

Nada Zgrabljic Rotar (ur.) *Digitalno doba-Masovni mediji i digitalna kultura*, Sveučilište u Zadru i Naklada medijska istraživanja, 2011, 436. str.

Zbornik radova *Digitalno doba-Masovni mediji i digitalna kultura* zamišljen je kao zbornik radova u kojem će medijski teoretičari i kreativni stručnjaci upoznati čitatelje s dosadašnjim utjecajima digitalizacije na hrvatski medijski prostor, čime urednica knjige želi ukazati na važnost medijske pismenosti u digitalnom dobu. Cilj knjige je prikazati na koji način nove komunikacijske tehnologije mijenjaju teorijske paradigme i koncepte te kako utječu na tradicionalne medije i profesije. U tom smislu istražuju se nova organizacijska rješenja i medijske prakse kao i ekonomske i kulturološke promjene u javnoj komunikaciji i medijskoj industriji digitalne ere, u kojoj tradicionalni mediji teže integriranim medijima i medijskim izričajima mijenjajući navike publike i profile medijskih profesionalaca. Čitatelji se mogu pobliže upoznati s procesima, postupcima, sredstvima i uvjetima konvergencije medija, odnosno procesa i posljedica digitalizacije tradicionalnih medija, televizije, tiska i radija kao i o procesima koje možemo razumjeti kao konvergenciju zanimanja što vodi prema potrebi no-

vog obrazovanja medijskih stručnjaka. Multimedijско okružje utječe na neka zanimanja, primjerice na odnose s javnošću kao i na neke kulturne sustave, na primjer na kazalište, a digitalna kultura utječe na kreativnost i promjene u umjetničkim zanimanjima kao što su fotograf, filmski montažer, animator, filmski oblikovatelj zvuka.

Knjiga sadrži trinaest poglavlja u kojima autori istražuju teorijska načela digitalne komunikacije, interaktivna i hologramska televizija i televizija 3D formata, proces digitalizacije javne televizije i komercijalnih televizija u Hrvatskoj, digitalizaciju javnog radija, praktičnu primjenu digitalizacije tiska, kazalište kao interaktivni i multimedijalni medij, digitalnu animaciju i primjenu u medijima, digitalnu montažu i postprodukciju, digitalnu fotografiju i digitalizirano medijsko tržište. Priznati teoretičari i stručnjaci: televizijski i radijski kreatori digitalne platforme, digitalni montažeri, fotografi, animatori te eksperimentatori u području holografije i 3D tehnologije tumače najnovije procese i načine prelaska s analognog u digitalno doba. Interdisciplinarnim pristupom

daje se širok uvid u složene i brojne promjene u prelasku s analognog na digitalno emitiranje na hrvatskoj medijskoj sceni kao i uvid u posljedice nove digitalne komunikacije na medijsku praksu, teoriju i na javnost.

Nada Zgrabljčić Rotar, urednica knjige, u poglavlju "Masovni mediji i digitalna kultura" piše novoj publici i promjenama očekivanja, organizacijskim promjenama konvergirane medijske scene i novim kulturnim vrijednostima digitalnog doba. Hrvoje Stančić u tekstu „Načela digitalne komunikacije“ stavlja težište izlaganja s jedne strane na sve ono što je s tehnološkog aspekta potrebno za uspostavljanje uspješne komunikacije u eri elektroničkih medija i digitalizacije, a s druge usmjerava na bilježenje komunikacije i njezine (dugo)trajne pohrane, na pitanje arhivske komponente elektroničke, odnosno digitalne komunikacije. Damir Šimunović u tekstu „Digitalizacija televizije u interaktivnom okružju“ istražuje na primjeru Hrvatske radiotelevizije fenomen digitalizacije televizije u televizijskoj industriji te način na koji se uklapa u novo interaktivno okruženje sa sve brojnijim i raznolikijim platformama distribucije medijskih sadržaja. Holografiju mnogi smatraju „čudom modernog doba“ jer stvara trodimenzionalne (3D) iluzije u prostoru. U prilogu, "3D i hologramska televizija - znanstveni temelji medijske atraktivnosti" "Nazif Demoli, znanstveni

savjetnik u Institutu za fiziku u Zagrebu, u poglavlju na temelju svojih brojnih znanstvenih istraživanja te koristeći primjer masovnih medija, piše o ulozi holografije u prikazivanju prostornosti uvodeći čitatelje u perceptualne detalje koji pridonose kompleksnosti takve informacije. S procesom digitalizacije lokalnih i regionalnih televizija u Hrvatskoj upoznaje nas Damir Hajduk iz Agencije za elektroničke medije (AEM). Silvio Šop, autor teksta „Digitalizacija Hrvatskog radija: mreža Tehnet i servis Radio na zahtjev“, novinar je i voditelj projekta Internetskih programa Hrvatskoga radija. O digitalizaciji tiska riječ je u tekstu Gabrijele Gavran „Tisak u procesu digitalizacije - praktična primjena u novinarstvu s osvrtom na funkcioniranje novinskih dokumentacija“. Stanko Herceg u radu "Digitalna fotografija i profesija izvjestitelj" podsjeća na složen put umjetnosti fotografije od kamere obscure do današnjega digitalnog formata. Digitalna fotografija nije nastala tek nedavnom pojavom digitalnih fotoaparata na tržištu. Ona seže u dalju prošlost kada se pojavila misao o električnoj fotografiji kao podloga razvoja tehnologija za nastanak televizije, kaže autor. Mihaela Majcen Marinić i Simon B. Narath u tekstu pod naslovom „Digitalna animacija i mogućnosti primjene“ promatraju animaciju kao umjetnički izraz koji zauzima važno mjesto u procesu masovne komu-

nikacije u javnim medijima. Miran Miošić predaje filmsku montažu na Akademiji za dramsku umjetnost u Zagrebu, a u knjizi nas upoznaje s "Digitalnom montažom i postprodukcijom". Prelazak s analognog procesa montaže na digitalni 80-ih i 90-ih godina donio je, ističe autor, toj „nevidljivoj umjetnosti“ mnoge prednosti. Dizajner zvuka Ranko Pauković u tekstu „Digitalizacija zvuka na filmu: ...you ain't heard nothin' yet!“ uvođi nas u načela i izazove suvremene obrade filmskog zvuka. S onim što se događa s kazalištem u novom tehnološkom okruženju upoznaje nas Darko Lukić, profesor na Akademiji dramske umjetnosti Sveučilišta u Zagrebu u tekstu "Medijske tehnologije i kazalište – Intermedijalnost i interaktivnost novog kazališta". U Pojmovniku na kraju knjige daje se uvid u novu terminologiju digitalne komunikacije te nudi tumačenje za mnoge nove pojmove bez kojih nije moguće razumjeti suvremene medijske trendove. „Terminologija digitalnog područja vrlo je dinamična zbog stalnog prijte-

canja novih pojmova i distinkcija što prate dinamičan proces inovacija na tom području, a uz to je najvećim je dijelom «uvezena» s područja u kojem je uspostavljena i s kojeg se globalno širi (anglosaksonskog jezičnog područja) pa u nas u velikom broju slučajeva nema prikladne, odnosno šire usvojene domaće adekvate“ istaknuo je recenzent knjige Hrvoje Turković. Primijetio je također kako "ovo u nas pionirsko djelo po obuhvatu i sistematizaciji relevantnog područja, odnosno obrađenih podpodručja daje izrazito relevantne sistematizacije tako da će svako novo bavljenje digitalno obilježenom kulturom, morati uzeti ovu sistematizaciju u obzir“.

Izdavač knjige je Sveučilište u Zadru, a suizdavač Naklada medijska istraživanja. Ocjenjujući knjigu kao koristan doprinos medijskoj pismenosti u digitalnom dobu kad je riječ o hrvatskom medijskom prostoru, financijsku potporu izdavanju knjige dalo je i Vijeće za elektroničke medije.

Silvio Šop

Mato Brautović, *Online novinarstvo*, Školska knjiga, Zagreb, 2010., 198 str.

Znanstvena monografija autora doc. dr. sc. Mata Brautovića *Online novinarstvo* predstavlja veliku novost u Hrvatskoj u polju informacijskih i komunikacijskih znanosti zbog ak-

tualnosti teme, nepostojanja sličnih knjiga koje obuhvaćaju i teorijska promišljanja i praktična znanja, vještine i upute za upoznavanje s fenomenom internetskog komuniciranja

u njegovu dijelu koji se odnosi na novinarstvo. Vrlo je teško napisati znanstveno djelo o području društvene zbilje koja se svakodnevno mijenja, a nije ograničena ni u prostoru ni u vremenu, nego sama stvara jedan novi, virtualni, od stvarnog odvojeni, kompleksniji i daleko veći paralelni svijet koji je, s druge strane, usko povezan s onim zbiljskim. Brautović je uspio naći pravu mjeru između teorije i prakse, potkrijepio je istraživanjima i studijama slučaja, kao i saznanjima do kojih dolaze istraživači u svijetu boreći se sa spoznavanjem upotrebe tehnologije koja ima bezbroj tvoraca, koja se koristi na bezbroj različitih načina i u kojoj se novinarstvu teško izboriti za mjesto pod suncem, ako se ne potvrdi kvalitetom, vjerodostojnošću, poštovanjem pravila struke i etičkih načela profesije.

U prvom poglavlju Brautović teorijski određuje online novinarstvo i online medije, definira online novinare i razlučuje ih od online korisnika koji se također mogu uključivati u komuniciranje, ali to su njihovi stavovi, mišljenja i stanja kodirani u drugim korisnicima dostupne poruke u skladu s njihovim željama, a ne s pravilima novinarske struke pa zato i nisu novinarstvo nego tek javne objave.

Drugo poglavlje donosi povijest, obrazovanje i pregled online medija u Hrvatskoj, što je važno za buduću upotrebu ove znanstvene monografije

i kao udžbenika za studente i priručnika za praktičare u online medijima.

Treće poglavlje bavi se načinima prezentacije sadržaja i značajkama online medija, što je za Hrvatsku stvarnost iznimno važno zato što još uvijek postoje online mediji koji sadržaj prezentiraju statično, poput novina koje se ne čitaju s papira nego s ekrana, ali ne nude ništa više od toga, ni poveznica do važnih pojmova ili sadržaja, ni arhiviranih sličnih tema, niti multimedijalnih priloga.

Četvrto poglavlje knjige obrađuje online novinarske forme, planiranje, produkciju i tiskani rad. Od nastanka novinarskih žanrova oni su uvijek predstavljali određenu konvenciju, okvire za lakše i brže snalaženje korisnika u pregledu ponudjenog sadržaja. Razvitkom novinarstva oblici novinarskog izražavanja su se mijenjali, a to je posebno došlo do izražaja u online novinarstvu, što Brautović uviđa pa ne samo da objašnjava, nego predočuje i upute kako i kad koristiti koju online novinarsku formu, kako planirati fotogalerije, video priloge, infografiku i multimedijalne specijale. Predlaže i organizaciju online redakcije u skladu s iskustvima najboljih, a sve dokazuje studijom slučaja.

