

UDK: 316.774(497.5)  
Pregledni rad  
30. IV. 2020.

GORDANA LESINGER\*

# KRIZA MEDIJA U DEMOKRATSKIM DRUŠTVIMA – JESU LI SLOBODNI ILI POLITIČKI UVJETOVANI? (SLUČAJ HRVATSKA)

## SAŽETAK

Ministarstvo kulture 2013. godine provodi istraživanje o stanju u medijima, a 2015. godine započinje raspravu o medijskoj politici te donosi deset dokumenata koji služe kao temelj za medijske politike u RH od 2015. do 2020. godine. Nemoguće je tvrditi da je samo ekonomska kriza uzrok krize u medijima, iako postoji sveza jer je pad broja oglasa u medijima za sobom donio i pad broja zaposlenih. Manji broj novinara u redakcijama utjecao je na pad kvalitete novinskih uradaka, a ekspanzija društvenih medija te jačanje portala na internetu, usmjerili su novinarstvo u drugom smjeru. Erozija demokratske funkcije medija termin je s kojim se danas susrećemo kada govorimo u "krizi" ili stanju u medijima. Iako je prethodno održano nekoliko tematskih prosvjeda Hrvatskoga novinarskog društva, u ožujku 2019. godine organiziran je opći prosvjed nazvan *Oteli ste medije, novinarstvo ne damo*. Prosvjed je imao za cilj uručiti Vladi osam zahtjeva koji se odnose na sudske tuže, pritiske politike i oglašivača, prijetnje novinarima, ugrožavanje profesionalnih standarda, nepoštivanje medijskih zakona kao te izostanak ozbiljne medijske politike. Iako rasprava o medijskoj politici završava u 2020. godine, sami novinari navode izostanak adekvatne strategije. S obzirom na završetak petogodišnjega razdoblja rasprave o medijskoj politici, u radu će se prikazati rekapitulacija protekloga razdoblja. Je li sve navedeno uzrok daljnje krize u medijima te erozije funkcije medija, autori će nastojati utvrditi u radu. Za potrebe rada provedena je anketa među novinarima dostupnim na društvenoj mreži *LinkedIn*. Također će se napraviti komparacija s početnim stanjem rasprave o medijskoj politici i dobivenih rezultate. Slijedom slogana prosvjeda, pokušat će se dati odgovor tko je oteo medije te kakva je ocjena novinarstva u Hrvatskoj.

**Ključne riječi:** kriza medija, kriza novinarstva, erozija funkcije medija, medijske politike

\* Josip Juraj Strossmayer University Of Osijek, Osijek, glesinger@ffos.hr

## 1. UVOD

Masovni mediji zauzeli su važno mjesto u našoj svakodnevnici. Preko uloge informiranja, obrazovanja i zabave u suvremenom društvu, mediji su platforma na kojoj se saznaju novosti, na kojoj se govori i razgovara, polemizira, problematizira. Posao političara nezamisliv je bez uloge medija kao posrednika u prenošenju i usvajanju političkih odluka. Zahvaljujući njima, svaki je građanin upućen u politička zbivanja iz zemlje i iz svijeta te se lakše orijentira u društvu, jednostavnije donosi odluke, a u konačnici i formira svoj stav o određenim političkim i drugim pitanjima. Mediji uvelike pridonose procesu formiranja, ali i kreiranju javnoga mišljenja, što osobito zanima političare pa se natječu za medijski prostor u kojem bi ostavili što snažniji dojam na svoju interesnu javnost nastojeći tako ukazati na vlastitu podobnost i kredibilitet u obavljanju političkih dužnosti.

Zbog količine i težine informacija kojima raspolažu, medije se često naziva „četvrtom vlasti“ (Zgrabljic Rotar, 2004), a dugo ih se nazivalo i „sedmom silom“ ili „psima čuvarima demokracije“ zbog njihova utjecaja na pojedinca i društvo. Upravo su mediji bili pokretači promjena u društvu, ali su bili i odgovorni prema javnosti u odnosu na vlast i druge moćnike. Danas se medijska profesija udaljila od svoje prvotne zadaće, a to je pravodobno i istinito informirati javnost, čime je ozbiljno narušen kredibilitet medijskih kuća i novinara jer „informacija je monopol države, a ne vlasništvo javnosti“ (Lani, 2011., str. 54). Jedan od glavnih izvora moći suvremenih medija leži u njihovoj sposobnosti da interpretiraju stvarnost te tako utječu na stvarnost definirajući pritom *agenda-setting* (Ružić, Šimić, 2013).

Medijski pluralizam, koji je bio nužan za sazrijevanje društva u tranzicijskom razdoblju, i novi mediji znatno su utjecali na trivijalizaciju medijskih sadržaja, a pojava interneta i razvoj tehnologije učinio je da informacija danas bude dostupnija više nego ikada prije. Iako često popluprovjerena, *copy/pastana* ili potekla od „neimenovanog izvora“, informacija bez imalo zadrške bude objavljena u medijski prostor pa se javnost sve češće pita: *Koja je namjera i što je u pozadini?*

Sama informacija, kao glavni proizvod medijske industrije, danas ima tržišnu vrijednost jer sada u medijima dominiraju pravila poslovnoga svijeta, umjesto pravila novinarske profesije. Profit je razlog zašto se u medijskoj industriji kreiraju i objavljuju isključivo isplativi medijski sadržaji, a vrijednost medijske produkcije mjeri se principom ponude i potražnje.

Slobodni, neovisni i pluralistički mediji od velike su važnosti za funkcioniranje naših demokratskih društava.

## 2. MEDIJI U DEMOKRATSKOM DRUŠTVU

Višestranački sustav, trodioba vlasti, poštivanje ljudskih prava i sloboda medija osnovna su obilježja demokracije. Mediji imaju ulogu prenositi informacije i predstavljati informativni kanal u političkom prostoru, a sloboda medija jedna je od osnovnih karakteristika demokratskoga uređenja. Mediji, javnost i politika u demokratskim društvima nalaze se u konstantnom procesu promjene kada je riječ o tehnološkom napretku i prilagodbi društva modernim izazovima. Danas mnogi ističu da živimo u informacijskom društvu, te je tvrdnja „tko vlada informacijama, vlada društvom“ potpuno opravdana.

