

Љубица Љ. Крминац¹
Универзитет уметности у Београду,
Факултет драмских уметности
Београд (Србија)

316.774/.775:654.17/.19(497.11)
Преїледни научни рад
Примљен 28/04/2021
Измењен 05/12/2021
13/05/2022
Прихваћен 15/05/2022
doi: [10.5937/socpreg56-32041](https://doi.org/10.5937/socpreg56-32041)

ЈАВНИ МЕДИЈСКИ СЕРВИС У СРБИЈИ – ИЗАЗОВИ И ПЕРСПЕКТИВЕ ИЗ УГЛА ПРОФЕСИОНАЛАЦА²

Сажетак: У тексту су представљени резултати дела истраживања о начинима на које запослени у Радио-телевизији Србије (у даљем тексту РТС) виде и разумеју друштвену улогу, функционалност и специфичности овог медија као јавног медијског сервиса (у даљем тексту ЈМС). У фокусу су уредници оперативног ранга РТС-а и њихове перцепције функција и начела ЈМС-а, односно спровођење тих функција и начела кроз различите форме програмских садржаја. Емпиријско истраживање је, методом фокусне групе, показало да уредници који имају значајну улогу у производњи програма имају свест и знање о функцијама ЈМС-а, али недовољно познају његова начела. Испитивање је указало на значајну неподударност између званичне уређивачке политике РТС-а и ставова испитиваних уредника о уређивачкој политици функционалног ЈМС-а.

Кључне речи: јавни медијски сервис, Радио-телевизија Србије, функције, начела, фокусгрупно истраживање

УВОД

Јавни медијски сервис је од момената увођења у медијски систем Србије постао предмет истраживања домаћих комуниколога. Поред успостављања независног регулаторног тела за електронске медије, трансформација државног радија и телевизије у самосталног емитера са мандатом јавног медијског сервиса била је темељна тачка реформе медијског система у склопу транзиције Србије у парламентарну тржишну демократију (Jakubowicz, 2004; Veljanovski, 2009). Комуниколошка истраживања су редовно пратила процес трансформације државног медија РТС-а у јавну медијску установу, указујући на његове проблематичне аспекте и разлоге структурне природе (Milivojević, 2012), као и легислативне (Marko, 2017), финансијске (Matić & Valić

¹ krminac@hotmail.com

² Рад је настао на основу самосталног научно-истраживачког рада, под називом: „Улога програмских садржаја и људских ресурса у развијању комуникацијске праксе јавних медијских сервиса“.

Nedeljković, 2014) и друге, који онемогућавају РТС да у потпуности остварује функције ЈМС-а, посебно у погледу пружања публици диверсификованог и кредибилног информативног садржаја (Matić, 2014; Nikolić, 2018). У фокусу истраживања је била и позиција ЈМС-а на медијском тржишту и однос публике према овом медију и у односу на друге медије са националном фреквенцијом и све израженијом конкуренцијом комерцијалних емитера (Ipsos, 2015), као и чињеница да РТС готово две деценије од трансформације у јавни медијски сервис не располаже студиозно дефинисаном, широко елаборираном и јавно доступном стратегијом развоја (Poročić, 2017).

Међутим, у дефициту су истраживања о перцепцији и донетима ове промене виђене изнутра, од стране запослених у РТС-у, који су главни носиоци трансформације. У том контексту, овај рад је опредељен за попуњавање уочене празнине на основу јединственог емпиријског истраживања.

Истраживање је настало из потребе да се направи научно утемељена и релевантна рекапитулација актуелног статуса и студиозна анализа функционалности система РТС-а као ЈМС-а у тренутку када у друштву постоји изражена поларизација у ставовима у погледу његовог деловања.

Предмет истраживања је уредничка перцепција РТС-а, кроз категорије функција и начела ЈМС-а, док је циљ рада био да се утврди да ли и колико уредници познају и примењују ове категорије у производњи програмских садржаја. Полазна хипотеза је формулисана на основу резултата иницијалног фокусгрупног истраживања (Matić & Valić Nedeljković, Hrvatin, Petković, 2014) и непосредних професионалних запажања аутора: уредници оперативног ранга у РТС-у не располажу прецизним познавањем принципа, односно начела ЈМС-а, на којима би требало да су засновани уређивачка политика, програмски концепти, интерни продукциони стандарди и процедуре. Значај испитивања ових тема произилази из чињенице да се само строгим поштовањем функција, начела, стандарда и процедура конципирају и реализују програмски садржаји који ЈМС чине функционалним и јединственим у односу на све остале медије.

Полазне основе истраживачког приступа аутора засноване су на проактивном односу према медијима и на дугогодишњем непосредном, професионалном и уредничком искуству у РТС-у, које је стицано пре, у току и после трансформације у ЈМС. Прагматичан циљ ширег истраживања је пружање емпиријски проверене основе за комплексан и захтеван задатак редефинисања комуникацијске праксе РТС-а као ЈМС-а.

МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА

У тексту су представљени резултати само једног емпиријског дела ширег истраживања, у коме су додатно коришћени концептуални, квантитативни и квалитативни приступи. Због вишедимензионалности теме, а ради стицања што веродостојније слике истраживане појаве, у истраживању је коришћено више различитих начина прикупљања података и различитих метода њихове обраде. Због комплексности теме, у раду се користи мултиперспективистички приступ и коришћене су различите методе прикупљања грађе (оригинално емпиријско истраживање спроведено методом фокус групе, као и деск истраживање), док је у обради података коришћена критичка анализа и генерализација.

Емпиријски део истраживања је спроведен методом фокусгрупе и представља наставак поменуте иницијалне фокусгрупне дебате са радио и ТВ уредницима РТС-а о проблемима у раду Радио-телевизије Србије у контексту трансформације у јавни медијски сервис (Matić et al., 2014).

Групна дискусија која је организована почетком 2019. године била је фокусирана на унапред дефинисана истраживачка питања о томе како испитаници перципирају РТС као ЈМС, колико познају његове функције, начела и у којој мери их примењују у производњи програмских садржаја. Испитаници су били уредници – „оперативци” РТС-а, као реализатори и квалитативно-креативни потенцијал уређивачке политике. У првом истраживању су испитаници одабрани углавном на основу радног статуса³, док је у другом репрезентативни узорак за регрутовање учесника фокусгрупе дефинисан на основу увида у целокупну кадровску и организациону структуру РТС-а. Избор испитаника је обављен на основу релевантних демографских и радно-професионалних обележја: пол – пропорционално жене и мушкарци; старост – од 30. до 50. година; образовање – висока школска спрема; радни статус – оперативни-уреднички; дужина професионалног стажа – најмање 10 година рада у РТС-у. Фокусгрупу која се презентује у овом тексту је чинило девет уредника из различитих редакција Радио Београда и Телевизије Србије. Они су припадали групи уредника истог ранга који по одредницама уговора о раду имају обавезу да самостално конципирају мање или веће програмске целине – од емисија до сложених програмских блокова. Један део података прикупљен је помоћу упитника који су учесници попунили пре учешћа у групној дискусији, а главни део анализом садржаја транскрипта групне дискусије. Писмено анкетирање, ради објективности и кредибилитета истраживања, спровео је професионални, лиценцирани истраживач. Због проактивног статуса аутора истраживања и односа према проучаваној теми, објективизација истраживања је спроведена на три нивоа: истраживачком, ауторском и менторском.

Наведене социјалне околности, проактивни однос према истраживачкој теми и истраживана управљачка проблемска ситуација захтевале су акциони приступ, који је подразумевао одређену интервенцију којом „истраживачи опсервирају и партиципирају у феноменима који се проучавају” (Zlatanović, 2010:96).

ПЕРЦЕПЦИЈА ИЗНУТРА: ФУНКЦИЈЕ И НАЧЕЛА ЈМС

Први циљ фокусгрупне дискусије био је да утврди каква је свест уредника РТС-а извршно-оперативног ранга о друштвеној улози, функционалности и специфичности РТС-а, као ЈМС-а. Такође, неопходно је било да се прецизније провери у којој мери они познају дефиницију, функције и начела медијске установе у којој су професионално ангажовани.

Сви испитаници препознају ЈМС као институцију „која треба да буде у функцији грађана” и која има три функције: информативну, едукативну и забавну. Додатно, прецизно познају значење сваке од наведених функција и различито их градирају. Они информативну функцију истичу као приоритетну, едукативну као изузетно

³ Пригодни узорак

важну, док је по њима забавна само евидентирана и без квалитативне квалификације. Према мишљењу испитиваних уредника, управо је разноликост, комплексност и важност функција ЈМС-а карактеристика која га чини јединственим у односу на све остале медије.