Pisanjem tekstualnih online formi bavi se peto poglavlje knjige. Posebno se obrazlaže pravilno strukturiranje različitih vrsta poruka, osmišljavanje

i pisanje opreme, te njihovu prilagodbu društvenim mrežama, mobilnim platformama, elektroničkoj pošti i što je presudno za online novinarstvo – optimizaciju tražilice.

Prednost internetskih pred klasičnim medijima pokazuje Brautović u šestom poglavlju u kojem je opisao svrhu i načine stvaranja animiranih i narativnih fotogalerija, poslije uvodno danih osnova fotografije i novinarske fotografije online.

Online zvuk i video obrađeni su u sedmom poglavlju. Posebno je protumačeno postavljanje samostalnih audio i video priloga koje korisnici mogu slušati ili pregledavati kad im odgovara, ali je, što je jako korisno, obrađena i u praksi češća uporaba zvukova i videa kao dopune drugih online formi, čime i one same dobivaju višu razinu kvalitete.

Osmo poglavlje daje detaljne upute za izradu, prijedloge za podjelu zadataka na članove tima, moguće obrasce, strukturu i softver za izradu interaktivnih infografika i multimedijalnih specijala, a sve je potkrijepljeno studijom slučaja da bi bilo još razumljivije.

Interakciji s korisnicima posvećeno je deveto poglavlje. Posebno su obrađeni korisnički sadržaji, komentari, forumi, ankete, chat, online baze podataka, društveni mediji, društvene mreže i mikroblogiranje, uvijek s naglaskom na novinarstvo i njegov

odnos prema korisničkom komuniciranju.

Izvjestavanje o udarnim vijestima tema je desetog poglavlja. Kao što i klasični mediji posebnu pozornost posvećuju udarnim vijestima i trude se da što manje vremena protekne od zbivanja do objave izvješća o njemu, online mediji moraju koristiti svoje prednosti i taj vremenski odmak svesti na nulu, posredstvom izvještavanja e-mailom, sms-om, mms-om ili mobilnim videom u realnom vremenu.

Online mediji se mogu koristiti i za multiplatformsko izdavaštvo. Budući da je to postao sve važniji trend, detaljno je pojašnjen u jedanaestom poglavlju knjige „Online novinarstvo“. Uređivanje online medija ima svoja pravila koja potječu u osnovama od uređivanja klasičnih medija, ali se moraju prilagoditi tehnološkim mogućnostima i očekivanjima korisnika. U dvanaestom poglavlju objašnjeni su postojeći modeli uređivanja, od tehnološkog, preko modela prema vlastitom odabiru korisnika, prema preporuci korisnika do uredničkog modela. Bez ostvarivanja prihoda ne mogu opstati ni online mediji pa u zadnjem, trinaestom poglavlju, doc. dr. sc. Mato Brautović objašnjava poslovanje, organizaciju i promociju online medija. Brojne ilustracije zorno prate sadržaj knjige, tematski su pogođene i zanimljivo opisane

studije slučaja. Literatura za proučavanje je dana iza svakog poglavlja i kao skupni pregled na kraju knjige. Doc. dr. sc. Mato Brautović je napisao znanstvenu monografiju koja će bez ikakve sumnje biti vrlo ko-

risna, a zahvaljujući stilu kojim je napisana i lako razumljiva, premda se bavi novim medijima u kojima se svakodnevno nešto novo događa, otkriva, nestaje i nastaje.

Đorđe Obradović

**Josef Langer, Goran Vlašić i Božena Krce Miočić
(ur.) *EU Local Imprints. The Case of South Central Europe*. Peter Lang, Internationaler Verlag der
Wissenschaften, Frankfurt am Main, 2012., 206. str.**

Knjiga *Analysis and Visions for Europe Vol II - EU Local Imprints - The Case of South Central Europe* nastala je kao rezultat suradnje Sveučilišta u Zadru, Odjela za turizam i komunikacijske znanosti i Sveučilišta u Klagenfurtu. Na konferenciji održanoj u Zadru 04. i 05. rujna 2009. godine s različitih aspekata razmatrana je ideja integracije u Europsku uniju te ovaj svezak predstavlja konačni rezultat te plodne rasprave.

Prilozi u knjizi mogu se čitati pojedinačno ili u većim poglavljima, a zajedno daju pregled interakcija između EU i zemalja pristupnica ne umanjujući ni pozitivne ni negativne učinke tog procesa. Knjiga je podijeljena u poglavlja: kultura, obrazovanje, komunikacija i turizam.

U prvom članku poglavlja *Kultura, Future Insight as a Strategic Capability in the Regional and European Risk Society* autori Alfirević, Pavičić

i Vlašić analiziraju brojne rizike koji nastaju u procesu pristupanja, prije svega društvene rizike proizašle iz prilagodbe kulture na tržište i poduzetničko gospodarstvo EU.

Sljedeći rad autora Wittine i Vlašić *The Impact of EU Accession on the Perception of Political Risk in Croatia* fokusira se na percepciju ulagača iz EU o političkim rizicima prilikom ulaska u Hrvatskoj. Autori raspravljaju o velikim potencijalnim koristima od ulaska stranih ulagača u smislu smanjenja političke rizika i ističu da samo pristupanje EU nije lijek koji će izliječiti probleme hrvatskog gospodarstva s kojim se suočava danas.

Šubašić u radu *EU Accession and the Croatian Banking System* razmatra prednosti i nedostatke koji se događaju s procesom snažne privatizacije i internacionalizacije bankarskog sektora, te u tom kontekstu razmatra i ulogu Hrvatske narodne banke.

Autori Drašković i Gnjidić u radu *Tourism and Environment in Croatia: When a Tourist Meets Local Environmental Legislation* analiziraju stavove potrošača o pitanjima zaštite okoliša i prilagodbu Hrvatske direktivama EU vezanima za područje zaštite okoliša.

Posljednji rad u ovom djelu *Changing Attitudes Regarding the Cultural Needs of Students* autor Bakule daje širi pregled promjena u stavovima hrvatskih studenata uspoređujući pokazatelje iz 1995. i 2008. godine. Autor zaključuje da današnji studenti u prosjeku ulažu manje truda i inicijative, imaju nižu razinu općeg znanja, sklonih zabavi „jeftino, tu i sada“.

Drugo poglavlje bavi se iznimno važnim područjem obrazovanja i utjecajima integracije na njega.

Prvi rad u ovom poglavlju autorice Höning *Experiences and Perspectives of European Higher Education* daje se pregled utjecaja Sorbonske, Bolonjske i Lisabonske deklaracije na visoko obrazovanje u europskom prostoru. Kroz usporednu analizu kroz vrijeme i različite zemlje autorica u konačnici zaključuje da nakon sorbonske i bolonjske reforme dolazi do fokusiranja na primjenjivost znanja u cilju njezina povezivanje s poslovnim praksom.

Sljedeći rad *Vision of Education* autora Zekanović Korona i Fučko razmatra mogućnosti razvoja e-uče-

nja, učenja na daljinu, mobilnog i dr. oblika učenja. Autori prepoznaju rastući trend ovih oblika učenja u EU te predlažu načine motivacije profesora na inkorporiranje takvih metoda učenja u zemljama pristupnicama.

Mihanović, Bubalo i Vučić u svom radu *Marketing of Adult Education in Croatia* naglašavaju važnost cjeloživotnog učenja kao i razvoj međunarodnog obrazovanja. Autori pronalaze da je jedan od nedostataka u popularizaciji tih oblika učenja nedostatna marketinška aktivnost institucije i programa.

U trećem poglavlju pod nazivom *kommunikacija kroz četiri rada* prikazuju se trendovi u ovom za integracijski proces iznimno važnom djelu.

Perišin u svom radu *Media Trends in Croatia: Television News or News on the Internet* raspravlja o prednostima i opasnostima implementacije multimedijских platformi i potrebama za značajna infrastrukturna ulaganja koje zahtijevaju. Autorica iznosi podatak da 47% hrvatskih građana koristi internet, da su mediji hrvatskim građanima široko dostupni, a glavni je medij informiranja televizija (str.123). Participacijsko, građansko novinarstvo zaživjelo je i u Hrvatskoj, pa mnogi mediji, kao što su RTL televizija ili dnevni list 24 sata omogućuju svojim gledateljima/čitateljima objavljivanje slika, video i tekstualnih sadržaja u svojim programima,

na internetskim stranicama i u tiskanim izdanjima, naglašava Perišin. Pokrenuvši IP televiziju 24 sata, piše Perišin, istoimeni list postao je prva televizija u Hrvatskoj koja isključivo emitira putem interneta i kabelskih operatora, bez zemaljskog odašiljača. Iako su postojale najave da će javna televizija pokrenuti dva specijalizirana programa, vijesti i sport, zbog protivljenja komercijalnih nacionalnih televizija, RTL-a i Nove TV, kao i različitih tumačenja dvaju ključnih medijskih zakona (Zakona o elektroničkim medijima i Zakona o HRT-u), to se nije dogodilo. U nastavku rada Perišin se bavi problematikom tiskanih medija u Hrvatskoj, iznoseći tezu da, iako se (prodajne) naklade skrivaju, indikacije pokazuju da nikad nisu bile manje (str.124). To je razlog što i novinski izdavači investiraju u nove medije, kako bi smanjili troškove, iskoristili mogućnost proizvodnje sadržaja za više platformi i smanjili broj zaposlenih, te konvergencijskim pristupom osigurali više sadržaja i njegovu veću upotrebu. Govoreći o pisanim medijima, Perišin ističe i činjenicu da je u njima sve manje novinarskog, a sve više reklamnog sadržaja i žutula. Upravo je takva vrsta sadržaja potaknula odlazak cijenjenih novinara iz različitih novina na internetske portale, blogove i Facebook, jer u matičnim kućama nisu dobivali dovoljno prostora za analitičke tekstove (str. 125). U dijelu rada koji se

bavi digitalizacijom televizijskog zemaljskog emitiranja, Perišin navodi kako je ono provedeno prema strategiji Vlade RH, prihvaćenoj 31. srpnja 2008. Svaki je pretplatnik HRT-a dobio i kupon koji je u konačnici umanjio cijenu digitalnog prijmnika, neophodnog za praćenje digitalnog televizijskog signala. U poglavlju Internet television in Croatia autorica ističe kako nisu samo televizijske kuće utemeljile internetsku televiziju, nego su to učinile i dnevne novine (*Jutarnji list, Večernji list, 24 sata*) te neki portali (Index.hr, Javno.hr). U internetskoj video ponudi razlikuju se dva pristupa: live streaming, neprekinut program kojemu se pristupa u realnom vremenu emitiranja i video on demand (video na zahtjev), video sadržaji kojima se pristupa u vrijeme kada to odgovara korisniku (str.131). U zaključnim razmatranjima Perišin naglašava da, iako je Vlada RH prihvatila program e-Hrvatska, on se ne odvija očekivanom brzinom i učinkovitošću. Iako je postignut značajan napredak u području medijskog zakonodavstva, autorica upozorava da ono nije dovoljno jasno odredilo područje novih medija i multimedijjskih sadržaja. Zbog tog je razloga, smatra autorica, potrebno i dalje raditi na zakonodavstvu, koje će preciznije odrediti smjernice razvoja tehnologije i informacijske infrastrukture te njihove uloge u razvoju i distribuciji multimedijalnih sadržaja (str.133).