U pluralističkom demokratskom društvu postoje različiti stavovi i interesi, zato javno mnijenje nije homogeno. Budući da pojedinac ili udruga građana, kao društveni akteri, ne mogu izravno iskazivati ili artikulirati svoja mišljenja, stavove i interese, važnost medija i njihova funkcija u tom posredovanju postavljaju se kao ključni. Javno iskazivanje stavova i interesa odvija se u najvećoj mjeri upravo preko medija (Maldini, 2008). Sliku nehomogenoga mnijenja prikazuje i hrvatsko društvo, a polariziranost hrvatske medijske scene, svakodnevno sa svojim uracima, produbljuje to nehomogeno društvo koje je još uvijek krhko kada je riječ o demokratskim procesima. Istinite, objektivne, nepristrane i vjerodostojne informacije počela su novinarstva, pa stoga možemo zaključiti da je objektivnost odavno iščeznula iz hrvatskoga medijskog prostora, što svakako utječe na kredibilitet napisanoga i izrečenog. To se može zaključiti iz činjenice da je još uvijek netransparentna vlasnička struktura me-

dija. Stoga javnost ne zna koji tržišni uvjeti vrijede unutar pojedinih medija, pa ostaje nepoznato koliki je utjecaj medija, preko *aggende setting*, na svakodnevne političke odluke niti koliki je utjecaj političara na vlasničku strukturu pojedinih medija te uređivačku politiku.

Medijski pluralizam, sloboda medija te sloboda izražavanja i informiranja važniji su princip medija i preduvjet su njihova djelovanja u demokraciji. To podrazumijeva i nastojanje da se zakona za uređivanje medijskoga sustava onemogućiti cenzura vladajućih, a da se medijski prostor omogućiti svim relevantnim izvorima informacija, od državnih do onih raznih društvenih grupa. Pitanje vlasništva nad medijima danas je postala središnja tema suvremene medijske demokracije. Medijska se demokracija kao koncept protivi načinu na koji mediji obrađuju vijesti obuhvaćajući sve ciljane skupine, pri čemu iskrivljuju javnu percepciju svakodnevnih događaja. Kao pokret, medijska demokracija poziva na borbu za reformu postojećih medija i predstavlja alternativni model kojim bi se borilo protiv monopola nad medijima kao jedinom arbitaru informacija, zabave i svijesti građana (Malik, 2013).

Naime, u mnogim državama vlada monopol nad medijima, netransparentna je vlasnička struktura, a velike korporacije tržišnim mehanizmima uvelike mogu naštetiti prethodno naglašenoj slobodi.

Osnovna je demokratska funkcija medija informirati građane. Uloga novinara u kontekstu političkih procesa morala bi biti informiranje i izobrazba društva u smjeru razvoja demokratske političke kulture, kao nastavak obrazovnoga sustava. No, privatni medijski moćnici očito imaju drugu zamisao, a država im pri tom izlazi u susret. Javno se mnijenje u demokratskim društvima uspjelo postaviti kao bitan politički akter koristeći se njima kao sredstvom pritiska na političku vlast i pozivom na otvorenu javnu raspravu (Maldini, 2008).

### 3. DEMOKRATSKI PREDUVJETI RAZVIJANJA MEDIJSKIH SLOBODA – POLOŽAJ MEDIJA UNUTAR EUROPSKE UNIJE I TRANZICIJSKIH ZEMALJA

Odnos medija i države predstavlja značajnu relaciju u demokratskim društvima i pokazatelj je razine kvalitete dostignutoga društvenog razvoja. Za uspješan proces demokratizacije potreban je učinkovit medijski sektor koji će taj proces, na razumljiv način, približiti građanima. Stoga mediji u procesu tranzicije imaju izuzetnu društvenu funkciju.

Mediji prenose vijesti, tumače ih, utječu na mišljenje građana, utvrđuju program vladinih akcija te socijaliziraju građane u odnosu na politiku (Janda, 1992, str. 108.). Temeljna pretpostavka za navedeno jest ostvarivanje medijskih sloboda i potpuno poštivanje medijskoga pluralizma.

Najvažnije je pitanje danas kakvi su ti medijski sustavi u tranzicijskim zemljama, te na koji su način usporedivi s onima u zapadnoj Europi. Slobodni su mediji preduvjet demokracije i mjera su demokratičnosti jednoga društva, jer mediji oslikavaju karakter i mogućnosti toga društva. Iz perspektive netransparentne vlasničke strukture i financijske neovisnosti, nameće se još jedan ključni problem – pitanje moći, što je danas važno jer se moć iz domene politike prebacila u domenu kapitala. Karakter političkoga sustava definira moguće oblike medijskoga sustava. Ekonomski procesi druga su društvena okosnica razvoja medija kao industrije, pa tako i ukupnih medijskih sustava. Uloga medijskih vlasnika u demokratskom društvu često ima značajniju ulogu na razvoj medijskih sustava od države. Naomi Klein u svojoj knjizi *Doktrina šoka* (2007) govori o čvrstoj povezanosti kapitala iz medijskoga, monetarnog, korporacijskog i političkog establišmenta, iz čega je vidljivo da elite ovise jedne o drugima, drže se skupa te svako u svojoj domeni „odrađuje“ zadatak.

Da bi se takvo stanje ublažilo te ipak odvojilo kvalitetne medijske sadržaje od tržišnih informacija, nužno je postavljanje dobre zakonodavne regulacije i samoregulacije medija koja će omogućiti slobodno funkcioniranje medijskih sloboda i medijskoga pluralizma.

#### 4. ODNOS TRANZICIJSKIH ZEMALJA PREMA „ČETVRTOJ VLASTI“

Država je, sve do prije dva desetljeća, bila okvir u kojem su mediji nastajali i u razvijali se. S obzirom na to da tranzicija označava prelazak iz jednoga sustava u drugi, postavlja se pitanje u kojem smjeru trebaju ići ti mediji te kakvi bi im trebali biti karakter i sadržaj uslijed promjena koje se događaju i u medijskom sustavu.

Sama se država mijenja, napuštajući nasljeđe jednostranačkoga sustava, ideologije i monopola državnoga vlasništva. Pravi odmak od jednoglasja i autoritarne zatvorenosti te prihvaća principe pluralističke, višestranačke demokracije i tržišne ekonomije. U takvim se uvjetima država morala pobrinuti za nastanak, razvoj i opstanak medija kao „četvrte vlasti“ u skladu sa stečevinama Europske unije, odnosno medijski pluralizam i medijske slobode.

Prvi cilj promjena medijskih sustava u zemljama u tranziciji, a kao prvi uvjet za ostale promjene, trebao je biti oslobođanje od političkih utjecaja same vlasti i utjecaja ostalih centara moći. Stoga se u zemljama u tranziciji nameću dva osnovna pravca promjena: *demokratska transformacija medijskog sustava* i *profesionalna transformacija medijskog sustava* (Veljanovski, 2009).

To znači uvođenje medijskoga tržišta što podrazumijeva medijsku pluralizaciju i slabljenje utjecaja države nad vlasništvom u medijima. Takav proces znači transformaciju vlasničke strukture u skladu s javnim interesom, a da se pri tome zadovolje svi tržišni uvjeti.