Испитаници су мишљења да јавни сервис не сме да буде изједначаван са комерцијалним медијима, а према мишљењу уредника информативног програма: „За мене је увреда да било ко каже да ми треба да јуримо гледаност или профит, јер не производимо исте садржаје као комерцијални медији, који праве само забаву”. На другу врсту специфичног задатка је указала уредница културе: „Наш посао је да бирамо шта је најбоље у домену културе и уметности, као и да чувамо баштину и производимо културу. Ми једини то радимо и ако престанемо, те некомерцијалне ствари неће на овим просторима радити нико.” Уредници су униsono инсистирали на разлици између ЈМС-а и комерцијалних електронских медија, потенцирајући његову јединственост, засновану и на врсти, разноликости и квалитету програмских садржаја.

Када је реч о програмско-уређивачкој заступљености функција ЈМС-а, њиховој позицији и вредновању у систему РТС-а, уредници су били једногласни да све три, као базичне, треба да имају идентичан статус и важност у уређивачкој политици. Међутим, према њиховој оцени, то у РТС-у није случај.

Од самог почетка дискусије у фокусгрупи, а затим и све време у току њеног трајања, испитаници су инсистирали да приоритет у РТС-у, начелно и практично, има информативна функција. Међутим, на основу професионалних критеријума, они приоритетан значај придају социокултуролошком аспекту програмског деловања ЈМС-а ([Графикон 1](#)).

Већина испитаника наглашавање информативне функције ЈМС-а доводи у везу са високим степеном професионализма, који је неопходан, и односи се на професионализам посебно у кадровима ангажованим у информативном програму, нарочито у домену политичког извештавања. Професионализам је према ставу испитиваних уредника редакције културе неопходан како би био очуван кредибилитет ЈМС-а: „[...] у циљу стварања поверења, нико не сме да се пита да ли је истина то што гледа или слуша на РТС-у”.

Испитаници сматрају да посебну важност у функционисању ЈМС-а има културно-уметничка „функција”. Она се теоријски не дефинише као базична и обично се посматра као део едукативне функције, иако је неки аутори, попут Е. Барента (Eric Barendt), сматрају интегралним делом рада јавних радиодифузних организација заједно са очувањем националног идентитета (Mendel, 2001). Учесници фокусгрупе су домен културе видели као простор у коме се најпотентније афирмишу специфичности и капацитети РТС-а као ЈМС-а. Према њиховим ставовима, једна од основних функција ЈМС-а треба да буде самостална производња програма из културе, тј. по речима уредника из културе „[...] чување, али и производња културних добара”. Дакле, РТС по њиховом мишљењу није само медиј који врши дисеминацију садржаја из области уметности, већ активно прати, самостално продукује и баштини садржаје из културе свих грађана који живе у Србији, што се види у речима уредника забавне редакције „[...] неговање културе, не само већинског народа”. Придајући јој приоритет у уређивачко-продукцијском смислу, културу схватају као ширу и комплекснију од

убичајене медијске презентације ове области кроз представљање уметничких догађаја. Овакво професионално становиште уредника има и теоријско утемељење: „Типичне заблуде у вези са појмом културе односе се на изједначавање, односно мешање културе са ’високом културом’ или ’уметношћу’ (нпр. садржаји из ’културе’ у медијима обично подразумевају извештаје са уметничких манифестација)” (Žegarac et al., 2016).

Широко уредничко схватање културе подразумева да она прожима све три функције ЈМС-а и читује се у становишту уредника спољнополитичке редакције који истиче да ЈМС „[...] као јединствена и мултифункционална установа, својим примером негује културу комуникације, говора, понашања у најширем смислу, а не само у смислу продукције садржаја из културе”.

Наведена мишљења испитаника потврђују постојање професионалне свести о узajамности едукативне функције ЈМС-а и културе, схваћене у социоантрополошком значењу и препознате и у теорији културе: „Култура је начин понашања и начин живота одређене групе људи у одређеном друштву. Она се огледа у знањима и веровањима, у моралу и нормама, у митовима, књижевности и уметности, као и у обичајима, навикама и погледима на свет, а који постоје у одређеној средини и у одређено време. Она је начин на који се раде ствари” (Žegarac et al., 2016).

За разлику од прецизног познавања свих функција и њиховог значења, већина учесника фокусгрупног истраживања није знала да наведе и прецизно објасни сва начела ЈМС-а, као ни њихово значење и улогу. Реч је о изворним принципима ЈМС-а (PSB – *public service broadcasting*) како их је формулисао Џон Рит (John Reith), први директор Би-Би-Сија, још 1927. године и они обухватају: општу географску доступност, финансирање од стране корисника, висок квалитет програма, посебне програмске садржаје за мањине, бригу за национални идентитет и заједништво, аутономију и слободу уређивања програма (Shingler & Wieringa, 2000).

Испитивани уредници чак нису систематски упућивани ни упознавани у току свог професионалног рада са овим принципима, иако се они сматрају неопходним за ефикасно остваривање задатака ЈМС-а. Ипак, директно или индиректно знају за већину принципа ЈМС-а, препознајући их кроз неке фундаменталне карактеристике ове врсте медија, а на основу професионалног искуства или интуиције (Графикон 2).

Од Ритових принципа су препознали следеће: национални идентитет и заједништво, емисије за мањине, универзалну привлачност и аутономију. Међутим, нису препознали географску универзалност, плаћање које обухвата све, конкуренцију програма а не бројки, и слободу уређивања програма.

Испитаници су били потпуно свесни да јавни сервис има обавезе према свим грађанима, односно да фокус не сме да буде на већинском народу, већ мора да буде, по речима уредника научне редакције, „[...] у служби свих грађана – супротно од комерцијалних медија” и да РТС треба „[...] да брине о традицији свих грађана који живе у Србији”. У наведеним ставовима се препознају Ритова ЈМС начела свеобухватности и доступности.

Уважавање потреба свих грађана, према мишљењу уредника, подразумева бригу и задовољење потреба, које су у дијапазону од потреба националних мањина до потреба и интересовања маргиналних група. Кроз свепрожимајући оквир културе потенцирано је и Ритово начело неговања националног идентитета и заједништва као

важног хомогенизујућег социјалног фактора у коме ЈМС има важну улогу (Shingler & Wieringa, 2000).

Овакво схватање принципа ЈМС-а може да има велики значај за регионалну политику националног помирења и европских интеграција. Такође је од изузетне важности за мултинационалну заједницу каква је Србија, јер је блиско идеји хомогенизације локалних различитости кроз модел грађанске, односно наднационалне хомогенизације друштва.

У оквиру дискусије о начелима, испитаници су истакли и важност продукције намењене националним мањинама и садржаја намењених маргиналним и обесправљеним друштвеним групама. По њима, ЈМС „[...] треба да буде на страни оних који су слабији у датом тренутку у односу на државу”, као и „[...] оних чији се глас на другим медијима не може чути, оних којима треба помоћ и подршка медија, односно који су угрожени”, како истиче уредник информативне редакције.

Кроз потенцирање односа ЈМС-а према обесправљеним групама у односу на државни апарат, индиректно се исказује и перцепција односа самог ЈМС-а и државног апарата, у чему се препознају принципи аутономности и самосталности. Уређивачка, политичка, економска, финансијска, идеолошка и свака друга независност ЈМС-а овде се види у функцији потреба, интересовања и интереса свих грађана, посебно оних који су на било који начин друштвено маргинализовани⁴. Како маргиналне групе нису у фокусу програмско-уређивачких политика комерцијалних медија, та област је не само принципијелна обавеза, већ и непресушни тематски извор управо за РТС. То посебно важи у актуелном социјалном амбијенту у коме „[...] гласови са стране, гласови са маргине, парадоксално, данас у време демократије, имају малу шансу да се чују, да буду делатни” (Dragičević Šešić, 2011).

У фокусгрупи су такође изречена и аутентична мишљења о капацитетима ЈМС-а: „Јавни сервис представља свету све што је локално, он је огледало једне земље према свету”, чиме се корпус ЈМС принципа проширује и осавременује од локалног ка глобалном.

ИНТЕРНИ СТАНДАРДИ И ПРОЦЕДУРЕ ПРОДУКЦИЈЕ ПРОГРАМСКИХ САДРЖАЈА

Следећи задатак фокусгрупне дебате је био да се утврди да ли су стандарди и процедуре конципирања и производње програма у РТС-у у складу са задацима, функцијама и начелима ЈМС-а. С тим циљем критички су преиспитиване специфичности продукцијских процедура – од избора тема, преко прикупљања и селекције информација до реализације програма⁵.

