog programa. Da Javni medijski servis Srbije ne odustaje od proizvodnje kulturnog programa, i pored sveopšteg nedostatka sredstava za proizvodnju skupih vrsta programa među kojima je i ovaj, potvrđuje nova emisija u 2012. godini

pod nazivom "Vidik". Naime, pod sloganom "Program širokih vidika" kulturno-obrazovni program u ovoj godini počeo je sa realizacijom debatne emisije koja sama po sebi, po zamisli autora, nosi poruku ovog programa i javnog servisa gledalištu. Emisiju koja se emituje na Drugom programu RTS-a realizuju Redakcija za kulturu i naučno-obrazovni program. Naizmenično, petkom u 22.00, urednice Jasmina Vujnović Milošević i Jasmina Vrbavac gledaocima donose odbacivanje stereotipa i favorizovanje individualnosti naspram kolektivnih mišljenja i obrazaca, baš kako je u maju i obećano od uredničkog tima. Interesovanje gledališta za Program o kulturi i sa ovom emisijom se potvrdilo, o čemu svedoče i komentari gledalaca na sajtu RTS-a na podkastu emisije "Vidik".

LITERATURA:

Božović R., *Lavirinti kulture*, Beograd 1984.

Ilić M., *Rađanje televizijske profesije*, Beograd 2006, str. 184.

Martin Š. i Viringa S., *Radio*, Beograd 2000.

Matić J., Kome je odgovoran javni servis, u: *Monitoring medijske scene u Srbiji*, publikacija III, Beograd 2010.

Matić J., Raznovrsnost TV programa u Srbiji, u: *Medijski skener*; priredila Valić Nedeljković D., Novi Sad 2009, str. 24-70.

Prajs M. i Reboj M., *Radio-difuzija javnog servisa u tranziciji*, Beograd 2002.

Rus-Mol Š., *Novinarstvo*, Beograd 2005.

Televizija u Evropi: regulativa, politika i nezavisnost, Istraživački izveštaj, OSI/EU Monitoring and Advocacy Program, Beograd 2005.

Todorović N., Tretman knjige u srpskim medijima (1), *CM Časopis za upravljanje komuniciranjem* br. 12, Novi Sad i Beograd 2009, str. 143-170.

Uporedna analiza zastupljenosti programskih sadržaja 2009 – 2011, 27 septembar 2011, http://www.rra.org.rs/uploads/useruploads/PDF/2266-uporedna_%20analiza_zanrovi_FINAL.pdf

Veljanovski R., *Javni RTV servis u službi građana*, Beograd 2005.

Zakon o radio-difuziji, 28 septembar 2012, <http://www.parlament.rs/narodna-skupstina-.872.html>

Tatjana Vulić, Marija Vujović and Anka Mihajlov-Prokopović
University of Niš, Faculty of Philosophy, Niš

CULTURE AS A SEGMENT OF THE PROGRAM OF TV
BELGRADE – PUBLIC MEDIA SERVICE OF SERBIA

Abstract

Since 2006, when Radio Television of Serbia has started the process of transformation into a public media service of Serbia, the Belgrade Television has set program requirements specific to high public service standards. This paper analyzes its cultural program as an indicator of how successful this process of transformation into a public media service has been, since this program is relevant to the dissemination of knowledge and realization of the educational function of the media as well as for the preservation of cultural heritage and cultural identity of our nation. For more than half a century Radio Television of Serbia has nurtured this kind of program schemes and has set valuable standards in the author's approach as well as production. The aim of this paper is to determine the place and role of contents dedicated to culture on Belgrade Television. The premise is that cultural topics have not been devoted enough space on Belgrade Television. It seems that the concept of "Cultural and educational program" does not offer the ideal solution and that culture itself, being one of numerous contents is on the margins.

Key words: *Radio Television of Serbia, public media service, cultural program, cultural and educational program, program standards*