

javni medijski servis je institucionalno nezavisan, a to se naročito odnosi na slobodu: u kreiranju i određivanju programskih sadržaja, uređivanja programske šeme, organizacije delatnosti, izbora rukovodilaca, glavnih i odgovornih urednika i zapošljavanja i tako dalje. (čl. 5). Demokratski i nezavisnost javnog medijskog servisa određuju stabilnost, održivost i autonoman izvor finansiranja, sistem izbora organa upravljanja javnog servisa, kao i odgovornost i odnos javnog servisa prema gledaocima koji ga finansiraju. Sva ova pitanja su relativno dobro rešena u zakonu, ali pojedina sporna rešenja bacaju u senku dobru nameru zakonodavca.

9.4.2. Finansiranje javnih medijskih servisa.

Zakon predviđa dobra sistemska rešenja vezana za finansiranje javnog servisa, ali sa druge strane, uspostavlja provizorni sistem finansiranja iz budžeta do kraja 2015. godine. Naime, zakonske odredbe o finansiranju će se primenjivati tek od 1. januara 2016. godine, a do tada će oba javna servisa dobijati sredstva iz budžeta (čl. 61).

U većini zemalja Evrope, preovlađuje tzv. „Dualistički koncept“, odnosno simultano postojanje javnih servisa i komercijalnih medija. U njihovoj praksi se pokazalo da je jedini održivi model finansiranja javnog servisa, finansiranje putem participacije građana. To prepoznaje i Zakon o javnim medijskim servisima koji predviđa taksu koju će javni servis direktno naplaćivati od građana i koja će finansirati samo programske funkcije javnog servisa, odnosno proizvodnju programa koji služi ostvarivanju javnog interesa (čl. 37). Taksa bi bila neka vrsta fiskalne obaveze koju moraju da plaćaju svi građani kao svoj doprinos finansiranju programske funkcije javnog servisa. Zakon o radiodifuziji je predviđao postojanje pretplate, koja suštinski ima istu prirodu kao i taksa. Prilikom donošenja zakona, u javnosti se stvorio pogrešan utisak da se radi o različitim institutima.

Ostali prihodi iz kojih se javni servis može finansirati (u skladu sa zakonom) su: 1) komercijalni prihodi od prodaje svojih programa (tzv. Neto-korist) koji se mogu koristiti samo za funkcije javnog servisa ne i za finansiranje komercijalnih sadržaja (na primer, ti prihodi bi mogli da finansiraju programe namenjene nacionalnim manjinama, ali ne i nabavku programa Lige šampiona), 2) ostali komercijalni prihodi (oglašavanje), kao i 3) finansiranje iz budžeta, ali samo kao izuzetna mogućnost, za programe od javnog interesa i na osnovu prethodno podnetog predloga projekta (čl. 36, 43, 44 i 46). Zakon o elektronskim medijima u članu 67 predviđa vremensko ograničenje oglašavanja. Tako se na programima javnih servisa u punom satu programa može emitovati 6 minuta reklama (oglasnih poruka), dok je komercijalnim emiterima dozvoljeno 12 minuta.

Određene odredbe su pojačale finansijsku disciplinu javnih servisa. Među njima su najznačajnije odredbe koje predviđaju ograničenja u korišćenju određenih sredstava. Tako se prihodi od takse i neto-koristi mogu iskoristiti samo za finansiranje osnovne delatnosti javnih servisa, ne i za komercijalne sadržaje – tzv. Zabrana unakrsnog subvencionisanja (čl. 45). Jako bitna novina je odvojeno računovodstveno praćenje prihoda od osnovnih delatnosti i ostalih, komercijalnih prihoda (čl. 49). Svi obračuni prihoda i rashoda podležu periodičnoj reviziji od strane internog revizora i godišnjoj reviziji od strane nezavisnog eksternog revizora (čl. 50). Javni servisi su dužni da jednom godišnje podnose izveštaj o radu Narodnoj skupštini, koja ga razmatra i regulatornom telu za elektronske medije, kome taj izveštaj služi radi informisanja (čl.