Mediji koji su u bivšim sustavima smatrani „sastavnim dijelom državnog establišmenta“, trebaju biti otrgnuti iz okrilja vlasti i prepušteni medijskim profesionalcima nad čijim se radom uspostavlja javna kontrola, što je bilo teško shvatljivo i pojedincima visokoga obrazovanja i dosljedne demokratske orijentacije (Veljanovski, 2009).

Iako naizgled trivijalno, pitanje ukidanja monopola vlasti nad medijima i istovremeno ukidanje monopola pojedinih medija, pod okriljem države, u odnosu na ostale medije jedno je od ključnih pitanja u procesu tranzicije. Na emancipaciji medija sve zemlje u tranziciji trebaju sustavno raditi kako bi dostigli demokratsku razvijenost

zemalja zapadne Europe. Plevnik (2004, str. 90) navodi da među pravilima koja spadaju u regulatorni okvir Europske unije, a koji je sugeriran i zemljama u tranziciji, spada i nedopuštena medijska koncentracija i transparentnost vlasništva nad medijima. To je od posebnoga značaja kada se uzme u obzir da su u turbulentnim vremenima političkih promjena vlasništvo nad medijima uspostavili i pojedinci iz sivih zona kapitala, ljudi koji su se obogatili na sumnjiv način ili koji su u vezi s političarima, podzemljem ili kriminalom. U demokratskim je društvima vrlo važna vlasnička struktura iz razloga što je nepoželjan svaki monopol u javnoj sferi, bilo države, bilo pojedinaca, jer se na takav način snažno utječe na javno mnijenje. Danas se mediji suočavaju s kapitalističkim trendovima i financijskim pritiscima kao što su strani kapital, distribucija, transparentnost vlasništva te korupcija. *Medijski proletarijat* novi je rastući fenomen u zemljama u tranziciji (Lani, 2011, str. 51.).

#### 5. HRVATSKI MEDIJSKI SUSTAV OD TRANZICIJE DO DEMOKRACIJE

Hrvatska se medijska pozornica u tijeku tranzicijskoga razdoblja suočava s problemom uspostave zadovoljavajućega vrijednosnog sustava za kreiranje medijske politike koja će uvažavati, ali i odgovarati europskim demokratskim standardima. Iako se u Hrvatska cijelo desetljeće pripremala za ulazak u Europsku uniju, medijska regulacija i uopće situacija s medijima nije u skladu s europskim standardima (Zlatev, 2011). Medijska politika još nije u cijelosti definirana, unatoč načelnoj opredijeljenosti vladajuće koalicije za „pluralnost i raznolikost medija u političkom i društvenom sustavu“ koji bi i kod nas trebali pridonijeti ciljevima kao što su „sloboda i otvorenost medija različitim idejama, te kritička uloga medija u političkom i društvenom sustavu“ (Tanta, 2009).

Privatizacija medija provedena je pod političkim pritiscima, što ukazuje kako ni u Hrvatskoj nije bilo jasne podjele između države i tržišta, što se definira kao „politički kapitalizam“ koji je karakterističan za sve zemlje u tranziciji (Malik, 2013). Omogućen je ulazak stranoga kapitala kao i u drugim zemljama, ali nisu stvoreni mehaniz-

mi za transparentnost vlasništva ni mehanizmi javnoga nadzora za sprečavanje koncentracije i monopola. Novac je bio osnovni uvjet osnivanja medijskih kuća, a tržišni zakoni ponude i potrošnje osnovna mjera i kriterij demokratizacije. Strani kapital promijenio je pravila ili je donio nova pravila u profesionalnom i etičkom smislu na području rada i radničkih prava. Cenzura, u pravom smislu riječi, danas više ne postoji jer se novinari toliko autocenzuriraju, a odgovornost medija isključivo je usmjerena prema politici i korporacijama koji ih financiraju, ali ne i prema javnosti koju bi trebali informirati. Uz to, prisutan je i takozvani *Berlusconijev sindrom* koji zahtijeva da mediji pišu prema interesima medijskih vlasnika, a ne prema interesu javnosti (Lani, 2011, str. 55). Sloboda medija postoji uglavnom za vlasnike medija, a novinarske slobode ovisne su isključivo o interesima vlasnika. Oni se često razlikuju od novinarskoga poslanja i javnog dobra koje bi novinarstvo trebalo promovirati. Mediji su stup demokratskoga društva, ali je neophodno poštivanje etičkih načela i društvenoga dijaloga, ali i odgovornost.

## 6. ISTRAŽIVAČKI CILJEVI I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

O krizi u medijima, ali i u novinarstvu, govori se već duže vrijeme. Jednako tako, provedena su brojna istraživanja, a mnogi teoretičari medija progovaraju o problemima u novinarstvu i medijima.

Uporište za ovaj rad pronašli smo u prosvjedu Hrvatskog novinarskog društva pod nazivom *Oteli ste medije, novinarstvo ne damo!* koji je održan 2. ožujka 2019. godine. Važno je naglasiti da je Ministarstvo kulture 2013. godine provelo istraživanje o stanju u medijima, a 2015. godine započnje raspravu o medijskoj politici te donosi deset dokumenata koji služe kao temelj za medijske politike u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2015. do 2020. godine pod nazivom *Radni materijali za raspravu o medijskoj politici Republike Hrvatske 2015. – 2020. - Nacionalni izvještaj o medijima*. Slijedom navedenoga, u istraživačkom cilju autori rada pokušat će ustvrditi korelaciju između zahtjeva Hrvatskog novinarskog društva i istra-

živanja o stanju u medijima. U vezi s tim, istraživanje Ministarstva kulture poslužit će kao sekundarni podatak. Primarni će podatci biti medijske analize sadržaja izjava s prosvjeda Hrvatskog novinarskog društva u vezi osam zahtjeva čelnika HND-a danih Vladi Republike Hrvatske.

Nadalje, kao dodatna argumentaciju prethodno napravljenom analizi sadržaja, provedena je anketa među novinarima na društvenoj mreži *LinkedIn* u razdoblju od 15. 10. 2019. do 15. 11. 2019. godine. Pitanja u anketi koncipirana su slijedom problematike apostrofirane u prosvjedu, ali i slijedom teorijskih prikaza.

Predistraživanje provedeno je na prigodnom uzorku koji su činila 72 novinara iz različitih redakcija i iz različitih dijelova Republike Hrvatske. Uzorak ispitanika koji su sudjelovali u anketnom istraživanju nije reprezentativan, ali odgovori dobiveni za potrebe ovoga istraživanja te zaključci izvedeni iz njih mogu biti indikativni. Anketni upitnik može poslužiti u daljnjim istraživanjima slične problematike.