U radu *Creating the Profile of a New Radio: The Case of Croatian Radio* autori Nada Zgrabljic Rotar i Silvio Šop analiziraju promjene koje radio kao najstariji elektronički medij proživljava implementacijom digitalnog signala i radom u konvergiranom medijskom okruženju. U radu je citirana preporuka Vijeća Europe (2007) o tome da javni mediji moraju koristiti nove interaktivne tehnologije i biti prisutni na popularnim korisničkim platformama te u vrijeme promjena navika korisnika biti u stanju ponuditi opći i specijalizirani sadržaj, kao i personalizirane on-demand servise (servise na zahtjev). U nastavku rada autori daju prikaz prijelaza s analogne na digitalnu tehnologiju u emitiranju radijskog programa početkom 90-ih godina: od pojave CD-a (kompakt diska), koji je kao nosač zvuka zamijenio ploče, do prvih kompjutera performansi dovoljnih za snimanje, montažu i emitiranje audio materijala, kako tonskih priloga tako i glazbenih brojeva, jinglova i ostalog audio materijala koji čini radijski program (str.135). Digitalizacijom je na taj način promijenjen način pripreme i emitiranja programa, a njegov je doseg, navode autori, proširen na područje cijelog svijeta pojavom interneta i emitiranjem radijskog programa na novoj platformi (streaming). U radu autori iznose i tri uvjeta koji moraju biti zadovoljeni kako bi moglo biti riječi o konvergiranom mediju:

1) multiplatformnost ili višeplatformnost – radijski program, osim preko zemaljskog odašiljača, mora biti dostupan i na drugoj platformi (npr. Internet); 2) multiformatnost ili višeformatnost – program emitiran putem zemaljskih odašiljača mora biti dostupan i u nekom formatu (npr. mp3, AAC+); 3) nelinearno emitiranje – slušatelju mora biti omogućeno pristupanje sadržaju u trenutku kada to njemu odgovara (str.136). O implementaciji novih multimedijских sadržaja i platformi u nekim od članicama EBU-a govori se u nastavku rada. Autori ističu primjere najuspješnijih: Danskog radija i televizije, Švedskog radija, Nizozemske radiotelevizije te BBC-ja, koji je svojim iPlayer-om, preko kojeg je njegovim pretplatnicima dostupan kompletan tjedni sadržaj emitiran na radijskim i televizijskim programima BBC-ja kada oni to žele, ponovno otišao najdalje u primjeni novih tehnologija (str.137). Nadalje u radu autori predstavljaju programe i bogatu povijest Hrvatske radiotelevizije, jedinog javnog radijskog i televizijskog medija u Republici Hrvatskoj, s radijskom tradicijom od 1926. godine (str.140). Digitalizacijom pripreme i emitiranja sadržaja na Hrvatskom radiju bavi se iduće poglavlje. Autori navode kako su glavni programi za snimanje, obradu i reprodukciju audio sadržaja iNews tvrtke Avid i Radio Assist tvrtke Netia. Doznajemo i da je digitalizacija izrazito bogate

audio arhive Hrvatskog radija počela 2007., a očekivano vrijeme za dovršenje posla je 10 godina. Digitalizacija se obavlja u nekomprimiranom audio formatu, pretpostavljena prostorna potreba za pohranu je 75 TB, s godišnjim povećanjem između 3 i 5 TB, prenose autori (str.142). Idući se dio rada bavi projektom internetskih programa Hrvatskog radija, kao prvim ozbiljnim iskorakom na novu platformu emitiranja, Internet. U siječnju 2009. godine, pišu autori, počelo je emitiranje dvaju glazbenih, samo internetskih programa – Streama 1, na kojemu se 24 sata emitira isključivo hrvatska glazba, svih glazbenih žanrova i dekada te Streama 2, koji 24 sata emitira stranu glazbu, također svih glazbenih usmjerenja i dekada. S obzirom na činjenicu da su internet-ske veze velikog kapaciteta već neko vrijeme dostupne širokom stanovništvu, bilo je za očekivati da će programi privući veliku pozornost publike, a to se, naglašavaju autori, i dogodilo – već prvog mjeseca emitiranja zabilježeno je više od 35 tisuća spajanja (str. 143). Kako bi omogućili slušanje što većem broju internetskih korisnika, internetski programi emitirani su u dva formata i dvije kvalitete zvuka: u formatima AAC+ i mp3, kvaliteti 48 kbit/s i 96 kbit/s. Odličnim zvukom i emitiranjem bez prekida veze, navode autori, nakon što je u odabir internetskih programa uključio i one emitirane putem zemaljskih odašilja-

ča, Hrvatski radio je u samo mjesec dana povećao broj slušatelja putem interneta za više od 100 posto. Proširujući svoju ulogu javnog medija, čija je jedna od tri funkcije obrazovati, i na Internet, Hrvatski je radio, naglašavaju autori, pokrenuo i treći internetski program, govorni. Na njemu se emitiraju emisije pet programa ili redakcija Hrvatskog radija: Dječjeg programa, Obrazovnog programa, Redakcije za kulturu, Dramskog programa i Kulturno-znanstvenog programa (str.144). Strukturiran je tako, prenose autori, da je svakoga dana 6 sati premijernog programa koji se još tri puta tijekom dana i noći ponavlja, što omogućuje slušateljima u bilo kojem dijelu svijeta konzumiranje sadržaja u doba kada njima odgovara. Početni podaci slušanosti govore o 1500 spajanja na mjesec. Hrvatski radio planira i dalje konvergirane medijske sadržaje, pišu autori, implementacijom vijesti s internetskih stranica HRT-a u posebno sučelje za praćenje svih programa putem interneta, te pokretanjem novih specijaliziranih internetskih programa.

Stjepan Malović u svom radu *The Double Standards of the EU Media Companies* analizira hrvatski medijski prostor, razmatrajući utjecaj ulaska globalnih medijskih kompanija kao i profitne orijentiranosti medijskih kuća na njega. Autor nadalje raspravlja o sadržaju koji se prezentira u medijima i dolazi do zaključaka

potrebi za kvalitetnijom edukacijom novinarskog kadra u cilju postizanja veće kvalitativne razine medija.

Danas je neupitna važnost koju društvene mreže imaju u društvu. Fudurić i Mandelli u svom radu (How has Social Media Changed the Way we Measure Brand Equity? analiziraju kako se mjeri uspjeh u tim novim medijskim formatima u kojima sadržaj nije izravno pod kontrolom medija ili tvrtki, nego pruža platformu za demokratsku razmjenu ideja.

Posljednje, četvrto poglavlje se bavi turizmom kao gospodarski značajnom industrijom, koja je po svojoj suštini internacionalna i koja će u procesima integracije zasigurno iznaći koristi.

Krce-Miočić, Žnidar i Bakija u svom radu Perspectives of Nautical Tourism in the Adriatic u svom radu razmatraju perspektive razvoja nautičkog turizma na Jadranskom moru u kontekstu trendova u tom obliku turizma ali i okvirima procesa integracije.

U radu The Airline Industry in Croatia autori Šimurina, Bogunović i

Marković analiziraju razvoj nacionalnih, low cost i drugih prijevoznika u kontekstu povezivanja zemalja EU i Hrvatske kao pristupnog člana.

Posljednji u nizu članaka je What will it be? A Vision of the Social and Economic Development of Europe with a Special Reference to Cultural Tourism in 2030 autora Pavelina koji razmatra različitost kao mogućnost za razvoj kulturnog turizma.

Svi radovi zajedno čitatelju otvaraju perspektivu o onom što jest i što bi moglo biti po završetku integracijskih procesa. U okvirima EU smatra se da je proširenje najuspješnija vanjska politika Unije. Stoga rano prepoznavanje prednosti i nedostataka širenja predstavlja preduvjet za uspješan proces integracije kako za EU tako i za nove pristupne članove. Hrvatska danas završava svoj proces prema punoj integraciji, prilike i problemi koji je na tom putu ali i po priključenju čekaju su snaže. Ova knjiga daje čitatelju perspektivu da ih sagleda iz nekih aspekata i proširi svoje vidike o toj problematici.

Silvio Šop

Ciboci, L., Kanižaj, I. i Labaš, D. (ur.)
Djeca medija. Od marginalizacije do senzacije.
Zagreb: Matica hrvatska, 2011., 215 str.

U ožujku 2012. predstavljena je knjiga *Djeca medija. Od marginalizacije do senzacije*, u izdanju Matice hrvatske u suradnji i uz potporu Ureda pravobraniteljice za djecu Republike Hrvatske. Zbornik je to istraživačkih tekstova koji su uredili Lana Ciboci, magistrica komunikologije, Igor Kanižaj, docent na Studiju novinarstva Fakulteta političkih znanosti i Danijel Labaš, docent na Studiju komunikologije Hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu dok je glavna urednica Romana Horvat.

Djeca medija. Od marginalizacije do senzacije sadrži sedam članaka u kojima se vrsni stručnjaci na različite načine bave odnosom i utjecajem medija te nasilja na djecu, ali i povredom i zaštitom njihovih prava. Već je u samom predgovoru Mila Jelavić, pravobraniteljica za djecu istakla povod njezina nastanka što je rezultat projekta „Analiza izvještavanja o djeci u 2010. godini“ u hrvatskim dnevnim novinama. Istraživanje je provela skupina diplomiranih komunikologa, novinara i studenata, bivših polaznika Komunikološke škole Matice hrvatske, čiji su voditelji doc. dr. sc. Igor Kanižaj i doc. dr. sc. Danijel Labaš, u suradnji s Uredom pravobraniteljice za djecu. Ukupno

su analizirana 3 453 novinska priloga u sedmorim dnevnim novinama što je najopsežnija analiza izvještavanja o djeci u 2010., a ujedno i prva takve vrste u Hrvatskoj te čini središnji dio knjige. Analizirani su prilozi iz *Jutarnjeg lista*, *Večernjeg lista*, *24 sata*, *Novog lista*, *Glasa Slavonije*, *Slobodne Dalmacije* i *Vjesnika*, a rezultati će biti korisni stručnoj, ali i široj javnosti.