⁴ Пример добре праксе у наведеном контексту је била програмска шема Радио Београда 202 у периоду од 2001. до 2003. године, када су своје емисије на овом програму креирали припадници маргиналних група, од инвалида, ХИВ позитивних особа, слепих и слабовидних, до алкохоличара, наркомана и сл.

⁵ Полазна истраживачка дефиниција програмског садржаја је била продукциона, према којој „програм представља укупност садржаја који су исказани радиофонским аудио-визуелним

По формално установљеним процедурама конципирања и уређивања програма радија и телевизије, главни и одговорни уредници, уз консултације, усаглашавање и одобравање програмског колегијума (који чине уредници програмских целина), дефинишу програмску шему, која представља полазиште уредницима и даље профилисање сваке емисије понаособ. Истраживање је, међутим, показало да се овакав уређивачки модел не примењује у свим програмима, а посебно у информативно-политичким. За њих у РТС-у, према мишљењу испитаника, чак важе потпуно другачији стандарди и процедуре.

Испитаници такву ситуацију карактеришу као политизовану и дискриминаторну у техничком и финансијском смислу. По речима једног од уредника у информативном програму, „[...] што је програм тематски удаљенији од дневне политике, то процедуре дефинисања програмских садржаја више личе на прописане, па уредници и новинари трпе мање притиске, али су технички и финансијски услови рада гори”.

Наведено мишљење указује да су управо разлике у „тематској удаљености од дневне политике” довеле до недоследности у продукцијским стандардима и јасно дефинисаним и обавезујућим продукцијским процедурама у РТС-у, али и у подељености искустава испитаника.

Међу учесницима фокусгрупе постоје подвојени ставови у вези са питањем постојања продукционих стандарда и процедура у реализацији програмских садржаја. Веома је необично што једна половина испитаника потврђује њихово постојање, док друга половина то негира. Подвојеност овакве врсте није добра са аспекта менаџмента и организације рада у РТС-у као ЈМС-у, јер указује на непрецизно дефинисане околности и рад без познавања свих аспеката продукције и свих процедура. То говори о њиховој неконзистентности и лошој интерној комуникацији, што у значајној мери утиче и на квалитет рада и постигнућа.

Истраживану тематику су испитаници илустровали кроз статус и функционалност уређивачких колегијума – најважнијих програмских тела сваког програма, којима је поверена кључна улога у припреми, селекцији, продукцији и пласману програмских садржаја. Поред тога, колегијум дефинише и принципе професионалне комуникације, организовања и мотивације медијских професионалаца. Међутим, већина испитиваних уредника је нагласила да различити разлози условљавају неконзистентност постојања, статуса и функционисања ових тела у појединим деловима РТС-а, чиме се наглашава значајан организациони проблем.

У фокус групи су изнети многи примери кршења основних уређивачких и организационих процедура, управо по питању уређивачког колегијума. У неким секторима телевизијских програма састанци нису одржани десет година, у неким редакцијама на колегијуме се не позивају уредници свих сектора или одговорни уредник, што видимо у речима уредника документарне редакције: „[...] у сектору документарног програма одговорни уредник се не позива на колегијуме”. Најдрастичнији наведени пример је да у неким радијским програмима уреднички колегијум чак није ни оформљен, иако програм има 24-часовно живо емитовање.

изражајним средствима, који су планирани, припремани и реализовани уз расположиве креативне, техничке и организационе потенцијале, са мање или више дефинисаним циљевима” (Nikolić, 1993).

Непостојање институције колегијума и/или његова неефикасност указују да брига о садржају, структури и програмској продукцији не представљају континуиран и координиран чин или процес у коме уредници активно тимски партиципирају. Уредник редакције културе о томе говори на следећи начин: „Мој бивши главни и одговорни уредник је све дефинисао са својим колегијумом, а овај садашњи све сам смисли и издаје налоге, а колегијум му служи за украс”. Уређивање програма се тиме персонализује и своди на појединце, обично на највишем менаџерском нивоу, а професионална кадровска сарадња се смањује, што недвосмислено утиче на квалитет програмских садржаја.

Према мишљењу испитиваних уредника, на квалитет програмске продукције додатно утиче и лоша комуникација између менаџмента и запослених у РТС-у: „Радим више од 20. година и никада ми нико није рекао да нешто морам да променим у својој емисији”. Слично видимо и у исказу уредника еколошке редакције: „За 28 година су ми само једном рекли да морам да променим емисију”. Из оваквих искустава професионалаца нужно произилази запитаност како програмски формати који нису мењани деценијама могу да прате савремене потребе грађана, односно да ли су и колико у служби јавности?

Према уредницима РТС-а, у њиховој установи, која перманентно захтева висок ниво професионалне креативности, не постоје механизми за подстицање продукцијске инвентивности, нити иницијатива за иновативне продукцијске промене. Ставови уредника РТС-а показују да, упркос чињеници да је реч о медијској организацији која би морала да развија највише професионалне и креативне стандарде, не постоје јасни механизми којима би се подстицала њихова иновативност у погледу креирања садржаја и укупне продукције. „Ја сам за квалитет мог документарног програма добијала награде, али никада од своје куће, за квалитет”, искуство је уреднице информативно-политичке редакције. Иста искуства деле и уредници образовно-научне и редакције културно-уметничког програма: „Не, никада нисам добио награду поводом квалитета, бонусе добијам за квалитет – ако више радим” или „Ретко се добија варијабла – у мом случају ниједном за последњих пет година”.

Евидентирана ситуација зато утиче да новинари-уредници своје послове обављају у условима у којима није стимулисана мотивација и у пословном амбијенту који не може да гарантује врхунске резултате. Увођење системских процедура, чији би циљ био подстицање и награђивање проактивних запослених, вероватно би било значајно унапређење пословања овог медија чије је квалитетно функционисање друштвени императив.

ИНТЕРНИ КРИТЕРИЈУМИ У ИЗБОРУ ТЕМА И КРЕИРАЊУ ПРОГРАМСКИХ САДРЖАЈА

Уредничке перцепције РТС-а као ЈМС-а су разматране и кроз анализу критеријума за избор тема и креирање програмских садржаја, који рефлектују програмске приоритете. Циљ овог дела фокусдискусије је био да се утврди у којој мери су уређивачки критеријуми усаглашени са функцијама и начелима ЈМС-а, као медија који производи програмске садржаје.

Учесници фокусгрупне дебате су били сложни у ставу да приоритет у целокупном програму РТС-а имају информативно-политички садржаји, што се, према уреднику образовно-научне редакције, огледа у следећем: „[...] информативне редакције добијају најбоље термине за емитовање, највећу финансијску подршку, најквалитетнију технику, дакле – третирају се као приоритетне”.

Према њиховом мишљењу, то је разлог због кога се РТС често поистовећује са информативним програмом, што јасно показује изјава уреднице информативног програма: „Информативни програм је наше огледало” (Графикон 3). Овакво становиште испитаника потврђује и програмска шема РТС-а, у којој су информативни и информативно-политички програми позиционирани у најгледанијим терминима (*primetime*) и то како у радијском програму (Радио Београд 1), тако и у телевизијском програму (Први програм Телевизије), који су најслушанији, односно најгледанији⁶.

Насупрот актуелној програмској оријентацији у којој је евидентно да информативни садржаји имају централне термине, испитаници су сматрали да програмски приоритет треба да буду садржаји којих нема на другим медијима, као што су школски, научни, културни, уметнички, образовни програм итд. Према већинском мишљењу испитаника – уредника РТС-а – став је да информативно-политички програм није и не би требало да буде најбитнији програмски сегмент, о чему сведочи изјава једног од испитаника – уредника информативног програма, који је изјавио да: „информативно-политички програм не треба да буде огледало” РТС-а, већ би то требало да буду уникатни и најбоље продуцирани садржаји које припрема и реализује овај медиј.

Осим што су незадовољни очигледним приоритетом који се даје информативном програму РТС-а, испитаници су исказали незадовољство и његовим квалитетом и објективношћу. Већина сматра да је актуелна уређивачка политика РТС-а недвосмислено компатибилна са становиштем власти. „Теме које су од интереса за власт су приоритет у информативном програму”, сматра уредник информативно-политичке редакције, што по његовом мишљењу не треба да буде одлика ЈМС-а.