### 6.1. ANALIZA ISTRAŽIVANJA

Početna premisa ovoga istraživanja bio je naziv prosvjeda Hrvatskog novinarskog društva pod nazivom *Oteli ste medije, novinarstvo ne damo!* U tekstu pod nazivom *Hrvatsko novinarsko društvo poziva na prosvjednu šetnju* navodi se kako novinari izlaze na ulice potaknuti brojnim sudskim tužbama protiv novinara i medija (kojih je u ovom trenutku više od 1160), političkim pritiscima i pritiscima oglašivača (velikih tvrtki), prijetnjama novinarima, ugrožavanjem profesionalnih prava i standarda, nepoštivanjem medijskih zakona, izostankom ozbiljne medijske politike (HND, 2019). Nadalje, kažu, medijski prostor u Hrvatskoj karakterizira premreženost političkih i korporativnih interesa, netransparentnost vlasništva, marketing umjesto novinarstva. Novinarima se ne dopušta da slobodno rade, egzistencijalno ih se ucjenjuje, tuži kada pišu istinu. Pri tom novinari traže od Vlade održivu medijsku politiku i pravni okvir kojim se štiti neovisnost i sloboda novinarske profesije te medijski sustav u kojem se ostvaruje javni interes (HND, 2019).

U vezi s tim nužno je napomenuti da je Ministar-

stvo kulture Republike Hrvatske pokrenulo Raspravu o medijskoj politici Republike Hrvatske od 2015. do 2020. godine. Doneseno je trinaest dokumenata unutar kojih se raspravlja o stanju u medijima. Za potrebe ovoga rada analizirat ćemo dva dokumenta: *Dimenzije krize medija* i *Uzroci krize medija*. To je prilika za rekapitulaciju petogodišnjega razdoblja analize medijske politike u Republici Hrvatskoj koja, u svojoj zadnjoj godini, korespondira s prosvjednom strukovnog novinarskog društva na njihovih osam zahtjeva upućenih Vladi Republike Hrvatske.

Novinari su se okupili da bi upozorili na stanje u profesiji, stoji u tekstu *Prosvjed koji je ujedinio novinare*. Izišli su na ulicu potaknuti golemim brojem sudskih tužbi protiv novinara i medija. U HND-u su posebno naglasili da su izloženi političkim pritiscima i pritiscima oglašivača, prijetnjama, ugrožavanjem profesionalnih prava i standarda, nepoštivanjem medijskih zakona, kao i izostankom ozbiljne medijske politike (HND, 2019). Zahtjevi novinara predani su u Vladu Republike Hrvatske, a u tekstu *Osam zahtjeva protiv cenzure* navode (HND, 2019):

- Prekinite zloupotrebu sudskih tužbi kao sredstvo pritiska na novinare!
- Zakonom zaštitite novinare koji javno upozore na pritiske kojima su izloženi!
- Osigurajte depolitizaciju Vijeća za elektroničke medije!
- Razriješite vodstvo javne televizije i hitno izmijenite Zakon o HRT-u!
- Osigurajte provedbu Zakona o medijima i provedbu statuta medija!
- Onemogućite lokalnim šerifima uzurpaciju medija!
- Pronađite i procesuirajte nasilnike i napadače na novinare!
- Uvedite javne potpore za kvalitetno novinarstvo!

„Ovo su zahtjevi tužene, napadane i na sve moguće načine ušutkivane, ali još uvijek ponosne i glasne novinarske zajednice. Smatramo ih ujedno i zahtjevima cijele javnosti. Jer je pošteno novinarstvo potreba i pravo svih. Jer bez novinarskih sloboda nema ni slobodnog društva. Mi novinarstvo smatramo javnim dobrom koje je potrebno čuvati i odnositi se prema njemu s posebnom pažnjom. A vi?“ pitaju HND-ovci (HND, 2019).

U zadnjoj godini trajanja medijske strategije Ministarstva kulture, Hrvatsko novinarsko društvo reagiralo je na stanje u medijima – evidentno nezadovoljno razvojem strategije. Iako radnu skupinu za analizu čine eminentni novinari i stručnjaci iz područja medija, koji su zasigurno precizno determinirali probleme u medijima, ti se problemi u praksi nisu počeli rješavati.

Tako je na samom početku Rasprave o medijskoj politici u radnom materijalu pod nazivom *Dimenzije krize* (2015, str. 3) rečeno da je nemoguće tvrditi kako je samo ekonomska kriza uzrok krize u medijima, iako se može dovesti u vezu jer je pad broja oglasa u medijima za sobom donio i pad broja zaposlenih. Nadalje kažu kako je manji broj novinara u redakcijama utjecao na pad kvalitete novinskih uradaka, a ekspanzija društvenih medija te jačanje portala na internetu, usmjerili su novinarstvo u drugom smjeru. Ta razmišljanja korespondiraju s osmim zahtjevom HDN-a gdje se traži uvođenje javnih potpora za kvalitetno novinarstvo. Dokumenti Ministarstva kulture uvode termin "erozija demokratske funkcije medija" s kojim se danas susrećemo kada govorimo u "krizi" ili stanju u medijima.

Slijedom svega navedenog, Ministarstvo kulture u svojim je radim dokumentima popisalo krizna žarišta istaknuvši:

- dugotrajan učinak komercijalizacije i koncentracije medija
- gubitak i nesigurnost radnih mjesta
- izloženost prijetnjama i tužbama
- pritisci, pa čak i nasilje
- nastavak erozije ugleda i progresiju sumnji na političku pristranost javnih medija
- probleme lokalnoga informiranja
- nezavisni mediji uvijek na rubu opstanka.

Ovdje je riječ o sedam žarišta, a svaka točka korespondira s navedenim zahtjevima koje je Hrvatsko novinarsko društvo uputilo Vladi Republike Hrvatske. Iz navedenoga možemo zaključiti da je unatoč pokrenutoj raspravi te izradbi medijske strategije od 2015. do 2020. godine stanje u medijima ostalo nepromijenjeno, čak se u nekim segmentima i pogoršalo.

U dokumentu *Uzroci krize medija* (2015, str. 4) radna je skupina ustvrdila "ako je recesija i dovela do porasta tabloidne komercijalizacije, gubitka povjerenja i interesa publika, novinarske zaposle-

nosti, pada informativnosti, relevantnosti, inkluzivnosti te erozije demokratske funkcionalnosti hrvatskih medija, s ekonomskim o popravkom nestat će i svi ti problemi". Sandra Bašić Hrvatina, s Fakulteta za humanističke studije u Kopru, zaključuje da država mora pomoći, jer ćemo u protivnom doći u situaciju da će novinarski rad početi raditi algoritmi. Već danas postoje pogoni uz pomoć kojih se pišu novinski članci koji donose puno klikova na internetu. No pravo novinarstvo mora počivati na činjenicama (Romac, 2019).