Prvi je članak Igora Kanižaja i Lane Ciboci koji govore o nasilju koje je preko medija ušlo u naše domove te o utjecajima, učincima i posljedicama nasilja na djecu i mlade. Naglašavaju kako je u Hrvatskoj u posljednjih desetak godina provedeno nesrazmjerno malo istraživanja o nasilju u medijima te je to razlog zašto se ne zna koliko je nasilnih sadržaja koje prenose mediji, svakodnevno prisutno u životima djece i mladih. To je, ujedno, i polazište kako bi se uopće moglo raspravljati o utjecaju i učincima takva sadržaja na publiku.

„Djeca u svijetu interneta: zatočenici virtualnog svijeta“ s podnaslovom „Pedagoški modeli i otvorena pitanja“ rad je Danijela Labaša u kojem pokušava kroz određene pedagoške pristupe odgovoriti na pitanja i

probleme koji se roditeljima javljaju učestalom upotrebom novih medija u njihove djece, osobito društvene mreže *Facebook*. Naglašava kako bi društvo kroz svoje odgojno-obrazovne institucije trebalo povesti računa o uvođenju medijskoga odgoja i medijske kulture u školske i izvanškolske aktivnosti kako bi se ispravno koristili novim medijima.

Maja Flego s pozicije savjetnice u Uredu pravobraniteljice za djecu govora o zaštiti prava djece u medijima iz prakse Ureda koji se od svoga osnutka 2003. godine bavi različitim aspektima zaštite djece u medijima, kako na temelju prijava djece, roditelja i drugih odraslih, tako i vlastitim inicijativama za unapređivanje i afirmiranje dječjih prava u medijima. Ističe kako su mediji pridonijeli podizanju javne svijesti o važnosti zaštite prava djece i podizanju standarda zaštite dječjih prava, no u njima i dalje nalazimo brojne primjere kršenja tih prava.

Njezina se kolegica savjetnica iz Ureda, Tanja Opačak u svom znanstveno-istraživačkom radu bavi odnosom medija i osoba s invaliditetom čiji je prikaz u hrvatskim medijima vrlo važno, a ipak potpuno neistraženo područje. Ovaj se put osvrnula na odnos medija i djece s teškoćama u razvoju koji imaju izuzetno važnu ulogu i veliku odgovornost u oblikovanju društvenih stavova o djeci s teškoćama.

Lana Ciboci, Hrvoje Jakopović, Suzana Opačak, Anđelka Raguž i Petra Skelin autori su teksta „Djeca u dnevnim novinama“, odnosno prikaza već spomenutog istraživanja koje je pokazalo kako su djeca najčešće prikazivana u negativnom kontekstu. Čak se šest od deset dominantnih tema odnosi na priloge negativnoga karaktera: nasilje i zlostavljanje među djecom i nad djecom, seksualna zlostavljanja, kriminalne i prekršajne djelatnosti koje su počinila djeca, nesretni slučajevi, a objavljen je i velik broj tekstova koji se odnosio na maloljetničku prostituciju. Osim toga, pokazalo se da dnevne novine često otkrivaju identitet djece, čak i u onim slučajevima kada bi on trebao biti zaštićen te da su unatoč otkrivenju identitetu, sama djeca izvor informacija u tek 7,3 posto slučajeva. Mediji nedovoljno promiču i dječja prava.

Nakon istraživanja slijedi rad Hrvoja Jakopovića „U okviru negativnosti i nasilja: djeca u Novom listu i Vjesniku tijekom 2010“ koji potvrđuje pisanje o djeci u negativnom kontekstu dok se malo govori o dječjim uspjesima i postignućima. Anđelka Raguž bavila se pitanjem pristranosti i novinarske selekcije prikaza djece u tiskanom izdanju *Glasa Slavonije* u 2010. u radu: „Djeca u očima novinara: Od selekcije do objave u Glasu Slavonije 2012.“

Kao što je i recenzentica, izvanredna profesorica na Studiju novi-

narstva Fakulteta političkih znanosti Gordana Vilović istakla, knjiga će poslužiti ne samo kao udžbenik na sveučilišnim studijima, (...) budući da „osim istraživačkih tekstova (...) daje i sustavan teorijski okvir za razumijevanje povezanosti medija i nasilnoga ponašanja djece u stvarnom i virtualnom svijetu“ već bi „bilo jednako važno da je uzmu i ruke i novinari i njihovi urednici jer će im biti jasnije

kakve učinke na već povrijeđeno dijete ima loš novinski članak“. Drugi recenzent, docent na Teologiji u Rijeci, Jerko Valković između ostalog pita: „Nije li, doista, sazrijelo vrijeme da odgovor za medije postane sastavni dio odgojno-obrazovnoga procesa od vrtića, preko osnovnih i srednjih škola, visokoga i cjeloživotnoga obrazovanja?“

Jelena Gazivoda

Valerie Geller: *Beyond powerful radio: A Communication guide to the Internet age. Focal Press, drugo izdanje 2011., 512. str.*

Ova knjiga bavi se načelima emitiranja radija u digitalnom dobu i može poslužiti svima, od vlasnika radijskih postaja, novinara, voditelja, studenata novinarstva do onih koji se na neki način žele uključiti u radijsku djelatnost. Autorica Valerie Geller vlasnica je kompanije „Geller Media International Broadcast Consultants“ te surađuje s radio stanicama diljem svijeta, a nekoliko godina za redom imenovana je za „Najutjecajniju ženu na radiju“. Njeno ogromno iskustvo na tom području uvelike se osjeti u ovoj knjizi, koja je napisana jasno, razumljivo, pronicljivo i vrlo jednostavno, tako da se njome mogu služiti oni koji se nikad nisu susreli s radijskom djelatnošću, kao i oni koji su u toj branši već godinama. Knjiga je podijeljena na 8 dijelova i 35 po-

glavlja u kojima se Geller osvrnula na sve aspekte radijskog emitiranja, od potrebnih novinarskih vještina do načina kako što uspješnije promovirati radijsku stanicu.

U prvom dijelu knjige autorica govori kako stvoriti uspješnu radijsku emisiju koja će zainteresirati slušatelje. Navodi kako radijski sadržaj treba biti relevantan te važan, kako radijskom voditelju, tako i njegovoj publici. U današnjem užurbanom tempu života, radiju je potrebno neko vrijeme kako bi stvorilo vlastitu publiku, a prema autorici najvažnije je da se radio postaja „prirodno razvija“, jer se „uspjeh preko noći“ najčešće pokaže kao neuspjeh na duge staze. Također, daje brojne savjete kako napraviti uspješnu jutarnju emisiju, talk show ili glazbeni program, a govori i o ra-

zlici između emitiranja na lokalnoj i nacionalnoj razini.

„Ako Vam je komuniciranje posao, tada radite u „industriji pričanja priča“ – uvodna je rečenica drugog dijela knjige u kojem autorica navodi kako je za radijskog voditelja najvažnije znati dobro ispričati priču s kojom će zainteresirati slušatelje, te kako voditelj treba pronaći svoj vlastiti stil, tip emisije i stil radija u kojima će njegove kvalitete najbolje doći do izražaja.

Kako napisati radijsku vijest i uspješno je plasirati publici – tema je trećeg dijela knjige. Autorica povlači paralelu između dana kada se događaju važne i velike stvari i svih ostalih, „običnih“ dana. U prvim je najvažnije sumirati bitne informacije i prenijeti ih publici na najjednostavniji mogući način, dok je u „sporijim“ danima bitno odabrati priče koje će dotaknuti slušatelje.

U četvrtom poglavlju riječ je o digitalnom dobu i prenošenju radijskog sadržaja s jedne platforme na drugu bez da se izgubi njegov smisao. Radijska publika je danas puno mobilnija nego prije, prima vijesti putem svojih računala i mobitela, bilo kada i bilo gdje. Na taj način radija imaju priliku proširiti svoj sadržaj, kao i publici. Autorica navodi kako su internet stranice radijskih postaja idealna prilika da se radijski sadržaj emitira multimedijalno i da se na taj način bolje komunicira s postojećom i istodobno privlači nova publika.

Peti i šesti dio knjige tematski su povezani, a mogli bi koristiti stručnjacima u odnosima s javnošću, marketinškim stručnjacima te menadžerima, jer Geller u njima savjetuje kako od proizvoda napraviti brand, kako taj brand promovirati i kako pritom što više zaraditi. Navodi kako je za postizanje navedenih stvari najvažnije privući pažnju javnosti, ponuditi proizvod koji je bar po jednoj osobini različit od ostalih, stvoriti proizvod za koji postoji tržište i biti dostupan na jednostavan način.

U sedmom dijelu autorica se bazirala na publiku. „Zaposli ljude onog životnog stila ili dobi koji odgovaraju publici koju želiš privući“ – savjetuje Geller. Ako imate radijsku stanicu ili radite na njoj kao novinar, urednik ili nešto treće, a vaša ciljana publika ne dijeli vaš životni stil, okružite se ljudima koji su poput nje. Istražite tržište i saznajte kako „dišu“ vaši slušatelji i na koji način primaju informacije.

U zadnjem poglavlju Valerie Geller daje neke završne natuknice kako biti što uspješniji.

Knjiga je polučila izvrsne kritike diljem svijeta, a možemo se samo nadati da će jednom biti uvrštena i na literaturu hrvatskih sveučilišta koja se bave komunikacijskom djelatnošću, jer bi sigurno unaprijedila kako studente, tako i profesore.

Renata Vučinović

13. konferencija CARNetovih korisnika CUC 2011: “Svi putovi vode na Internet”

Prošlogodišnja, trinaesta po redu konferencija CARNetovih korisnika CUC 2011 održana je od 14. do 16. studenoga u Rijeci. Sveučilište u Rijeci ugostilo je konferenciju u novou-seljenim zgradama kampusa na Trsa-tu, u kojima su bili osigurani odlični uvjeti za organizaciju i za tehničku podršku konferenciji, te za rad i boravak polaznika i predavača.

Konferencija je nosila naziv „Svi putevi vode na Internet“, tematski je bila podijeljena u šest cjelina: ICT i pedagogija; ICT projekti u obrazovanju, znanosti i društvu; Društveni aspekti Interneta; Informacijska i medijska pismenost; Mobilno učenje i SysTrack, a imala je i popratna događanja i natjecanja. Više informacija može se vidjeti na <http://cuc.carnet.hr/2011>. Takva je tematska raznovrsnost bila planirana od Programskog odbora konferencije kako bi se zadovoljili interesi različitih profila CARNetovih korisnika.

Na konferenciji se okupilo preko 400 polaznika – od sistem inženjera na ustanovama članicama CARNet mreže, preko ravnatelja i dekana tih ustanova, nastavnika i učitelja, do suradnika i zaposlenika drugih ustanova i organizacija uključenih u razvoj i primjenu informacijskih tehnologija u obrazovanju.