Испитаници фокусгрупе сматрају да критеријуме за избор тема и креирање програмских садржаја диктирају политички приоритети, који су идентични са политичким приоритетима власти, што је у супротности са суштином ЈМС-а, а то је да буде у функцији свих грађана.

Ниједан учесник фокусгрупе није подржао уређивачку оријентацију у којој се критеријуми за избор тема руководе приоритетима власти, у некој врсти латентне и прећутне колаборације између власти и ЈМС-а/РТС-а. Уредник еколошке редакције истиче: „Власт помоћу РТС-а формира јавно мњење, а информативне редакције добијају најбоље термине за емитовања, највећу финансијску подршку и најквалитетнију технику. Дакле, третирају их као приоритетне”.

Испитивани уредници су сматрали да би интереси грађана били адекватније задовољени културом као најзначајнијим програмским сегментом: „Наш посао је да бирамо шта је најбоље у домену културе и уметности, да чувамо баштину и производимо културу”, истиче уредник програма културе и додаје: „Ми једини то радимо и ако престанемо, те некомерцијалне ствари неће на овим просторима радити

⁶ www.rts.rs. Приступљено 24. новембра 2020.

нико”. Уредници су поново нагласили своје уверење да у програмском контексту „[...] део који најбоље ради у РТС-у је култура – Трећи програм Телевизије и Други канал Радија, и да управо ти и такви програми треба да буду приоритет РТС-а”.

Поред културних, и остали програмски садржаји на којима су инсистирали испитаници су маргинализовани, што је у супротности са њиховим професионалним вредносним критеријумима, када је реч о програмским садржајима ЈМС-а⁷.

ЗАКЉУЧАК

Рад је истраживао кадровске и програмске капацитете РТС-а у контексту концепта јавног медијског сервиса, на који се ослања као јединствена установа у медијском систему Србије.

Емпиријским истраживањем је установљено да кадровска база РТС-а на нивоу оперативних уредника представља драгоцен, али недовољно искоришћен ресурс за боље функционисање РТС-а у остваривању његовог мандата јавног медијског сервиса. Овај потенцијал је видљив кроз однос уредничког кадра како према функцијама и начелима ЈМС-а, тако и према његовим продукционим процедурама и програмским критеријумима и приоритетима.

Оперативни ранг уредника РТС-а разуме основне функције ЈМС-а: информативну, едукативну и забавну. Испитивани уредници сматрају да је информативна функција у РТС-у непотребно фаворизирана у односу на остале две, а да је културолошка функција (схваћена социоантрополошки) занемарена, ако представља најквалитетнији продукцијски потенцијал.

Иако испитивани уредници не поседују егзактна знања о начелима ЈМС-а, охрабрује чињеница да су на основу професионалне интуиције и искуства изнели валидне претпоставке шта би ЈМС требало да представља за друштво и јавност. То су исказали ставовима о односу према традицији, култури, националним заједницама, мањинским групама, и друго, што је у складу са начелима ЈМС-а, како су она постављена још у прошлом веку и како су развијана у медијским срединама са изграђеном традицијом јавних медија.

Начела ЈМС-а имају и ширу друштвену улогу, јер се њиховим поштовањем и применом уважавају интереси најшире јавности, омогућава партиципацију у програмским садржајима и стварају одговарајући услови и амбијент за демократизацију друштва (Colombo, 2011). ЈМС је сврсисходан уколико спроводи медијске функције, а његова друштвена улога у демократизацији друштва се остварује управо спровођењем ЈМС принципа.

Уочени проблем неупућености уредника у начела која су од круцијалног значаја за функционисање ЈМС-а није искључиво њихова професионална одговорност, већ има институционални карактер. То указује на непостојање парцијалних стратегија

⁷ Када је реч о емисијама из културе, нпр. телевизијска емисија „Културни дневник” се најчешће емитује у неадекватном термину пред поноћ или касније, док на радијским програмима нема више специјализованих емисија из културе – „Десет и по” Радио Београда 1 и „Визија/Арс артифекс” Радио Београда 202.

развоја професионалних капацитета запослених, који морају бити засновани на прецизним институционалним стандардима и вредностима.

Одговорност у овој области носе надлежна тела РТС-а, пре свега менаџмент који је надлежан за организовање професионалних кадровских едукација, како би сви запослени били прецизно упознати са основама функционисања ЈМС-а. У том контексту је потребно афирмисати строже квалитативне критеријуме производње програма који произилазе из начела ЈМС-а. Таквим професионалним приступом се дефинишу нужне карактеристике програмских садржаја, продукцијски критеријуми, односно професионални стандарди које треба да поштују сви учесници у ланцу програмске продукције. На тај начин се профилишу и новинари ЈМС-а, као друштвено одговорни, ангажовани и интересно неутрални професионалци који остварују суштински задатак ЈМС-а, а то је да буде у функцији јавности.

Налази истраживања о недостатку универзалних, адекватно дефинисаних продукцијских критеријума и јединствених организационих стандарда, којима се профилишу програмске политике (генерална – на нивоу РТС-а, и парцијалне – на нивоу програма), указују да РТС не користи адекватно потенцијале тимског рада и ангажовања својих запослених, који су често висококомпетентни и креативни у својим областима експертизе.

Непостојање одговарајућих програмских политика и продукцијских критеријума и стандарда омогућује главним и одговорним уредницима да сами одлучују да ли ће уређивачку политику конципирати самостално или тимски – са колегијумом, који формално има ту улогу. Таква процедурална недореченост неминовно отвара простор за уређивачку и продукцијску произвољност и паушалност, односно носи ризик персонализације уређивачких политика радијских и телевизијских програма у ЈМС-у.

У пракси, уређивачка персонализација програма постаје једноставна трансмисија критеријума које дефинише највиши менаџмент, без консултација са оперативним уредницима, који са својим редакцијским тимовима треба да креирају програм. Тиме се значајно сужава учешће и утицај новинара-уредника у конципирању програма и избору тема и централизује уређивачка политика РТС-а.

Због значаја, комплексности и одговорности коју носи ЈМС, његова уређивачка политика би морала да буде резултат компетентног тимског ангажовања, а програми формиран на основу генералне уређивачке политике куће, која се ослања на глобалну стратегију, по угледу на европске ЈМС-е. То би били задаци пројектног тима који би се бавио генералном програмском политиком медија на основу прецизно дефинисаних критеријума заснованих на начелима ЈМС-а.

Елаборираном стратегијом РТС-а и разрађеном генералном уређивачком политиком били би решени проблеми недоречености и неконзистентности продукцијских критеријума и евидентног неправног положаја различитих програма. На тај начин би био решен и проблем који су испитаници перманентно понављали у фокусгрупној дискусији и са чиме се не слажу – неоправдано фаворизовање информативно-политичког програма и занемаривање оних програма у којима је РТС уникатан и висококвалитетан, као што су култура, образовање, наука, спорт и слично.

Како РТС, за разлику од других медија, поседује капацитете за производњу оваквих програма, такве потенцијале би требало не само искористити, већ и интензивно развијати, као аутентичне и усаглашене са мисијом и визијом институције ЈМС-а.

Ljubica Lj. Krminac¹
University of Arts in Belgrade,
Faculty of Dramatic Arts
Belgrade (Serbia)

PUBLIC SERVICE BROADCASTING IN SERBIA – CHALLENGES AND PERSPECTIVES FROM THE PROFESSIONALS’ POINT OF VIEW²

(Translation *In Extenso*)

Abstract: This paper presents the results of a part of research into the manner in which the employees of the Serbian Broadcasting Corporation (hereinafter: the SBC) see and understand their social roles, functionality and idiosyncrasies of this media company, as public service broadcasting (hereinafter: PSB). This paper is focused on operational-level editors at the SBC and their perception of the functions and principles of PSB, as well as the implementation of such roles and principles through various forms of programming content. Empirical research, conducted by means of the focus group method, has shown that editors play a significant role in creating content and that they are fully aware of the roles of PSB. However, they are not entirely familiar with its principles. The research has demonstrated a significant discrepancy between the official editorial policies of the SBC and the views of respondents-editors regarding editorial policies of PSB.

Keywords: public service broadcasting, Serbian Broadcasting Corporation, functions, principles, focus group research

INTRODUCTION

Ever since it was first introduced in the Serbian media system, public service broadcasting became the subject of research of local communicologists. In addition to the establishment of an independent regulatory body, within whose scope of competence is to regulate the operation of electronic media, transformation of the state-owned radio and TV stations into an independent broadcaster with a public service broadcasting mandate, which was a milestone of the media system, as part of Serbia’s transition to a parliamentary democracy

¹ krminac@hotmail.com

² The paper was written on the basis of independent scientific and research work under the title: “The Role of Program Contents and Human Resources in the Development of Communication Practice of Public Media Services”.