Uspoređujući nadalje zahtjeve Hrvatskog novinarskog društva s determiniranim kriznim žarištima iz medijske strategije, a govoreći o padu novinarske zaposlenosti, možemo ustvrditi da su mediji industrija s iznadprosječnim udjelom nestalni, dakle riječ je o ugovorima o djelu ili na određeno vrijeme angažiranih radnika. Stoga kažu da je potrebno ojačati prava novinara, a posebno *freelancera*, na sindikalno udruživanje i zastupanje u kolektivnim pregovorima i ugovorima, kao što je zajamčeno Poveljom Europske unije (članak 12). Odredbu treba utemeljiti na nedavnoj odluci Vijeća ministara i Vijeća Europe kojom se dokida ograničavanje kolektivnoga pregovaranja za samozaposlene građane.

S obzirom na to da jedan problem veže drugi, a govoreći o nastavku erozije ugleda profesije, radni materijali govore i o padu informativnosti te kažu da 47 % manje novinara može značiti i upola manje objavljenih vijesti. Mišljenja su da je najbolji jamac ostvarivanja prava građana na javno informiranje poboljšanje kvalitete novinarstva, posebno novinarstva u javnom interesu. Erozija demokratske funkcije medija kaže da izražen pad informativnosti potvrđuje deficit mogućnosti da mediji udovolje zahtjevima većine postojećih koncepata demokracije te dodaju da su hrvatski mediji i prije krize teško udovoljavali očekivanoj "ulozi u izgradnji demokratskog društva".

Tehnološki napredak utjecao je na nove smjerove razvoja novinskoga izdavaštva uvođenjem novih platformi i na povećanje i modificiranje zahtjeva za ponudom sadržaja... Sloboda govora, a time i novinarstva, mogla bi uskoro postati sloboda samo onih koji si to mogu priuštiti.

Radna skupina u materijalu *Uzroci krize u medijima* (2015, str. 4) navodi da novinarstvo kao jav-

no dobro ima puno šire društvene probitke od čisto ekonomskoga odnosa koji postoji između prodavatelja i kupca. Dodaju da se odgovornost za eroziju vrijednosnoga sustava novinarske profesije ponekad pripisuje vlasnicima, ponekad urednicima i novinarima, a gotovo se uvijek vezuje uz "nedostatak političke kulture" i negativne strane modernizacije koja je zaslužna za tabloidne stranputice novina i uvođenje zakona reklamnoga rejtinga u televizijske redakcije. Zaključuju da su slom ekonomije i uspon interneta postavili kulise za tragediju medija koju pratimo iz partera rezerviranoga za puk.

Nastavno na analizu radnih materijala, kao i zahtjeve Hrvatskog novinarskog društva, ovo poglavlje možemo zaključiti razmišljanjima Sandre Bašić Hrvatina s Fakulteta za humanističke studije u Kopru, koja kaže da smo suočeni s totalnom degradacijom medijskoga ekosustava koja traje godinama. Ta degradacija nije isključivo rezultat ekonomske krize koja je pogodila i medije (Novi list, 2019). Medijske publike u Hrvatskoj mijenjaju posljednjih godina svoje preferencije, internet preuzima publiku, ne samo zahvaljujući tomu što im je računalo često *pri ruci*, nego i zato što je novinski (audio, video...) sadržaj na internetu najčešće besplatan. Stoga Bašić kaže: *Uz dužno poštovanje prema citizen journalismu, komentaru stručnjaka ili videu aktivistkinje kao oblicima aktivne participacije u javnoj sferi (a ne samo izvoru besplatnog sadržaja za vlasnike medija), za ostvarenje društvenih funkcija medija potrebno je i plaćeno, profesionalno novinarstvo. I to u znatno većoj mjeri nego što ga danas imamo* (Novi list, 2019). *Novinarstvo je javno dobro koje ne smije služiti samo nekima. Za Ministarstvo kulture stanje u našoj struci je normalno. Kao da ne živimo u istoj zemlji, kao da ne živimo u državi u kojoj se novinari proganjaju* (HND, 2019).

## 6.2. ANKETA

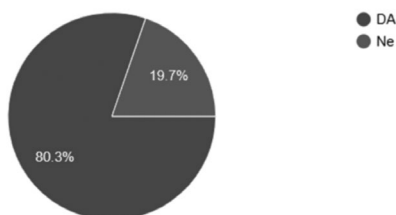
Anketnom ispitivanju pristupio je 71 ispitanik-novinar preko društvene mreže *LinkedIn*. Obuhvaćena je cijela Hrvatska, sve medijske platforme te vodeće i lokalne medijske kuće. Postavljena pitanja koncipirana su prema zahtjevima s prosvjeda Hrvatskog novinarskog društva,

odnosno u skladu s Radnim materijalima Ministarstva kulture.

S obzirom na to da je naziv prosvjeda bio *Oteli ste medije, novinarstvo ne damo*, ispitanicima su postavljena pitanja o krizi u medijima, odnosno o krizi u novinarstvu. Pri tom 80,3 % ispitanika smatra da su mediji u krizi, a čak 87,3 % ispitanika smatra da je novinarstvo u krizi.

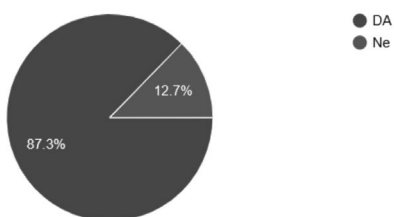
#### 1. Smatrate li da su mediji u krizi

71 responses



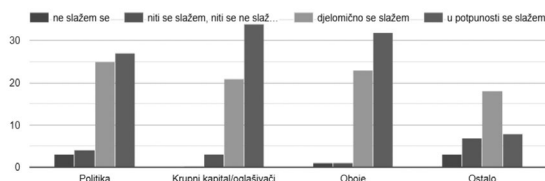
#### 2. Smatrate li da je novinarstvo u krizi

71 responses



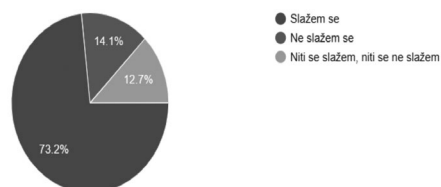
Sljedeće je pitanje bilo u vezi utjecaja na novinarstvo, s obzirom na dio naziva ... *novinarstvo ne damo* pa tako većina ispitanika smatra kako na novinarstvo uvelike utječu oglašivači, zatim politika, te podjednako i oboje. Slijedom toga, postavili smo pitanje o krizi identiteta medija, a čak 73,2 % ispitanika smatra da u Hrvatskoj postoji kriza identiteta