Kao plenarni govornici na CUC 2011 nastupili su poznati stručnjaci iz Hrvatske i inozemstva. George Siemens, znanstvenik sa Sveučilišta Athabasca u Kanadi, održao je zanimljivo predavanje o razvoju društvenih mreža i načinu na koji one utječu na obrazovanje. Istaknuo je mnogobrojne prednosti koje nam donosi informacijska i komunikacijska tehnologija zbog povezanosti s drugim ljudima koju nam omogućuje. U današnje doba brze akumulacije znanje, Siemens upravo tu vezu među studentima, nastavnicima, znanstvenicima vidi kao jedinu moguću budućnost obrazovanja. Jim Ptaszynski iz Microsofta govorio je o potrebi bolje integracije tehnologije u obrazovne sustave u kontekstu njihove konkurentnosti. Rektor Sveučilišta u Rijeci, Pero Lučin, usporedio je promjene koje se pod utjecajem tehnologije događaju u ljudskom mozgu s onima koje se iz istog razloga događaju u ljudskom društvu i u obrazovnom sustavu. Ivan Maglić iz tvrtke Gartner Adriatic/Calisto predočio je podatke koje ta analitička tvrtka prikuplja širom svijeta i povezao uspješnost pojedinih nacionalnih gospodarstava s podacima o obrazovnim sustavima u tim zemljama.

Osim plenarnih predavanja održano je više zanimljivih prezentacija kao što je bila ona o pametnim mobilnim telefonima i pomoći koji oni mogu pružiti osobama s invaliditetom, britanskog predavača Robina Christophersona ili prezentacija slovenskog nacionalnog projekta E-šolstvo.

U šest programskih cjelina održano je i dvanaest radionica te ukupno preko sedamdeset prezentacija. Osim nekih pozvanih i sponzorskih prezentacija, veći je dio pripremljen od strane autora koji su na konferenciju prijavili stručne i znanstvene radove. Programski odbor je za svaki rad osigurao po dvije dvostruko anonimne recenzije, a neki su radovi stekli i mogućnost objave u dva znanstvena časopisa s kojima je CARNet sklopio suradnju: Medijska istraživanja i Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje.

Međunarodni Programski odbor konferencije CUC 2011 radio je u sastavu: mr. sc. Andreja Bačnik, Zavod Republike Slovenije za školstvo, Ljubljana, Slovenija; dr. sci. Miloš Bajčetić, Medicinski fakultet Beograd, Srbija; dr.sc. Ivana Batarelo Kokić, Filozofski fakultet Split, Hrvatska; Ivana Fastić-Pajk, CARNet, Zagreb, Hrvatska; dr. sc. Dragutin Kermek, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin, Hrvatska; Lidija Kralj, OŠ Veliki Bukovec, Veliki Bukovec, Hrvatska; dr. sc. Jelka Petrak, Me-

dicinski fakultet, Zagreb, Hrvatska; Jasmin Redžepagić, PCChip, Zagreb, Hrvatska; dr. sc. Davor Škrlec, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Zagreb, Hrvatska; Jasna Tingle, CARNet, Zagreb, Hrvatska; mr. sc. Ivana Turčić Prstačić, Agencija za odgoj i obrazovanje, Zagreb, Hrvatska; Branka Vuk, CARNet, Zagreb, Hrvatska; Zvonimir Zelenika, Vipnet d.o.o., Zagreb, Hrvatska; dr. sc. Nada Zgrabljić Rotar, Sveučilište u Zadru, Hrvatska.

Jasna Tingle

**14. konferencija CARNetovih korisnika CUC 2012:
Brže (komunicirati), više
(naučiti), jače (se povezati)!**

12.-14- studenoga 2012.
Rijeka, Sveučilišni kampus

Teme konferencije:

- Upravljanje tehnologijom na obrazovnim ustanovama
- Doba digitalnog sadržaja
- Etička i zakonodavna pitanja i Internet
- Obrazovanje za globalno tržište rada
- Tehničke i društvene inovacije
- Pozivamo autore da prijave znanstvene i stručne radove do 10. lipnja 2012.
- Više informacija na <http://cuc.carnet.hr/2012>

Imo And Eliamep Round Table: ‘Media Policies: Country Practices Within The EU Media Regulatory Framework’, 10th Of December 2010, Zagreb, Croatia

The Institute for International Relations (IMO), Zagreb, Croatia, in cooperation with the Hellenic Foundation for European and Foreign Policy (ELIAMEP), Athens, Greece, organised a round table discussion on Media Policies: Country Practices within the EU Media Regulatory Framework. The round table took place on 10 December 2010 at the Academia Hall of the Palace Hotel in Zagreb, and gathered over forty participants: researchers and stakeholders of media policy in Croatia, along with experts involved in the Seventh Framework (FP7) research project entitled European Media Policies Revisited: Valuing and Reclaiming Free and Independent Media in Contemporary Democratic Systems (MEDIADDEM). Speakers discussed national media regulatory practices and the influence that the European Union exerts on media policies.

The round table was welcomed by the organizers from the Institute for International Relations in Zagreb, who gave the floor to Nina Obuljen, State Secretary at the Ministry of Culture of the Republic of Croatia. Ms. Obuljen greeted the researchers

on behalf of the Ministry as one of the key bodies responsible for media policy, and stated that the time was right for this discussion to be held in Croatia, as a number of regulatory changes were under way and the media landscape was changing rapidly.

The work of the round table encompassed three sessions. The first session was dedicated to Media Landscapes: Dynamics of Traditional and New Media in Contemporary Media Markets. Speakers from Croatia, Spain and Germany highlighted the challenges that the new media were bringing to the media regulatory framework within the specific country practices. The first speaker was Paško Bilić from the Institute for International Relations in Zagreb, Croatia, who discussed the global developments reflected in the digitalization and media convergence, as these were pushing the media environment towards multiplying media platforms with varied sources of national and international content and information. While, from the point of view of the consumer culture, this was sometimes regarded as culturally democratic since it provided a wider choice, fears of the

rise of consumerism and the decline of the public sphere were also expressed. The public sphere is especially fragmented through numerous web-based platforms. Concerning the Internet, the democratic impact of technology should be reassessed with stronger emphasis on social factors that determine its usage. The social and technological poles are somewhat hard to set apart, especially when it comes to Web 2.0, user-generated content and social media in general. Bilić underlined that this 'socialization of the World Wide Web' redefined the role of communication in democratic societies. As opposed to vertical forms of communication in the mass media, these horizontal forms of communication change the dominant ways of producing, sharing and disseminating information. The question of the limited democratic potential of the social media was raised, as software is not neutral – it pre-structures communication types. The issues of information privacy and the trust in information sources have become crucial. Some of the issues raised cannot be addressed at present, since we are not yet certain of the broader social implications that the developments of social media will have. However, the potential exists, and media policies should reorient themselves towards communication policies, observing the fluctuating power relations within these developments. More empiri-

cally orientated analyses should investigate the motives for using or not using social media, Paško Bilić concluded.

The next speaker was Susana de la Sierra from the University of Castilla-La Mancha, Spain, who gave a general overview of the media policies in Spain. She noted that the media system in Spain had a very deep historical influence, which was especially evident in the printed press regulation. The Spanish Constitution entered into force in December 1978, concluding the authoritarian regime that had been imposed by General Francisco Franco after his military rebellion against the Republic in July 1936. During the period of dictatorship, no rights nor freedoms were guaranteed. This authoritarian system lasted for almost forty years, but it was not homogeneous. In the 1960s, the regime opened up slightly, which allowed for a revision of some laws concerning the media – mainly those governing the press and the radio. The Press Statute passed in 1966 is still in force today. Currently, the freedom of expression and the freedom of information are protected by the law, and the European Convention on Human Rights (ECHR) is part of the Spanish legal system. Furthermore, de la Sierra emphasised the specificity of Spain as a decentralized country with 17 autonomous communities, four official languages and, consequently,

with a number of media policies. She concluded that, due to the difficult historical background and the specificities resulting from decentralization, one could say that there is no clear media policy in Spain – legal changes occur owing to European mandates, i.e., to European policies. Specific Spanish changes take place mainly owing to particular media groups and their select interests, and not owing to strategic orientations coming from (local) governments.

The final speaker in the first session was Sebastian Müller from the University of Bielefeld, Germany, who focused on the actors in different media fields. He stressed that the German media market was rather large, and it currently experienced a thorough development since the advent of the new media services, especially the Internet. Traditionally, the German media market is very much shaped by a dual broadcasting system, with the coexistence of equally strong public service broadcasting operators and private broadcasters. The landscape is also shaped by a very diverse print media market, privately organized by publishers with newspapers, weeklies and magazines. The new media services, however, pose different challenges for the traditional media. The private publishers and private broadcasters try to constrain online activities by the public service broadcasters, because the Internet is regarded as an

important market. Young people are increasingly using the Internet as a source of information, which challenges the position of traditional media outlets. Müller underscored that the commercial aspect was often put before the communicative character and the democratic potential of the Internet. In Germany, neither of these aspects of the Internet is seen as an opportunity for further development of traditional and/or social media.

In the discussion that followed, the participants tackled the relationship between the social media and traditional media, and the necessity to develop new approaches to what the media were today. Special emphasis in the discussion was given to the situation in Croatia and the changes in the legislation that had occurred recently. It was noted, that the influence of the European Commission proved to have been very firm in the negotiation process regarding the alignment of the Croatian media legislation with the *acquis*. The questions that remained open were those related to the swiftness of the changes that arose with the digital convergence, and to the obstacles in the implementation of selected EU provisions that occurred due to local conditions of the media market.

The second session focused on the Actors of Media Regulation and Media Regulatory Approaches. Speakers from Croatia, Greece and the United

Kingdom gave a thorough insight into the national regulatory actors and the influences that the EU law exerted on domestic regulatory practices. The first speaker in this session was Tomislav Jelić from the Ministry of Culture of the Republic of Croatia. He provided a thorough description of the media legislative framework in Croatia and of the actors involved. Jelić noted that the Croatian media legislation (i.e., the Media Act, the Electronic Media Act, and the Croatian Radio-Television Act) was fully aligned with the *acquis* and provided for the freedom of expression, protection of pluralism and diversity, general content requirements and content production (i.e. European works, independent production, own production), codes on editorial freedom and ethical codes, protection of privacy, dignity, reputation and honour. He stated that the media regulation and policies also promoted citizens' participation and democracy in the Republic of Croatia, as provided by the Constitution. Jelić noted, however, that some of the existing legal norms were not fully implemented, which required further efforts on the part of the media and the legislator, since there was a room for improvement in the future.

The second speaker was Evangelia Psychogiopolou from the Hellenic Foundation for European and Foreign Policy (ELIAMEP), Athens, Greece. Psychogiopolou discussed the influ-

ence of the European Union's law on domestic practices regulating the media sector in Greece. She noted that the accession to the European Union was the key point and the catalyst for the fundamental restructuring of domestic regulatory intervention in the field of the media. The impact of the EU law was felt in the structural as well as in the content regulation, but it mainly concerned the audiovisual media. Psychogiopolou drew attention to the jurisprudence of the Court of Justice of the European Union in the field, and the recently adopted presidential decree that transposed the EU Directive on Audiovisual Media Services. She gave examples of the EU case law regarding structural regulation; examples of a case concerning the state monopoly in radio and TV broadcasting, and a case of the 'main shareholder' dispute related to a specific media company. Regarding the content regulation, most of the provisions included in the Greek law were a mere translation of the Directive on Audiovisual Media Services. The EU case law regarding the content regulation dealt with the compliance with domestic legislation introducing content requirements and rules of good conduct. In conclusion, Psychogiopolou stressed that in the case of Greece there has essentially been an adjustment to EU law and policies. The national regulatory framework has been brought into line with EU

policy goals and instruments, and has not exerted any particular influence on the design of EU media policies.