(Jakubowicz, 2004; Veljanovski, 2009). Communicology research has on a regular basis been following the process of the SBC transforming into a public media institution, noting some problematic aspects and reasons of structural nature (Milivojević, 2012), as well as legislative (Marko, 2017) and financial ones (Matić and Valić Nedeljković, 2014), as well as others, which do not allow the SBC to fully realise its function as PSC, especially in terms of providing viewers with a diversified and credible information content (Matić, 2014; Nikolić, 2018). The focus of this research was the position of PSB in the media market and attitude of viewers towards this medium as opposed to other media which hold the national frequency and ever more noticeable competition of commercial broadcasters (Ipsos, 2015), and also that despite the fact that the SBC has been transforming into a public service medium for almost two decades now, there is still no meticulously defined and thoroughly elaborated and publicly available development strategy (Popović, 2017).

Nevertheless, there is no sufficient research into perception and achievements of this change, as seen from the inside, by the employees of the SBC as the main bearers of this transformation. In that context, this paper aims to fill in the identified gaps, on the basis of uniform empirical research.

This research was a result of the need to create a solid, scientifically based and relevant recapitulation of the current state of affairs and to meticulously analyse the SBC system functionalities as PSB, at a point in time when in our society there is a pronounced polarisation in terms of views and PSB's activities.

The subject of this research is SBC editors' perception, through various categories of functions and principles of PSB, whereas the objective of this paper is to establish whether and to what extent editors are familiar with these categories in the production of programming content. The starting hypothesis has been formulated based on the results of our initial focus group research (Matić and Valić Nedeljković, Hrvatin, Petković, 2014) and direct professional observations of the authors': operational-level editors at the SBC do not have precise knowledge of principles, i.e., postulates of PSB, on which editorial policies, programme concepts, internal production standards and procedures should be based. The importance of enquiries into these issues arises from the fact that it is only with strict observance of functions, principles, standards, and procedures is it possible to form proper concepts and to properly realise programme content, thus making PSB functional and unique compared to all other media.

The starting point of the author's approach are based on a proactive approach to media and many years of immediate, professional and editorial experience at the SBC, this experience having been gained prior, during and after its transformation to the PSB. Pragmatic objective of a broader research is to present empirically verified foundation for a complex and demanding endeavour of redefining communication practices of the SBC as PSB.

RESEARCH METHODOLOGY

The text that follows presents the results of just one empirical part of a more comprehensive research, for which conceptual, quantitative and qualitative approaches were additionally used. Since the issue at hand is multi-tiered, and for the purpose of gaining as credible as possible insight into the observed phenomenon, this research has used multiple

ways of gathering data as well as various methods of their processing. Due to complexity of this topic, this paper used a multi-perspective approach and also various methods of gathering materials were used (original empirical research conducted with the use of the focus group method, as well as desk research), while for the purpose of data processing, critical analysis and generalisation were used.

The empirical segment of this research was conducted with the use of the focus group method and stands for a continuation of the initial focus group debate with radio and TV editors at the SBC, in which they discussed operational issues at the Serbian Broadcasting Corporation, in the context of its transformation into the public service medium (Matić et al, 2014).

A group discussion which was organized in early 2019 focused on pre-defined research questions regarding how the respondents perceived the SBC as PSB, how much they knew about its functions, principles and to what extent they were applied in the production of programming content. The respondents were editors – “operative” staff of the SBC, as persons realising and the qualitative and creative potentials of editorial policies. For the first research, the respondents were mainly selected based on their status³, whereas for the second research, the sample for recruiting focus group members was defined based on insight into the entire staff structure and organigram of the SBC. The selection of respondents was made on the basis of relevant demographics and work and professional features: gender – female and male, proportionately; age – from 30 to 50 years of age; educational level – university degree; work status – operational-editorial staff; length of professional experience – minimum 10 years at the SBC. The focus group presented in this paper consisted of nine editors from different desks at Radio Belgrade and Television of Serbia. They belonged to a group of same-level editors, which according to the provisions of their labour contracts were obligated to independently create smaller or larger programme sections – ranging from shows to complex sets of footages. A portion of data was collected with the use of a questionnaire that the respondents filled out prior to participating in the mentioned group discussion, while the major portion of data was obtained by analysing the content of group discussion transcripts. For the sake of credibility and credibility of research, polls were conducted in writing, by a professional, licensed researcher. Due to a proactive status of the authors of this research and approach to the topic that was being looked into, objectification of the research was carried out on three levels: research, author and mentor.

The described social circumstances, proactive approach to the subject of this research and researched managerial problem situation called for an action-based approach, which entailed a certain intervention with which “the researchers observe and participate in the phenomena they research” (Zlatanović, 2010:96).

PERCEPTION FROM THE INSIDE: FUNCTIONS AND PRINCIPLES OF THE PSB

The actual aim of the focus group discussion was to establish what the awareness of SBC executive-operational level editors was, in terms of social role, functionalities, and idiosyncrasies of the SBC as PSB. Additionally, it was necessary to verify more precisely to

³ Suitable sample

what extent they knew the definition, functions, and principles of the media institution in which they are engaged in their professional capacity.

All respondents recognise the PSB as an institution “whose role should be to serve the citizens” and which has three roles: informational, educational, and entertaining. Additionally, they know precisely the meaning of each of the functions and they rank them differently. They prioritise the informational functional, they believe the educational role to be extremely important, whereas they merely acknowledge the entertainment role, without giving it any qualitative label. In the opinion of the respondents-editors, it is precisely diversity, complexity, and importance of PSB’s functions the feature that makes it unique compared to all other media.

The respondents’ view is that public service broadcasting must not be equalised with commercial media, and in the opinion of a news desk editor: “I find it offensive if anyone says that we should be in pursuit of viewer ratings and profit because we don’t produce the same content as commercial media do, because they create only entertainment content.” The culture desk editor mentioned a different type of specific task. “It’s our job to choose what’s best in the areas of culture and art and also to preserve our heritage and create cultural content. We are the only ones who do that and if we no longer do it, this non-commercial stuff won’t be made by anyone.” The editors were unison in insisting on the difference between PSB and commercial electronic media, pointing out its uniqueness, which is based both on type and diversity, as well as quality of programming content.

As regards programming and editorial presence of PSB’s functions, their position and ranking in the SBC system, the editors unanimously said that all three of them, being basic, should have identical status and importance in editorial policies. However, in their view, this is not the case at the SBC.

From the very outset of the focus group discussion and then all through it, the respondents insisted that on principle and in practical terms, the priority for the SBC was the informational function. Nevertheless, based on professional criteria, what they thought had priority importance was the social and cultural aspect of PSB’s programming activities (see [Chart 1](#)).

The majority of respondents thought that emphasising the informational function of PSB was connected to a high level of professionalism which is required for this purpose, and this applies especially to staff working in the news desk, especially those whose report on politics. The position of respondent-editors is that the culture desk is that professionalism is necessary in order to maintain PSB’s credibility: “[...] for the purpose of building trust because no one should wonder whether what they are watching or listening to on the SBC is true.”

The respondents felt that it was particularly important for the operation of PSB to have a culture and art “function”. In theory, it is not defined as being basic but instead is seen as a part of the educational function, although some authors, such as Eric Barendt, deem it to be an integral part of the operation of broadcasting organisations, along with maintaining national identity (Mendel, 2001). Members of the focus group see the realm of culture as an area where the SBC’s idiosyncrasies and capacities as PSB are affirmed the most potently. According to their views, one of the PSB’s main functions is that it should be an independent production of culture programmes, i.e. in the words of a culture desk editor “[...] to maintain but also produce cultural goods.” So, in their opinion, the SBC is not only a medium that disseminates content from the field of culture but also actively follows, independently creates

and nurtures culture-related content of all citizens who live in Serbia, which is confirmed by the words of the entertainment desk editor “[...] nurturing culture, and not only that of the national majority”. Giving it priority in editorial and production terms, they understand culture as being broader and more complex than just a simple media presentation of this area through various presentations of art events. Such a professional position of the editors is also theory-based. “Typical misconceptions in relation with culture refer to equalising them with or mistaking culture for a ‘higher culture’ or ‘art’ (e.g., media content in the area of ‘culture’ typically entail footages of art events)” (Žegarac et al., 2016)

A broad understanding of culture entails that it permeates all three functions of the PSB and is reflected in the international news desk’s editor, who notes that the PSB “[...] as a unique and multifunctional institution nurtures by its own example the culture of communication, speech, behaviour in the broadest of senses, rather than only in terms of production culture-related content”.