#### 3. Ako smatrate da je novinarstvo u krizi, postoji li onda utjecaj na novinarstvo



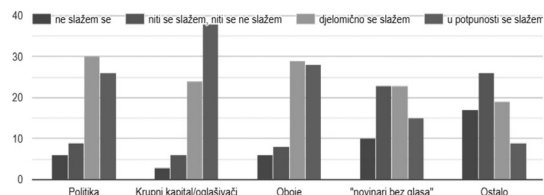
#### 4. U Hrvatskoj imamo krizu identiteta medija

71 responses



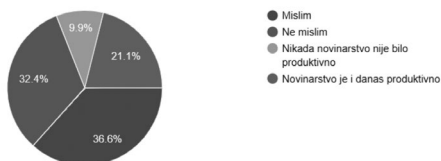
Nadalje, postavili smo pitanje *Tko je oteo medije?* pa, slično kao i na treće pitanje, ispitanici uvelike odgovaraju kako je riječ o oglašivačima i politici. Kako je istraživanje Ministarstva kulture započelo 2015. godine, a obuhvaća razdoblje predrecesije, recesije i donosi predviđanja za postkrizno razdoblje, pitali smo ispitanike *Je li novinarstvo u predrecesijsko doba bilo produktivnije?* 36,6 % ispitanika odgovorilo je potvrdno, s pitanjem se ne slaže 32,4 % ispitanika. Da novinarstvo nikada nije bilo produktivno, smatra 9,9 % ispitanika, a da je produktivno i danas smatra 21,1 % ispitanika.

#### 5. Tko je oteo medije



#### 6. Mislite li kako je predrecesijsko razdoblje bilo produktivnije za novinarsku struku

71 responses

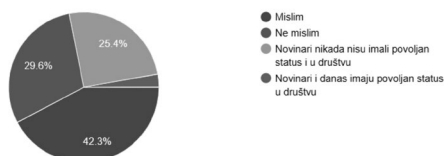


Na pitanje *Mislite li da su u predrecesijskom razdoblju novinari imali povoljniji status u društvu?*, 42,2 % ispitanika odgovara da jesu, 29,6 % ispitanika ne slaže se s tim pitanjem, a da nikada nisu imali povoljan status tvrdi njih 26,4 %. Na pitanje *Mislite li da je kriza samo olakšala interesnim skupinama devastaciju medija i novinar-*

stva uopće?, 91,7% ispitanika zbrojno su odgovorili da se slažu i da se djelomično slažu.

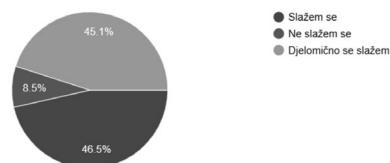
7. Mislite li da su u predcesijskom razdoblju novinari imali povoljniji status u društvu

71 responses



8. Mislite li da je kriza samo olakšala interesnim skupinama devastaciju medija i novinarstva uopće?

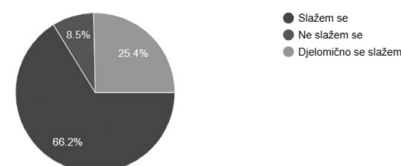
71 responses



S obzirom na to da se nekoliko tvrdnji u Radnim materijalima odnose na pojavu portala, odnosno društvenih medija koji su utjecali na brži protok informacija te kraće novinarske forme, postavili smo pitanje je li to uistinu tako. 91,6 % ispitanika slažu se ili djelomično slažu zbrojem odgovara. A kada je riječ o upitu u vezi kraćih medijskih formi, ponovno zbrojem potvrdno odgovara 91,6 % ispitanika.

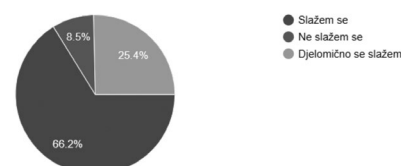
9. Mislite li da je pojava društvenih medija utjecala ne kraće novinarske forme i laganije medijske sadržaje?

71 responses



9. Mislite li da je pojava društvenih medija utjecala ne kraće novinarske forme i laganije medijske sadržaje?

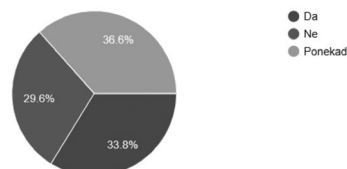
71 responses



Budući da su statusi javnih osoba postali sastavni dio novinarskih formi, a posljednji se zahtjev odnosi na "kvalitetno novinarstvo", zanimalo nas je prenose li ispitanici takve informacije u svoj medij. 33 % ispitanika odgovara potvrdno, 36,6 % ispitanika odgovara s ponekad, dok 29,6% ispitanika negira objave. Može se zaključiti da statusi s društvenih medija ne dominiraju novinarskim formama u Republici Hrvatskoj. Jednako nas je zanimalo pridonose li statusi s društvenih medija nekvalitetnijem javnom informiranju. Odgovori su raznoliki, no zabrinjava odgovor *nemam stav o tome* kod gotovo 24 % ispitanika. Postavlja se retoričko pitanje čemu onda prosvjedi i zahtjevi za zaštitu kvalitete novinarstva ako sami novinari ne razmišljaju o kvaliteti prenesenoga sadržaja.

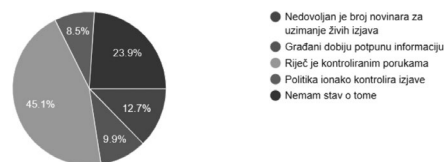
11. Prenosite li statute javnih osoba s društvenih medija u vaš medij?

71 responses



12. Pridonose li statusi s društvenih mreža nekvalitetnijem javnom informiranju

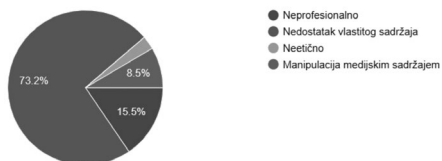
71 responses



Kako je riječ o mediju koji sam za sebe proizvodi sadržaj, zanimalo nas je kako bi se na sličnu praksu gledalo kroz prizmu hibridnosti medija. Velik postotak od 73, 2 % ispitanika odgovorilo je da bi to promatralo kao nedostatak vlastitoga sadržaja. Slijedom toga, 33,8 % ispitanika misli da je budućnost u hibridnim medijskim žanrovima, dok 46,2 % još uvijek nije sigurno u vezi te tvrdnji.