The final speaker of the second session was Rachael Craufurd Smith from the University of Edinburgh, United Kingdom, who explored regulatory approaches in the United Kingdom, focusing on the growing influence of the European Union and the human rights law. She gave a short evaluation of the recent moves to rely on competition law rather than state regulation as a mechanism to realise public interest objectives in the media field. She also presented a short history of the press regulation in the UK, and, by outlining several recent examples (e.g. the Clive Goodman case), she argued that the self-regulatory regime that currently applied to the written press (i.e. the current Press Council) was widely considered to have failed. Craufurd Smith argued for more effective self-regulatory mechanisms that could be better connected to other regulatory bodies and courts.

In the short discussion that followed, the participants outlined some of the problems of self-regulatory bodies and other regulatory issues that they experienced in their home countries.

The third session on Media Policies and Democratic Politics: The Quest for Free and Independent Media concentrated on experiences from

the countries of Southeastern Europe. Speakers from Turkey, Bulgaria and Croatia discussed the role of media as an important factor in promoting or hindering democratic and political processes.

The first speaker was Dilek Kurban from the Turkish Economic and Social Studies Foundation (TESEV), who opened the session with presenting key issues of the Turkish media policies. After giving a short historical outline, Kurban showed how the process of economic liberalization in 1980s in Turkey brought an end to the state monopoly over the media, and resulted in the burgeoning of private broadcasting companies. This was coupled with the quantitative growth of the written press. Although important, these developments did not result in the establishment of free and independent media in Turkey. The political and economic inter-dependence of the media and the state remained unchanged since the establishment of the Republic in 1923. Moreover, the media continues to be dominated by a few conglomerates, which monopolize the ownership of the sector. On the other hand, the democratization process initiated by Turkey's EU accession candidacy implied reforms in the areas of freedom of expression and freedom of the media, as well as structural reforms in the areas of licensing, media ownership and competition. The entry of transnatio-

nal companies into the media sector increased the pressure on the government to adopt a coherent regulatory framework. Kurban concluded that media had been a battleground for the democratization in Turkey, and that the current challenges concerning media freedom and independence in the country lay in the overregulation, the very low level of journalistic rights, the poor implementation of self-regulation and very restricted content regulation provisions.

The next speaker was Daniel Smilov from the Centre for Liberal Strategies, Sofia, Bulgaria, who discussed the relationship between media policies and democratic politics through the example of Bulgaria. He noted that media were extremely important for the Bulgarian parliamentary regime, and that they had a special role in establishing the party system after the fall of communism. There have been two models of interaction between political and media actors over the past twenty years; the first model of aggressive majoritarian attempts to control the (public electronic) media characterised the 1990s, while the second model developed after 2001, when the party system established during the first ten years started to disintegrate, and populist newcomers won at the following parliamentary elections. These developments took place against a much more pluralistic background (not susceptible to direct

governmental control). The end result was a new pattern of relationships between political parties and selected media, which (at their extreme) led to hybrid political structures: party-media or media-party. Thus, it could be said that there was a strong emphasis on the development of capacities for media presentation and PR in party politics, Smilov concluded.

The following speaker was Zrinjka Peruško from the Faculty of Political Sciences in Zagreb, Croatia, who gave a short presentation on the media policy and the processes of media democratization in Central and Eastern Europe (CEE), with special emphasis on examples from Croatia. Two main groups of parameters are necessary for the analysis of media systems: political culture and structure, and structural dimensions of the media system. While authors differ in what elements of political culture or structure they highlight as most important – elements of normative media theory related to political values, as in Siebert et al. (1947/1956) and Blumler and Gurevitch (1974; 1977/1995), or political structure and values, as in Hallin and Mancini (2004) – the structural elements of the media system are almost identical: the type and development of the media market, the nature of the journalistic profession, the type of the relationship of the media to the political realm, and the role of the state in the media sy-

stem development. These categories are also included in media monitoring tools (e.g. UNESCO Media Development Indicators). Based on these theoretical underpinnings, Peruško analyzed the role of the state in the media system development during the European post-socialist transition in three phases: the first phase is the de-linking from the state; the second one is the market development, and the third phase is the EU harmonization. The main argument is that a democratic media system cannot be developed without an appropriate political culture and a democratic political consensus, and that media policy activity in the region corresponds to this three-phase development, as well as to the growing political consolidation. Peruško noted that the shift from the state to public TV was most complex and important in CEE countries. The appearance of commercial media was seen as significant from the media pluralism stance, but the pluralism of media itself was not increased. What is more, commercial media, owned mostly by foreign companies, did not even bring the EU working standards to these countries. Peruško emphasized that the situation with PBS came full circle and the PBS is under threat again, but this time under economic, not political conditions.

The third session was closed with the presentation by Nada Švob-Đokić from the Institute for International

Relations in Zagreb, Croatia, who concentrated on the public sphere as the context for the development of free and independent media. The public sphere is usually imagined as democratic space in which citizens use the freedom of expression to promote their communication interests and related public policies. The structure of such public spheres, and the types of communication that occur within them, are supposed to follow democratic procedures in shaping and implementing media policies. Until recently, media policies were thought of as national, media specific and as part of the cultural domain, as Grip-srud and Moe (2010) argued, which is now changing through the raise of the digital public sphere. In a small country such as Croatia, that is evolving, through transitional changes, from socialism to (a brand of) liberal capitalism, one asks what could be a structure of the public sphere that would contextualize the establishment of free and independent media? Švob-Đokić drew attention to the fact that the media sphere in Croatia was rather dynamic, and the main elements to be discussed in this context were: the promotion of particular (political) and individual interests; the privatization of the media and exposure to the uncontrolled entrance of foreign media capital and contents; the gradual and difficult re-establishment of the role of the state through media re-

gulations, and an extremely slow re-appearance of a fragile public sphere that only marginally influences the types of formally democratized communications. Švob-Đokić noted that the public sphere in Croatia was deconstructed almost as it was constituted – the swift change occurred from authoritarian media towards individualization and fragmentation. Civil society cannot stand for public interests, as it represents one particular interest, and in this context the state takes a principal role in representing the public interests.

The discussion that followed concentrated on the impact of foreign ownership of the media in CEE countries, with a special focus on Croatia. The problem of double standards of these companies was highlighted: the rules are different when they are working within the EU and when they are

working externally. In addition, the question is whether the expectations from the state are too great when public interests are concerned. Civil society should play a larger role, but the passivity of the public at large was also put to the fore. The session concluded with an emphasis on the importance of the development of specific programmes devoted to media literacy, dedicated not only to journalists but to the general public as well.

Taken as a whole, this round table presented a variety of perspectives on regulatory practices in different countries and the role that EU policies exert, and thus inspired interesting observations about future developments of the policies for free and independent media on the European level.

Jaka Primorac

Izvještaj o intervjuima provedenima u okviru projekta MEDIADDEM, Zagreb, IMO, 2010.-2013.

Projekt „Preispitivanje europskih medijskih politika: vrednovanje i obnavljanje zahtjeva za slobodnim i nezavisnim medijima u suvremenim demokratskim sustavima“ (MEDIADDEM)¹ uključuje 14 europ-

skih sveučilišta i istraživačkih instituta diljem Europe, a financiran je u sklopu Sedmog okvirnog programa za znanost i istraživanje (FP7) Europske unije. Koordinator projekta je Helenska zaklada za europsku i vanjsku politiku (ELIAMEP) iz Atene, a Institut za međunarodne odnose (IMO) iz Zagreba hrvatski je partner u projektu. Istraživački projekt MEDIADDEM

¹ Sve informacije o projektu i njegovoj provedbi mogu se naći na web stranici projekta: <http://www.mediadem.eliamep.gr/> (Pristupljeno 2. rujna 2011).

započeo je sa radom u svibnju 2010. godine a projektne aktivnosti odvijati će se do svibnja 2013. godine. U trenutačnoj fazi istraživački timovi u svim zemljama projekta rade na studijama slučaja (*case studies*) u sklopu kojih su se provodili polustrukturirani intervjui sa ključnim dionicima medijskog sustava. Upravo radi bolje usporedivosti podataka, pitanja u intervjui su većim dijelom jednaka za sve zemlje (radi lokalnih specifičnosti dopuštena je određena fleksibilnost u provođenju intervjua).

Dionici medijske scene podijeljeni su u tri skupine prema kojima su kreirana pitanja: formulatori medijskih politika, provoditelji medijskih politika, te novinari i drugi akteri medijskog sustava. Tim projekta MEDI-ADDEM za Hrvatsku proveo je intervjue sa dvadeset i šest ispitanika/ica tijekom veljače i ožujka 2011. godine. Polustrukturirani intervjui su snimani diktafonom te kasnije transkribirani, a gdje nije bilo moguće provesti intervju ispitanici/ce su odgovorili na postavljena pitanja pismeno e-mailom (ukupno u devet slučajeva). Intervjui su anonimni, te su kodirani radi citiranja² u studiji slučaja i osta-

lim dokumentima. U ovom izvještaju donosimo prikaz ključnih problema medijskog sustava koji su istaknuti kroz analizu sadržaja intervjua, a koji će kasnije biti korišteni kao materijali za daljnju elaboraciju studije slučaja za Hrvatsku. Studija će biti završena do kraja 2011. godine kada će biti kompletirane i studije slučaja za ostale zemlje MEDIADEM projekta. Cilj provedenih studija slučaja je dubinski istražiti ključne probleme medijskog sustava kako bi se mogle bolje formulirati i/ili razvijati javne politike koje podržavaju slobodne i nezavisne medije.

Formuliranje medijskih politika. Prioriteti i pristupi u formuliranju medijskih politika ovisni su o unutarnjim i vanjskim utjecajima, prvenstveno s obzirom na pristupanje EU i obilježja medijskoga tržišta u Hrvatskoj. Osnovni je princip pristupa formuliranju medijske politike „uspostavljanje pravila igre“ i detektiranje „neuralgičnih točaka“ u zakonodavnome sustavu koji bi trebao promovirati slobodu govora, ljudska prava i demokratizaciju. Moguće „neuralgične točke“ su: kvalitetnija regulacija tiska, stvaranje „efikasnog očevidnika naklade tiskanih medija“ i osuvremenjivanje agencije HINA (Ispitanik/-ica A4). Pojedini ispitanici ukazuju na utjecaj komercijalnih medija u medijskom sustavu te na uređivanje odnosa između komercijalnih i javnih medija. Također se ističu iza-

² Kodiranje je izvedeno prema skupinama ispitanika, pa su tako formulatori medijskih politika (pet ispitanika/ica) kodirani slovom A (brojkama 1-5), provoditelji (trinaest ispitanika/ica) su kodirani slovom B (brojkama 1-13), a novinari i drugi akteri (deset ispitanika/ica) kodirani su slovom C (brojkama 1-10). Dvoje ispitanika/ica odgovaralo je na dva seta pitanja radi dvostruke pozicije koju nose.

zovi novih medija, iako se primjećuje nejasnoća u pristupu njihovom reguliranju i formuliranju medijske politike u tom području.