Said respondents’ opinions confirm the existence of professional awareness of PSB’s mutuality educational function, as well as culture, as understood in social and anthropological sense, and as recognised in theory of culture: “Culture is a manner of behaving and lifestyle of a certain group of people in a certain society. It is reflected in knowledge and views, morals and norms, in myths, literature and art, as well as customs, habits and world view, which exist in a certain environment over a certain period of time. This is the manner in which things are done” (Žegarac et al., 2016).

Unlike precise knowledge of all the functions and their meanings, the majority of participants in the focus group research were unable to list and precisely explain all principles of PSB, nor their meanings and roles. This is about the original PSB (*public service broadcasting*) principles, as formulated by John Reith, the first director of the BBC, as early as 1927. These principles include: universal geographic accessibility, funding by service users, high quality programming, special programme content for minorities, contribution to sense of national identity and community, distance from vested interests and guidelines that do not restrict programme makers (Shingler & Wieringa, 2000).

During their professional engagement, the respondents-editors were not even systematically guided nor were they familiarised with these principles, although they are believed to be indispensable for the purpose of efficiently realising PSB’s objectives. Nevertheless, they are directly or indirectly familiar with most principles of PSB, and they identify them through some fundamental features of this type of medium, this being based on either their professional experience or intuition (see [Chart 2](#)).

Out of the mentioned Reith’s principles, they were able to recognise the following: national interest and community, programmes for national minorities, universal appeal and distance from vested interests. However, they did not recognise universal geographic accessibility, universality of payment, competition in good programming rather than numbers and guidelines that liberate rather than restrict programme-makers.

The respondents are fully aware that public service broadcasting has responsibility to all citizens, i.e., that the focus must not be on the national majority, but that instead it should, as noted by the science desk editor “[...] serve all citizens - unlike commercial media” and that the SBC should “[...] mind traditions of all citizens who live in Serbia.” Reith’s PSB principles of universality and accessibility can be recognised in the stated positions.

Keeping in mind the needs of all citizens, in editors' opinion, entails minding and satisfying needs, which range from the needs of national minorities to the needs and interests of marginalised groups. What is also emphasised through the all-encompassing framework of culture is Reith's principle of nurturing national identity and community as an important homogenising social factor in which PSB plays a major role (Shingler & Wieringa, 2000).

Such understanding of the principles of PSB may have a strong impact on regional policy of national reconciliation and European integrations. Also, it is of utmost importance to a multinational community, such as Serbia is, because it is similar to the idea of homogenisation of local differences through the model of civil and national homogenisation of society.

As part of the discussion on principles, the respondents also pointed out the importance of programmes for national minorities and content intended for marginalised and disenfranchised social groups. According to them, PSB "[...] should be on the side of those who are at a particular point in time vulnerable in their relationship with the state" and also "[...] those whose voice cannot be heard on other media, of those in need of media support and the vulnerable", noted the news desk editor.

By pointing out the approach of PSB to disenfranchised groups in their relationship with the state apparatus, what is indirectly acknowledged is the perception of very PSB and state apparatus, in which the principles of autonomy and independence are recognised. Editorial, political, economy, financial, ideological, and all other types of PSB's independence are seen here as playing the role of needs, matters of interest and best interests of all citizens, especially those who are socially marginalized in any manner whatsoever⁴. Since marginal groups are not the focus of programming and editorial policies of the commercial media, this area is not only a matter of principle and obligation but it is also an inexhaustible source of topics for the SBC in particular. This is especially relevant to the current social ambience in which "[...] voices from the outside, voices from the margins, paradoxically enough, in present day democracy, stand a chance of being heard and moving to action" (Dragičević Šešić, 2011).

What was also noted during the focus group discussion were particular views on the capacities of PSB: "PSB presents to the outside world all things local, it is the reflection of a country, as it is seen by the rest of the world", which expands the set of the PSB principles and modernises it, by shifting it from the local to the global.

INTERNAL STANDARDS AND PRODUCTION PROCEDURES FOR PROGRAMMING CONTENT

The next task of the focus group debate was to establish whether standards and procedures for creating concepts and producing programmes of the SBC were in accordance with the objectives, functions and principles of PSB. To this end, idiosyncrasies of

⁴ An example of good practice in this sense was the programming scheme of Radio Belgrade 202, which was in place between 2001 and 2003, when members of marginalised groups (persons with disabilities, HIV infected persons, blind and visually impaired, alcoholics, drug addicts, etc.) created shows on this radio station.

production procedures were re-evaluated in critical terms - starting from the manner of choosing topics, collecting and selecting information, through to realising programmes⁵.

According to formally established procedures of creating concept and editorial policies for radio and television, editors-in-chief, upon consultation, alignment and approval of editorial teams (that consist of editors of programme groups), define the programming line-up, which represents the starting point for editors. It is then used as a basis for further shaping of individual shows. However, the research has shown that such an editorial model is not applied to all programmes, which is especially goes for news and politics topics. In the respondents' view, entirely different standards and procedures are applied to these.

The respondents see this situation as being politicized and discriminatory both in technical and financial terms. One of the news desk editors said “[...] the more thematically-wise a programme is distant from everyday politics, the more procedures for defining programming content seem to be regulated, so editors and reporters are exposed to less intense pressures but in that case technical and financial work conditions are worse”.

The expressed view is indicative specifically that the differences in “thematically-wise distance from everyday politics” have led to inconsistencies in production standards and clearly defined and binding procedures of the SBC, but also to discrepancies in the respondents' opinions.

Participants of the focus group are ambivalent regarding the issue of the existence of production standards and procedures in realising programming content. It is highly unusual that one half of the respondents confirm their existence while the other half denies it. Ambivalence of this type is not good in terms of management and work organisation of the SBC as PBS because it shows that there are imprecisely defined circumstances of working processes, without knowledge of all production aspects and all procedures. This describes their inconsistencies and poor in-house communication, which to a great extent affects the quality of work and accomplishments.

The respondents illustrated the topic that was researched through status and functionality of editorial teams - the most important programming body for all types of programmes. These teams are entrusted with the preparation, selection, production, and presentation of programming content. In addition to this, editorial teams also define principles of professional communication, organisation and motivation of media professionals. Nevertheless, most of the respondents-editors pointed out that different reasons cause inconsistencies in terms of existence, status and functioning of these bodies in certain parts of the SBC, which places focus on an important organisational issue.

The focus group spoke of many examples of the breaches of basic editorial and organisational procedures, in particular in terms of editorial teams. In some sections of television programmes, meetings have not been held for ten years, and invitations for editorial team meetings at some desks are not sent to the editors of all sections or even editor-in-chief, which is confirmed by a statement of the documentary programme desk

⁵ The starting research definition of programming content was production. According to this definition “programming represents the entirety of content shown through radiophonic audio-visual presentation means, which are planned, prepared and realised with the help of available creative, technical and organisational potentials, with objectives that defined to a smaller or larger extent” (Nikolić, 1993).

editor: [...] editor-in-chief of the documentary programme section is not invited to editorial team meetings”. The most dramatic described situation referred to certain radio programmes for which editorial teams were never formed, although the programmes in question are on air 24x7.

The absence of the institute of editorial team and/or its inefficiency show that care for programming content, structure and production do not represent a continuous and coordinated action or process in which editors take active team participation. The culture desk editor speaks of this matter in the following manner: “My former editor-in-chief defined everything with his own editorial team while the current editor-in-chief comes up with all ideas by himself and issues instructions accordingly, while the editorial team is there just for show”. In this manner, being an editor becomes a highly personalised matter and comes down to individuals, typically at the highest managerial level, while professional cooperation among staff diminishes, which unequivocally affects the quality of programming content.

In the opinion of the respondents-editors, the quality of programming production is additionally affected by poor communication between management and the SBC staff: “I’ve been working here for over 20 years and I’ve never once been told that there’s something I should change about my show”. A similar situation can be seen in the statement of the environment desk editor: “Over a period of 28 years, I’ve only once been told that I should change my show”. What inevitably stems from such professionals’ experiences makes one wonder how programming formats that have not been changed for decades can possibly keep up with modern needs of citizens and to what extent they serve the general public?