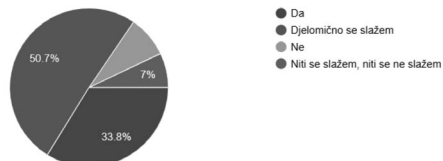
13. Kako biste gledali na pojavu da televizija prenosi izjave od radija; radio od portala ili ostale medijske krizaljke

71 responses



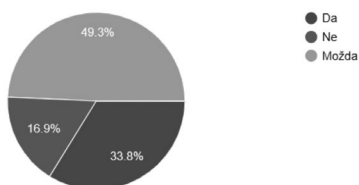
16. Mislite li da zbog političko - korporacijskog utjecaja novinari danas "otupljuju oštrice" (što je povod za kvalifikaciju "oteli ste medije")

71 responses



14. Mislite li da je budućnost novinarstva u hibridnim medijskim žanrovima

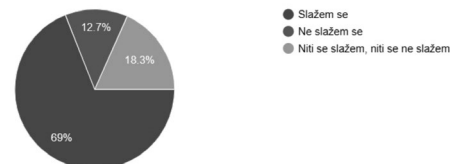
71 responses



Da je na kvalitetu novinarstva s negativnim predznakom utjecala pojava *spina*, *fake newsa*, *clit baita* i sličnih oblika, potvrdno zbrojem odgovora 78,3 % ispitanika. Za kraj smo ispitali ocjenu medijskih sloboda u Republici Hrvatskoj, kvalitetu novinarstva, obrazovnu strukturu novinara te su na ta posljednja tri pitanja ispitanici odgovorili zlatnom sredinom, odnosno ocjenom tri.

17. Mislite li da je na kvalitetu novinarstva, s negativnim predznakom, utjecala pojava *spina*, *fake newsa*, *clit baita*?

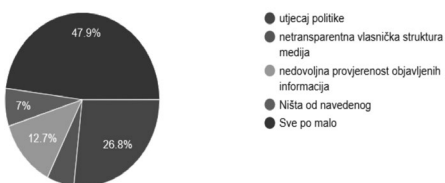
71 responses



S obzirom na to da se neki od zahtjeva HND-a odnose na sudske tužbe prema novinarima, a i u Radnima materijalima Ministarstva kulture nalaze se takve tvrdnje, zanimalo nas je što po ispitanicima utječe na takvu praksu prema novinarima. 26,8 % ispitanika smatra da je riječ o utjecaju politike, a 12 % ispitanika da je riječ o nedovoljnom provjeravanju iznesenih informacija. 7 % ispitanika odgovara ništa od navedenoga, dok čak 47,9 % ispitanika smatra kako na to utječe sve po malo. Kako je početak krilatice prosvjeda *oteli ste medije*, pa se tvrdi kako su novinari blaži u smislu takozvanog novinarstva, zanimalo nas je slažu li se ispitanici s navedenim. Tako, zbrojem, potvrdno ili djelomično se slažu odgovara 84,5 % ispitanih.

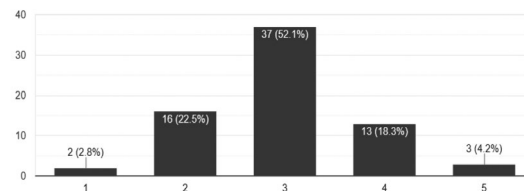
15. Što utječe na brojne sudske presude novinarima?

71 responses



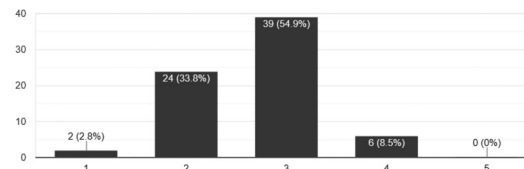
18. Kako ocjenjujete medijske slobode u Republici Hrvatskoj (1 - nema medijskih sloboda; 5 potpuno se poštuju medijske slobode)

71 responses



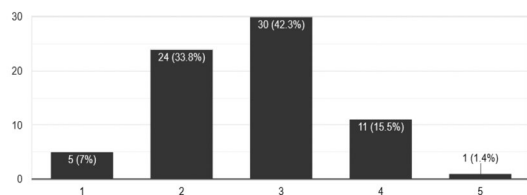
19. Kako ocjenjujete kvalitetu novinarstva u Republici Hrvatskoj (1 - potpuno neprofesionalno; 5 - potpuno profesionalno)

71 responses



20. Kako ocjenjujete obrazovnu strukturu novinara u Hrvatskoj? (1 - najniža ocjena; 5 najviša ocjena)

71 responses



## 7. ZAKLJUČAK

U zaključku o položaju medija možemo reći da mediji u Hrvatskoj ni u zemljama Europske unije nisu u potpunosti slobodni, ali niti u potpunosti politički uvjetovani. Iako se stupanj demokracije razlikuje u svakoj od zemalja Europske unije, sustav načina osiguranja društvene odgovornosti medija, te jačanja medijskoga pluralizma i medijskih sloboda, zadaća je svake članice koju moraju nastaviti razvijati.

Potrebno je uložiti više nпора da se medijski poduzetnici uključe kao vodeći u realizaciji toga procesa, što nije lako jer medijski vlasnici i političko vodstvo žele i nadalje dijeliti blagodati dosadašnjega udobnog simbiotskog surađivanja. Medijski je pluralizam potaknuo snažnu konkurenciju, zbog čega su mediji danas postali roba na tržištu koja prolaze sve poslovne faze prije nego što stigne do konzumenata. Proizvodnja novina svakodnevno je sve skuplja i skuplja, a potrebno je i puno više profita od same prodaje novina. Tu dolazi i do kategorije prodaje oglasnoga prostora, po mogućnosti uz glavnu vijest dana, čime se u cjelokupan proces proizvodnje novina uključuje više zainteresiranih strana među kojima je potrebno umijeće „balansiranja“. To potvrđuje ranije iznesenu tezu o tržišnoj vrijednosti informacija, kao i o pravilima poslovanja iz poslovnoga svijeta koja su promijenila način funkcioniranja samih medija.

Vlasnici medija razmišljaju o prihodnima, profitu i povratu na uloženi kapital. Oglašivači, pak, razmišljaju o tome koliki će doseg i kakav će povrat imati na uložena sredstva za oglasni prostor. Nažalost, malo tko razmišlja o kvaliteti novinarske profesije!

Pitanje koje se postavlja u vezi s raznolikošću medija te u vezi s tim ograničenjem koncentracije, koje se regulira medijskim politikama ili politikama tržišnoga natjecanja, povezano je s pretpostavkom da raznolikost medija i njihov pluralizam utječu na pluralizam i raznolikost sadržaja medija, koji je, pak, pretpostavka ostvarenja uloge medija u demokraciji (Malović, 2006).