Većina se ispitanika slaže da se broj sudionika u formuliranju medijske politike povećao u zadnjih desetak godina te da se kontinuirano širi. Na primjer: „...potrebno je toliko znanja, specifičnih znanja, da ako se ne uključi sve one dionike koji ta specifična znanja imaju teško će se doći do nekakvih rješenja bilo na razini politike, bilo na razini zakona koji će osigurati adekvatan razvoj medija“ (Ispitanik/-ica A3).

Ispitanici se ne slažu oko vodeće uloge u formuliranju medijske politike. Ističe se uloga Ministarstva kulture i Ministarstva mora, prometa i infrastrukture te utjecaj oglašivača i medijskih koncerna. Glavna odgovornost za donošenje odluka i zakona pridaje se Vladi i Saboru RH.

Većina ispitanika smatra da postoje značajne razlike u interesima sudionika koji formuliraju medijske politike. Istovremeno se primjećuju trendovi udruživanja i umrežavanja aktera sa sličnim i zajedničkim interesima što se pripisuje prihvaćanjima europskih standarda te ekonomskim razlozima.

Ispitanici uglavnom smatraju da je javnost dobro uključena u proces formuliranja medijske politike u Hrvatskoj, što je ostvareno na nekoliko

načina: sudjelovanjem u otvorenim raspravama na mrežnim stranicama regulatora ili na javnim sjednicama u specifičnim pitanjima medijske politike; iznošenjem konkretnih primjedbi i prijedloga; formuliranjem zahtjeva profesionalnih udruga i udruga civilnog društva. Međutim, angažman javnosti varira i nije standardiziran u proceduralnom smislu. Pojedini ispitanici smatraju da se nezadovoljstvo javnosti može iščitati iz gubitka interesa za kupovanje tiskanih medija: „Hrvatska javnost reagira na način da ili prestaje kupovati novine ako se radi o tiskanim medijima ili prestaje gledati i slušati elektroničke medije, ali po tome koliko pada kupovina tiskanih medija mogu zaključiti da ta javnost nije previše zadovoljna situacijom“ (Ispitanik/-ica A4).

Prema ispitanicima, znanstvena i tržišna istraživanja medijskog sustava, te suradnja s akademskom zajednicom, bitni su element formuliranja medijske politike.

Postoji određeno neslaganje između očekivanja i rezultata medijskih politika. Ističe se da zakon ne može uvijek predvidjeti kako će se sustav razvijati i kako će reagirati na zakonodavne promjene. Najveći je problem zamijećen u provođenju: „...nije problem samo medijskog zakonodavstva, nego općenito zakonodavstva u Republici Hrvatskoj da osjećamo frustraciju nedovoljne primjene i nedovoljno brze primjene pojedinih za-

konskih rješenja i ono što je tu vrlo negativno, ali to se tako nameće i od strane zainteresirane javnosti, umjesto inzistirati na punoj primjeni zakona odmah se ide u nekakve prijedloge reizmjena tih zakona, i to je nešto na čemu treba raditi i zašto je kod nas važno da imamo dosta tih javnih rasprava da uključimo sve zainteresirane u komunikaciju sa regulativnim tijelima“ (Ispitanik/-ica A3).

Interakcija sudionika u procesu formuliranja medijske politike, prema ispitanicima, ključan je dio procesa koji se međutim može dodatno poboljšati. Potrebno je pritom dobro izbalansirati oprečna mišljenja.

Glavni izazovi medijskoj politici su tehnološki razvoj, smanjenje utjecaja oglašivača, vlasnika medija i političkih elita, dosljedna primjena propisa, uređenje internetskoga prostora i novih medija, podizanje razine medijske etike i profesionalizma te uspostavljanje visokih standarda profesionalnosti regulatora i svih koji sudjeluju u procesu kreiranja i provođenja medijske politike.

Utjecaj EU-a ocjenjuje se kao pozitivan i „blagotvoran“ a očituje se na razini usklađivanja zakonodavstva i u sudjelovanju regulatora u međunarodnoj profesionalnoj suradnji i povezivanju s europskim regulatornim tijelima.

Iako se smatra da je zakonska regulativa većim dijelom prikladna, uo-

čavaju se nedostaci u Zakonu o medijima (NN 59(04)) i uređenju tiska. Na primjer: „...Zakon o medijima bi morao zapravo povezivati svojom strukturom elektroničke i tiskovne medije. To nije nevažno jer i jedni i drugi su komplementarni jedni sa drugima, i to mi se čini ... ako se napravi dobar zakon, da će moći onda valorizirati možda neke nedostatke i u Zakonu o HRT-u i u Zakonu o elektroničkim medijima“ (Ispitanik/-ica A2).

Proces formuliranja medijske politike u Hrvatskoj složen je zbog sve već kompleksnosti medijskog razvoja i zato što se broj sudionika u tome procesu kontinuirano povećava. Pritom su očigledni vanjski utjecaji Europske unije i usklađivanje zakonodavstva s europskim normama, što se ocjenjuje pozitivno. S druge strane uočavaju se nedostaci u zakonodavnom okviru koji se prije svega odnose na Zakon o medijima ali i na čitav niz izazova kao što su pitanje etike i profesionalnih standarda, reguliranja novih medija, utjecaja komercijalnih medija i oglašivača, funkcioniranja transnacionalnih medijskih kompanija na tržištu, dosljedne primjene zakona, procesa medijske koncentracije, itd.

Provođenje medijskih politika. Opće ocjene medijske politike variraju i ovisne su o institucionalnim ili drugim pozicijama različitih aktera u medijskome sustavu koji su, djelomično ili potpuno, povezano s pro-

vođenjem ili regulacijom medijskih politika. No većina se ispitanika slaže u ocjeni da medijska politika nije zaokružena, odnosno da se ne može govoriti o jasno definiranoj i cjelokupnoj strategiji u ukupnome dijelu medijske politike (zakonodavnom i regulatornom). Na primjer: „Imamo li mi medijsku politiku uopće? Nisam siguran da imamo jer, mislim, imate niz nekakvih propisa koji su donekle otoci jel’, malo jesu gledali jedni u druge, malo se je to popravilo, al’ u osnovi nemate nekakvu sveobuhvatnu ideju kako bi to trebalo izgledati...“ (Ispitanik/-ica B8). Također je primjetan stav da je medijska politika nekonzistentna i ovisna o povremenim partikularnim interesima. Ne može se primijetiti koordinirana politička akcija ili politički cilj u stvaranju medijske politike.

Pojedini ispitanici smatraju da je primjetan nedostatak funkcioniranja samoregulatornih tijela, držeći ih više kulturnom i civilizacijskom nego zakonodavnom i medijskopolitičkom odrednicom. Trebaju se oblikovati neke vrijednosti i očekivanja koja će biti postavljena pred sve aktere medijskog sustava. Nejasnoća i nedovoljna preciznost zakona ponekad predstavljaju prepreku funkcioniranju medijskog sustava jer „...zakoni nisu do te mjere dorečeni da imate pravu sigurnost“ (Ispitanik/-ica B5). Prema tome, zakonodavnom se okviru pripisuje određena nepreciznost.

Glede njihovoga provođenja prevladava stav da je potrebno vrijeme za uočavanje područja u kojima su nužna poboljšanja s obzirom na nedavne zakonodavne promjene. Često se ističe nedostatak kadrova i specifičnih instrumenata za provođenje novijih zakonskih odredbi. Prepreke koje se uočavaju povezane su s edukacijom regulatora, kadrovskim insuficijencijama u regulatornim tijelima (osobito nedostatnim brojem kvalificiranih osoba), nedostatkom cehovskih organizacija koje bi uspostavljale profesionalne standarde te, s obzirom na lokalnu samoupravu, nedostatkom svijesti i odgovornosti prema javnosti.

Glavni su izazovi medijske politike samo za dio ispitanika povezani s medijskom slobodom i nezavisnošću. Ističe se sukob marketinga i potrebe za istinitim obavještavanjem, ali isto tako potreba za jasnim odvajanjem principa medijskoga pluralizma i osiguranja ravnopravnoga tržišnog natjecanja. Pritom neki smatraju da je potrebno naći ravnotežu između komercijalnih i javnih medija te im osigurati jednake uvjete poslovanja. Drugi ispitanici netransparentnost vlasništva doživljavaju kao glavni izazov medijskoj politici. Također je primjetna potreba za uređivanjem internetskoga prostora i uređenjem autorskih prava u gotovo svim medijima, a osobito na internetu.

Od posebnih zakona najviše je kritike usmjereno prema Zakonu o medijima koji bi se trebao modernizirati u različitim pogledima. Pojedine nedorečenosti u Zakonu o elektroničkim medijima (NN 153(09)) također su problematične. Specifična područja poput odnosa usluga videa na zahtjev i proizvodnje europskih audiovizualnih djela, davanja koncesija komercijalnim i neprofitnim medijima, provizije plasmana proizvoda s obzirom na žanrove i elektroničkih publikacija nedovoljno su jasna (Ispitanik /-ica B2). Dodatni opći izazovi medijskoj politici koji se naglašavaju su jasnija pravila struke, pravila poslovanja i pravila udruživanja.

Većina ispitanika smatra da medijska politika nije birokratski proces, odnosno barem ne u cjelini. S obzirom na provođenje odredbi definiranih pravilnicima, medijska politika može samo donekle biti birokratski proces. S druge strane, povezano s komunikacijom s akterima medijskog sustava, ona nije birokratski proces jer u velikoj mjeri zahtijeva „snalaženje“ u raznim nepredvidivim situacijama.

Zadaci i odgovornosti u provođenju medijskih politika uglavnom su definirani zakonima. Primjetan je nedostatak koregulativnih i samoregulativnih akata. Na primjer: „Zakon je prilično razrađen...“, ali „...mi imamo zasad malo ovih koregulatornih i samoregulatornih instrumenata, to je

ono pitanje kulture društva da do toga dođemo“ (Ispitanik/-ica B8).

Financiranje regulacije temelji se na različitim načelima i teško ga je generalizirati. Ono se kreće od čistoga budžeta, preko dobivanja postotka od godišnjega prihoda reguliranih aktera do različitih naknada ili ugovora s Ministarstvima. Nejasno određeni pristupi vidljivi su u financiranju iz budžeta koje se doživljava kao nedostatno ili u poreznoj politici povezanoj s previsokim plaćanjem PDV-a.