According to the SBC, at this media company, which calls for a high level of professional creativity on a continuous basis, there are no mechanisms to encourage production creativity or initiatives for innovative production changes. The SBC editors’ view show that, despite the fact that this is a media organisation which should develop the highest professional and creative standards, there are no clear mechanisms which would encourage their innovativeness in terms of creating programming content and overall production. “I’ve been awarded for the quality of my documentary programmes, but on the other hand I’ve never been awarded for this quality by my own media company”. This is experience of the news and politics desk editor. The same experiences are shared by the editors of the education and science desk and culture and art programming: “No, I’ve never been awarded any prize for quality, I get my bonuses for quality - if I work more” or “Only rarely are we given floating salaries - in my case - not once in the past five years”.

This is why the described situation results in the reporters-editors doing their jobs in conditions which do not incentivise or encourage. Instead, they work in a business environment which cannot guarantee top-notch results. Introducing systemic procedures, whose goal would be to encourage and reward proactive staff members, would probably represent a significant improvement in the operation of this media company, whose smooth functioning is a social imperative.

INTERNAL CRITERIA FOR THE SELECTION OF TOPICS AND CREATING PROGRAMMING CONTENT

Editorial perceptions of the SBC as PSB have been considered through an analysis of the criteria for selecting topics and creating programming content, which reflect thematic priorities. The purpose of this segment of discussion was to establish to what extent editorial criteria are aligned with the functions and principles of the PSB, as a medium which produces programming content.

Participants of the focus group debate were all in agreement and held the same position that what is prioritised by the SBC is news-politics content, which, according to the education and science desk editor, is reflected in the following: “[...] news desks get the prime time airing, the strongest financial support, state-of-the-art equipment, so - they are treated as a priority”.

In their opinion, this is the reason why the SBC is frequently equalised with news programmes, which is clearly shown in this statement of the news desk editor: “News programmes are a reflection of who we are” (Chart 3). Such a respondents’ view is also confirmed by programming line-up of the SBC, in which news and news-politics programmes get primetime airing, both on the radio (Radio Belgrade 1) and TV (Channel 1 of the SBC), both of which have the highest auditorium (listeners and viewers)⁶.

Unlike the current programming inclination, in which news programming content evidently gets primetime, the respondents thought that a programming priority should be some content which is not shown on any other media, such as children’s programmes, science, culture, art, educational programmes, etc. The majority opinion of the respondents-editors at the SBC is that news-politics programme should not be the most important programming segment, of which confirmation is a statement by one of the respondents, news desk editor, who said: “news-politics programmes should not be a reflection of who we are. Instead, our reflection should be unique programmes, with the best production, created, prepared and realised by this media company”.

In addition to them being dissatisfied with a conspicuous priority given to the SBC news programmes, the respondents also said that they were not happy about such programmes’ quality and objectiveness. Most of them believe that the current editorial policies of the SBC are unequivocally compatible with the views of the political regime. “Topics which are of interest to the political authorities are priorities in news programmes”, say the news and politics desk editor, which in his opinion should not be a feature of the SBC.

The respondents from the focus group believe that the criteria for selecting topics and creating programming content are dictated by political priorities, which are identical to the ruling authorities’ priorities, this being in contradiction with the essence of the PSB, i.e., that it should serve all the citizens.

None of the focus group participants supported editorial orientation according to which criteria for the selection of topics is guided by the ruling authorities’ priorities, which constitutes a form of latent and tacit collaboration between the ruling authorities and PSB/SBC. The environment desk editor notes: “With the help of the SBC, the ruling authorities

⁶ www.rts.rs. Visited on 24th November 2020.

shape public opinion, with news desks being given primetime airing, strongest financial support and state-of-the-art equipment. So, they do treat them as priority”.

The editors who participated in our research believe that the interests of citizens would be better served with culture as the most important programming segment. “It’s our job to choose what’s best in the areas of culture and art and also to preserve our heritage and create cultural content”, notes the culture desk editor and adds “We are the only ones who do that and if we should fail to do so, this non-commercial stuff won’t be made by anyone.” The editors reiterated their strong belief that in the programming context “[...] the best functioning section of the SBC is culture - Channel 3 of the SBC and Radio 2 station, and specifically such programmes should be prioritised by the SBC”.

In addition to culture, other programming contents, which the respondents insisted on, are also neglected, this being in contradiction with their professional values criteria, as regards programming content of PSB⁷.

CONCLUSION

This paper aimed to research staffing and programming capacities of the SBC in the context of public service broadcasting upon which it relies as a unique institution in Serbia’s media system.

Empirical research has established that staffing basis of the SBC at the operational editors’ level represents a valuable, however insufficiently used, resource for a better operation of the SBC in achieving its role as the public media service. This potential can be seen in the attitude of editorial staff both towards the functions and principles of PSB as well as towards its production procedures and programming criteria and priorities.

Operational-level editorial staff of the PSB understand the basic functions of PSB: informational, educational and entertaining. The respondents-editors believe that the informational function at the SBC is without actual need favoured over the other two, while they understand that the culturology function (as seen in social-anthological terms) is neglected, although it holds the strongest production potential in terms of quality.

Even though editors-participants in the research do not have exact knowledge of the principles of PSB, what we find encouraging is the fact that based on their professional intuition and experience they presented valid assumptions on what PSB should stand for, both for society and the public. They stated this in their views on traditions, culture, national communities, minority groups, etc., all of which corresponds to the principles of PSB, in the manner in which these principles were established in the twentieth century and as they were developed in media environments with strong traditions of public media.

The principles of PSB have a broader social role because by observing and applying these principles, interests of the widest audiences are respected and allow participation in programming content while creating appropriate conditions and environment for

⁷ With regard to culture-related programmes, e.g., TV programme *Cultural News*, is mainly aired at a less than adequate time, just before midnight, sometimes even later, whereas radio stations no longer air programmes that specialise in the field of culture (*Ten and a Half*, on Radio Belgrade 1, and *Vision/Ars Artifex*, on Radio Belgrade 202).

democratisation of society (Colombo, 2011). PSB serves its purpose only if it implements media functions, while its social role in democratisation of society is achieved precisely due to the implementation of the PSB principles.

The identified issue of editors not being familiar with the principles which are crucial for the operation of PSB is not their sole professional responsibility. Instead, it has an institutional character. This is indicative of an absence of partial development strategies of the development of employees' professional capacities, which must be based on precise institutional standards and values.

Responsibilities in this field lie with competent bodies of the SBC, mainly with management who are in charge of organising professional education of staff in order for all the employees to be precisely familiarised with the basics of functioning of the SBC. In this context, it is necessary to reaffirm stricter criteria in terms of quality of created programmes, such criteria stemming from the principles of PSB. Such a professional approach defines necessary features of programming content, production criteria, i.e. professional standards which should be observed by all participants in the chain of programming production. In this manner, reporters at the SBC are shaped as socially responsible, active and interest-wise independent professionals who accomplish PSB's essential task, which is to serve the purposes of the public.

Findings of the research into the absence of universal, suitably defined production criteria and unique organisational standards, which are used to shape programming policies (the general one - at SBC level, and partial - at programme level), indicate that the SBC does not appropriately use the potentials of team work and engagement of its employees, which are in many cases highly competent and creative in their respective areas of expertise.

The absence of appropriate programming policies and production criteria and standards allow editors-in-chief independent decision-making on whether they will design editorial policies on their own or with their teams - editorial teams, who formally play this role. Such a procedural sketchiness inevitably makes room for editorial and production arbitrariness and inconstancy, so it holds the risk of personalisation of editorial policies of radio and television programmes of PSB.

In practice, editorial personalisation of programmes becomes a mere transmission of criteria defined by top management, without any consultation with operational editors, who should be creating programmes with their desk teams. This significantly reduces participation and impact of reporters-editors in creating programming concepts and selecting topics, thus centralising editorial policies of the SBC.

Due to significance, complexity and responsibility borne by PSB, its editorial policies should be the result of competent teams' efforts, while programmes should be created based on a general editorial policy of the media company, this policy relying on a global strategy, as is the case in European PSBs. These would be the tasks of a project team who would work on the general programming media policy and this on a solid basis of precisely defined criteria which are founded on the PSB principles.

With such an elaborate strategy of the SBC, as well as well-devised general editorial policy, the issues of sketchiness and inconsistencies of the production criteria, and also the apparent issue of unequal positions of various programmes, would be resolved. This would resolve the issue which the respondents continuously repeated in the focus group

discussions, in which also they pointed out something they disagreed with - unjustified favouring of news and politics programmes and neglecting those programmes which make the SBC unique and premium quality, such as programmes in the fields of culture, education, science, sports, etc.