## 8. LITERATURA

- Danesi, M. (2009). *Dictionary of media and communications*. New York: M.E. Sharpe, Inc.
- Janda K. (1992). *The Challenge of Democracy - Government in America*. Boston - Toronto: Houghton Mifflin Company.
- Hrvatsko novinarsko društvo. (2019). *Hrvatsko novinarsko društvo poziva na prosvjednu šetnju*, izvor: HYPERLINK "<https://www.hnd.hr/hrvatsko-novinarsko-drustvo-poziva-na-prosvjednu-setnju>" <https://www.hnd.hr/hrvatsko-novinarsko-drustvo-poziva-na-prosvjednu-setnju>, pristupljeno 29. 1. 2020.
- Hrvatsko novinarsko društvo (2019). *Prosvjed koji je ujedinio novinare*, <https://www.hnd.hr/prosvjed-koji-je-ujedinio-novinare>, pristupljeno 29. 1. 2020.
- Hrvatsko novinarsko društvo. (2019). *Osam zahtjeva protiv cenzure*. HYPERLINK "<https://www.hnd.hr/osam-zahtjeva-protiv-cenzure1>" <https://www.hnd.hr/osam-zahtjeva-protiv-cenzure1> pristupljeno 29. 1. 2020.
- Janda K. (1992). *The Challenge of Democracy - Government in America*. Boston - Toronto: Houghton Mifflin Company.
- Klein, N. (2008). *Doktrina šoka*. Zagreb: V.B.Z. d.o.o.
- Lani, R. (2011). *Tko čuva pse čuvare*. UNESCO, *Profesionalno novinarstvo i samoregulacija* (str. 54. – 55.). Francuska: UNESCO.
- Maldini, P. (2008). *Demokracija i demokratizacija*. Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku.

- Malik, S. (2013). *Media Democracy*. Bonn: Fridrich Ebert Stiftung - Society for Alternative Media and Research.
- Malović, S. (2006). Ima li granice slobodi medija? *Politička misao*, 41 (1), 32. – 41.
- Ministarstvo kulture. (2015). *Rasprava o medijskoj politici*, HYPERLINK "<https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=12071>" <https://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=12071>, pristupljeno 29. 1. 2020.
- Ministarstvo kulture. (2015). *Dimenzije krize*, <https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/NAJNOVIJE%20NOVOSTI/Izvje%C5%A1taj%20-%20Radni%20materijal%202%20-%20Dimenzije%20krize%20medija.pdf>, pristupljeno 29. 1. 2020.
- Ministarstvo kulture. (2015). *Uzroci krize*, HYPERLINK "<https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/NAJNOVIJE%20NOVOSTI/Izvje%C5%A1taj%20-%20Radni%20materijal%203%20-%20Uzroci%20krize%20medija.pdf>" <https://www.min-kulture.hr/userdocsimages/NAJNOVIJE%20NOVOSTI/Izvje%C5%A1taj%20-%20Radni%20materijal%203%20-%20Uzroci%20krize%20medija.pdf> pristupljeno 29. 1. 2020.
- Parcu, P. L. (2013). *European Union competencies in respect of media pluralism and media freedom*. European University, Centre for Media Pluralism and Media Freedom. Bruxelles: Centre for Media Pluralism and Media Freedom.
- Peruško, Z. (2004). Medijska koncentracija: izazov pluralizmu medija u Srednjoj i Istočnoj Europi. *Medijska istraživanja*, 9 (1), 39. – 58.
- Plevnik, D. (2004). Izazovi preobrazbe u tranzicijsko vrijeme. U D. Plevnik, *Praksa etičkog novinarstva* (str. 87. – 93.). Zagreb: Masmedia
- Romac, D. (2019). *Država mora pomoći medijima. U protivnom će posao novinara preuzeti - algoritmi*, dostupno na: <http://www.novilist.hr/Vijesti/Hrvatska/SANDRA-BASIC-HRVATIN-Drzava-mora-pomoci-medijima.-U-protivnom-ce-posao-novinara-preuzeti-algoritmi>, pristupljeno: 28. 1. 2020.
- Rotar, N. Z. (2004). Hrvatska medijska politika i javni mediji. *Medijska istraživanja/Media Research*, 9 (1), 59. – 77.
- Tanta, I. (2009). Sizif je bio novinar - u Hrvatskoj! *MEDIANALI*, 3 (6), 73-88.
- Veljanovski, R. (2009). Mediji i država u tranziciji. *Novinarstvo, komunikologija, kulturologija*, 363. – 378.
- Vlatka Ružić, M. Š. (1. 6. 2013.). Utjecaj masovnih medija na politiku (p. d. Breslauer, Ur.) BIBLIOGRAPHY \I 1050
- Vujević, M. (1998). Profesija i politika u medijima. *Politička misao*, 35 (1), 169-185.
- Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 4 (1), str. 77-8
- Zlatev, O. (2011). Načini osiguravanja društvene odgovornosti medija i njihova primjena u Jugoistočnoj Europi. U UNESCO, *Profesionalno novinarstvo i samoregulacija* (str. 17-40). Zagreb: IZVORI. 2.

## **MEDIA CRISIS IN DEMOCRATIC SOCIETIES - ARE THEY FREE OR POLITICALLY CONDITIONED (CROATIA CASE)**

### **ABSTRACT**

The Ministry of Culture in 2013 conducts research on the media situation, and in 2015 begins discussions on media policy and adopts ten documents that serve as the basis for media policies in the Republic of Croatia in the period 2015 to 2020.

It is impossible to argue that only economic crisis is the cause of the crisis in the media, although there is a link because the decrease in the number of advertisements in the media has also led to a decrease in the number of employees. Fewer journalists in newsrooms have affected the decline in the quality of news articles, and the expansion of social media and the strengthening of online portals have directed journalism in another direction.

Erosion of the democratic function of the media is a term that we come across today when we speak in a "crisis" or situation in the media. Although several thematic protests have been held by the Croatian Journalist Society, a general protest called "You kidnapped the media, we don't give journalism" was organized in March 2019. The protest was intended to deliver to the Government of eight claims relating to the largest number of lawsuits, political PR and prints and advertisers' pressures, threats against journalists, jeopardizing the professional rights and standards, failure to comply with media laws and the lack of serious media policy.

Although the debate on media policy, in the framework of the start, ending in 2020. Godin e journalists themselves referred to the lack of adequate strategies. Given the end of the five-year media policy debate period, a recapitulation of the past period will be made through the paper. Is all of the above a cause of further media crisis and erosion of media function, the authors will endeavour to determine through the work. For the paper, a survey was conducted among journalists available through the LinkedIn social network. Equally, a comparison will be made with the initial state of the media policy debate and the results obtained will be compared. Following the slogan of the protest, an attempt will be made to answer who abducted the media and what is the rating of journalism in Croatia.

**Keywords:** media crisis, journalism crisis, erosion of media function, media policies