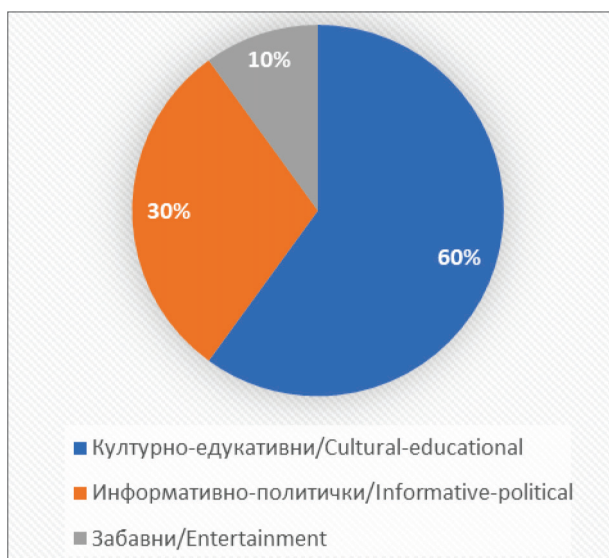
Since the SBC, unlike other media, has suitable capacities to produce such programmes, these potentials should not only be utilised, but also strongly developed as authentic and aligned with the mission and vision of the PSB institute.

REFERENCES / ЛИТЕРАТУРА:

- Colombo, F. (2011). Will Social Media Save Democracies? *CM* 6 (20), 5-20.
- Dragičević Šešić, M. (2011). Citizens of Serbia, Cultural Policy and Cultural Practices. *Kultura* (131), 327–344. [In Serbian]
- Golubović, Z. & Jarić, I. (2010). *Culture and Transformation of Serbia – Value Orientations of Citizens in Changes after 2000*. Beograd: Službeni glasnik [In Serbian]
- Ipsos Strategic Marketing (2015). *Media Market Analysis in Serbia*. [In Serbian]
- Jakubowicz, K. (2004). Ideas in our Hands: Introduction of PSB as Part of Media System as Part of Media Change in Central and Eastern Europe. *European Journal of Communication*, 19 (1), 53–74.
- Knežević, S. (2012). The Role of the BBC Training Program in the Transformation of RTS into a Public Service. *CM* 7 (22), 123-142. DOI: [10.5937/comman1222123K](https://doi.org/10.5937/comman1222123K) [In Serbian]
- Marko, D. (2017). *Transformation and Functioning of Public Broadcasting Services in the Republic of Serbia and the Republic of Croatia* (doctoral dissertation). Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu, Beograd. Available at <https://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/9764/Disertacija.pdf?sequence=6&isAllowed=y> [In Serbian]
- Matić, J., Valić Nedeljkovic, D., Hrvatin B. S. & Petković, B. (2014). *The Importance of Media Integrity: Returning the Media and Journalism to the Public Service*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Available at <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2019/03/Znacaj-medijskog-integriteta-PDF.pdf> [In Serbian]
- McQueen, D. (2000). *Television*. Beograd: Clio [In Serbian]
- Mendel, T. (2001). *Public Broadcasting, Comparative Legal Review*. Beograd: Media center [In Serbian]
- Milivojević, S. (2012). Journalism and Media Industry in Serbia: Challenges and Answers. *CM* 7 (24), 35–58. DOI: [10.5937/comman1224035M](https://doi.org/10.5937/comman1224035M) [In Serbian]
- Nikolić (Đorđević), M. (1993). *Program-production Characteristics of Radio Programs* (master's thesis). Beograd: Fakultet dramskih umetnosti [In Serbian]
- Nikolić, M. (2018). Public Service Broadcasting in Serbia – Facing the Challenges of Political Pressure and Financial Sustainability. *Medijska kultura* 16, Dubrovnik: Civil forum [In Serbian]
- Popović, I. (2017). *Visual Identity in the Function of Strategic Goals of the Public Broadcasting Service RDU RTS* (doctoral dissertation). Beograd: Fakultet dramskih umetnosti Univerziteta umetnosti u Beogradu. Available at https://nardus.mpn.gov.rs/bitstream/handle/123456789/9821/bitstream_56464.pdf?sequence=5&isAllowed=y [In Serbian]

- Shingler, M. & Wieringa, S. (2000). *On Air*. Beograd: Clio [In Serbian]
- Valić Nedeljković, D. & Matić, J. (2014). *Citizen Service or Government Service*. Beograd: Dobar naslov [In Serbian]
- Valić Nedeljković, D., Matić, J. & Veljanovski, R. (2016). *Realization of Public Interest in Public Media Services in Serbia*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, Medijska sfera. Available at: https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2019/03/NNS_publikacija_final.pdf [In Serbian]
- Valić Nedeljković, D. & Matić, J. (2009). Diversity of TV Programs in Serbia. In D. Valić Nedeljković (ed.) *Media scanner. RTV Vojvodina through election monitoring, along with program schemes of national broadcasters and "Novosad postcards" diaries*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, Biblioteka *Medijska sfera*. 4, 24–69. [In Serbian]
- Veljanovski, R. (2005). *Public RTV Service in the Service of Citizens*. Beograd: Clio [In Serbian]
- Veljanovski, R. (2009). *Serbian Media System*. Beograd: Čigoja [In Serbian]
- Zlatanović, D. (2010). Structuring Management Problem Situations Using the Soft System Methodology. *Ekonomski horizonti*, 12 (2), 95–112. Available at http://www.horizonti.ekfak.kg.ac.rs/sites/default/files/Casopis/2010_2/6_Dejana_Zlatanovic.pdf [In Serbian]
- Žegarac, N., Kišjuhas, A. & Koprivica, I. (2016). *Glossary of Culturally Complex Practice*. Novi Sad: Pokrajinski zavod za socijalnu zaštitu AP Vojvodine [In Serbian]

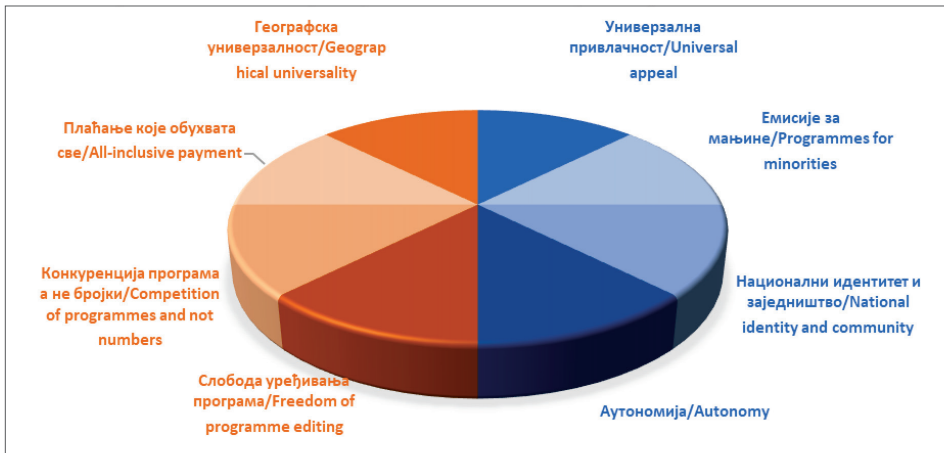
APPENDIX / ПРИЛОГ



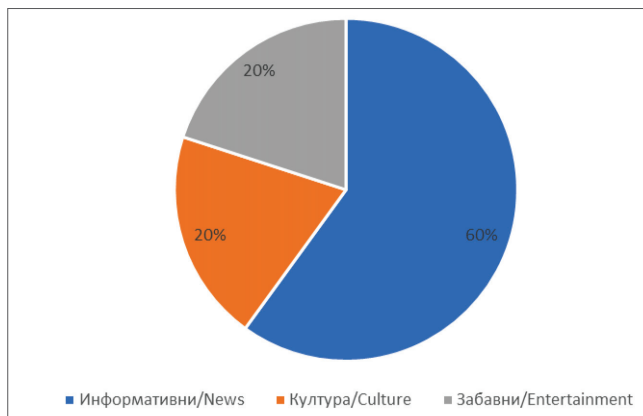
Графикон 1: РТС уредници
– Пожељни програми јавног сервиса /
Chart 1: SBC editors - Public service broadcasting
programmes in demand

← НАЗАД

← BACK



Графикон 2: РТС уредници – Познавање начела јавног сервиса /
Chart 2: SBC editors - Knowledge of public service broadcasting principles



Графикон 3: РТС уредници – Програмски приоритети /
Chart 3: SBC Editors - Programming priorities