Institucionalni prioriteti ovise o zadacima regulatora. No pojedine vrijednosne ili opće odrednice koje ispitanici ističu su sljedeće: samostalnost, transparentnost, profesionalnost, nezavisnost, argumentiranost, lojalnost ustanovi, pridržavanje i poštivanje zakona. Također je primjetna odgovornost prema građanima vidljiva u pojedinim stavovima kao što je potreba za oslikavanjem, poštivanjem i promoviranjem prioriteta koje percipira javnost.

Većina ispitanika ne vidi probleme u širini vlastitih ovlasti. S obzirom na donošenje odluka i pravna rješenja vidljivi su različiti oblici institucionalnog uređenja. Većinu odluka donose Vijeća institucija nakon razmatranja slučajeva od strane stručnih službi.

Transparentnost donošenja odluka ostvaruje se kroz obavijesti navedene na mrežnim stranicama državnih

agencija. Također se mogu pratiti u Narodnim novinama, na konferencijama za tisak u društveno važnijim slučajevima ili u godišnjim izvještajima i informacijama o aktivnostima koje se daju različitim tijelima Europske unije. Javne se rasprave također često vode kroz mrežno sučelje.

Državne agencije imaju ugovore i sporazume o suradnji s drugim državnim tijelima i regulatorima. Određena su preklapanja u ovlastima vidljiva u pojedinim detaljima iako regulatori ne vide da ona značajno utječu na njihove funkcije s obzirom na dosadašnja iskustva. Suradnja je s drugim tijelima i agencijama uvelike ovisna o stručnim i profesionalnim kapacitetima tih istih tijela. Komunikacija s odgovornim ministarstvima nije uvijek dvosmjerna i katkada se naglašava nedostatak komunikacije i dogovora.

Odnosi s osobama čije se ponašanje usmjerava, odnosno reguliranim akterima medijskog sustava, ovisni su o rejtingu institucije ali i o interesima koji su često suprotstavljeni. Nadilaženje sukoba može se osigurati transparentnijom politikom, profesionalnim radom i pojačanim sudjelovanjem svih aktera u procesu donošenja odluka.

Utjecaj Europske unije doživljava se kao ambivalentan. Često se ističe žurba u prisvajanju europske pravne stečevine: „Hrvatska je svoje novo zakonodavstvo zapravo doslovno

usklađivala sa direktivom Europske komisije ne vodeći računa da ta direktiva propisuje nekakve minimume. Ona zapravo samo definira nekakve polazne osnove, a puno toga se u tom osjetljivom medijskom prostoru ostavlja lokalnom zakonodavstvu“ (Ispitanik/-ica B12).

S druge strane u pojedinim aspektima, kao što su najavljene promjene Kaznenog zakona, vidi se određeno odstupanje od europskih standarda: „Sustav zaštite časti i ugleda u niti jednoj državi savršeno ne funkcionira, ali pomak ka pojačanju represije nema apsolutno nikakvog opravdanja. Posebno zato što je još 1997. godine Vijeće Europe predložilo da se, odnosno poslalo zahtjev državama, da se ta kleveta dekriminalizira. I onda su to još ponovili 2007. godine...“ (Ispitanik/-ica B3). Slično je primjetno i u procesu digitalizacije televizijskog signala: „...mislim da su sve te promjene sa ulaskom u Europsku Uniju, promjene sa novim medijskim tehnologijama velike. Hrvatska dijelom zaostaje za svim tim tehničkim mogućnostima iako je recimo proces digitalizacije obavila izuzetno brzo, puno brže nego europske zemlje. I to je veliki pomak. Ali sad, naravno, vi platforme morate nahraniti sadržajem jer inače one same sebi nisu svrha...“ (Ispitanik/-ica B7).

Provođenje medijske politike je, dakle, iznimno složen proces koji je vrlo teško sagledati u cjelini. On

primarno zavisi o institucionalnim zadacima definiranim zakonima i eventualno koregulacijskim i samoregulacijskim aktima. On nadalje ovisi o kadrovskim kapacitetima, komunikaciji s akterima unutar sustava i razinama educiranosti te profesionalnim standardima. No osnovne strukturne uvjete određuje politički interes koji ne pokazuje konzistentnost i koherentnost u pristupu, a često je motiviran centrifugalnim utjecajima Europske unije koji potiču brze reakcije neutemeljene na prethodnom istraživanju i racionalizaciji problema, te omogućuju stvaranje nedorečenosti u lokalnom zakonodavstvu i lokalnome medijskom sustavu.

Novinari i drugi akteri u medijskom sustavu. Većina ispitanika navodi da postoji nedostatak konzistentnosti kao i transparentnosti medijske politike. Zakoni koji reguliraju područje medija nisu usklađeni, ali ono što se pokazuje kao veći problem jest neprovođenje zakona kada se oni napokon donesu. „Ma kako god mi u Hrvatskoj zakonski uredili ne samo ovo naše područje nego bilo koje drugo područje života na kraju krajeva se to pokaže da se ti zakoni ne poštuju i da se radi posve nešto drugo, naprosto u ovoj zemlji nitko nije naučen da zakoni postoje da bi se primjenjivali“ (Ispitanik/-ica C3). Javlja se i nedostatak kvalitetne rasprave o medijskim politikama i toga što zakonodavac određenim postupcima želi

postići, te kakve to ima implikacije na same sadržaje „Gotovo da i nema ozbiljnije rasprave o kvaliteti informativnog ili tzv. „dramskog“ programa, podaci o gledanosti, slušanosti te čitanosti se proizvoljno interpretiraju, puno toga ostaje otvoreno ili se prepušta medijima „na povjerenje“ o čemu informiraju, što i kako pohranjuju itd.“ (Ispitanik/-ica C8).

Što se tiče radnih uvjeta novinara/ki, većina ispitanika navodi da su se radni uvjeti u posljednjih desetak godina pogoršali, a pogotovo u zadnjih nekoliko godina s ulaskom u krizu. Kolektivni ugovori ne postoje u svim izdavačkim i medijskim kućama, a javlja se tendencija i da se prava iz postojećih ugovora smanjuju. Sve je veći broj novinara koji rade na ugovore o autorskom djelu, prisutni su i slučajevi gdje su novinari u sustavu RPO, u ugovornom odnosu na određeno vrijeme, na studentskim ugovorima, dok istovremeno imaju klasični radni odnos sa poslodavcem. „Znači, puno ljudi radi čisti radni odnos, ono svakodnevno, a da nisu u radnom odnosu. Mnogi od njih i dobiju to na sudu kao prikriveni radni odnos. To opet ovisi od sudstva, (Ispitanik/-ica C1). Takva nesigurnost radnih pozicija utječe i na kvalitetu novinarskog rada, kao i na pojavu autocenzure. „Osim toga znamo da se novinare sve više prima na osnovu honorarnih odnosa na osnovu ugovora o djelu i autorskih ugovora, a ne na osnovu rad-

nog odnosa klasičnog po Zakonu o radu, što novinara onda stavlja u vrlo težak položaj da u biti niti ne mogu ili jako teško mogu biti nezavisni, nego izvršavaju ono što im se kaže, jer su egzistencijalno ugroženi, ne, to je vrlo očita povezanost radnog položaja i nezavisnosti struke“ (Ispitanik/-ica C2). Prijetnje i napadi na novinare su također prisutni. Novinari/ke u lokalnim medijima su u posebno nepovoljnoj situaciji i što se tiče radnih pozicija (nedostatak kolektivnih ugovora), a i što se tiče nezaštićenosti od prijetnji i napada. Također, javljaju se i problemi pristupa informacijama koji su neadekvatno regulirani tj. ostavlja se veliki prostor odugovlačenjima sa davanjem informacija „Zapreke prema van su teško ili nemoguće dolaženje do informacija u jedinicama lokalne samouprave, govorim o informacijama koje su malo osjetljivije prirode, ali trebale bi biti puno transparentnije. I sporost reakcije pojedinih institucija na traženje odgovora, tu nailazimo čak na veći problem s državnim institucijama“ (Ispitanik/-ica C10).

Uočljiva je i međusobna povezanost cenzure i autocenzure, na koje utječu politički i ekonomski pritisci koji su prisutni u svim medijima. Većina ispitanika navodi da su u posljednjih desetak godina ekonomski pritisci sve snažniji, a primjetna je i razlika između tipa pritiska i vlasništva medija „...to su dakle, ovi javni servisi i tu je utjecaj politike još uvi-

jek dosta jak, nažalost, a u svim drugim privatnim medijima se nekako često uvažavaju i vlasnički interesi, dakle vlasnik si ne želi i neće dozvoliti da urednici koje je on postavio rade protiv njegovih ekonomskih interesa“ (Ispitanik/-ica C1). U tom kontekstu velik broj ispitanika ističe problem pritisaka od strane oglašivača koji se pokazuju vrlo snažnim akterima na medijskoj sceni „ekonomski pritisci prisutni su svugdje jer svi – i tiskani i elektronski, i novi mediji žive u zagrljaju kapitala, odnosno ovise o oglašivačima“ (Ispitanik/-ica C5). Upravo su ovaj potonji problem, kao i problem preispitivanja poslovanja medijskih kuća, glavni problemi koji se najmanje propituju u medijima.

Većina ispitanika se slaže da se nove tehnologije uvelike koriste kao oruđe za rad u novinarskom poslu. Izmijenjeni tržišni uvjeti i povećano sudjelovanje online servisa djeluju sa jedne strane negativno (do podataka je lakše doći, ali ih treba pažljivo provjeriti), a sa druge strane pozitivno na rad novinara – omogućavaju jednostavnije publiciranje materijala pa i onih koji budu cenzurirani u drugim medijima „...ono što pouzdano i sigurno znam je da će novinari koji su nešto istražili, nešto otkrili, a taj materijal se zabrani kod njih u redakciji da će ga probati plasirati u neke druge medije gdje znaju da će se taj materijal možda moći objaviti“ (Ispitanik/-ica C4).

Autorska prava novinara/ki se krše i to ponajviše u online sferi tj. na portalima gdje uvjeti publiciranja nisu uređeni, premda postoje pomoci da se ta situacija promjeni određenim odredbama Zakona o elektroničkim medijima. Preuzimanje sadržaja pojavljuje se kao ozbiljan problem koji se ne rješava sustavno, tako da su neki izdavači krenuli sami u uspostavljanje pravila: „...u cijeloj Hrvatskoj je nered oko zaštite autorskih prava ili apsolutno tu imamo problema dakle da pojedine medijske kuće same od sebe idu regulirati i postavljati pravila, ucjenjivati“ (Ispitanik/-ica C4). U tom kontekstu pozitivno se gleda na pojavu Društva za zaštitu novinarskih autorskih prava.

Velik broj ispitanika nalazi da je politika ‘dobrog novinarstva’ sve manje zastupljena u medijima. „U Hrvatskoj nema politike dobrog novinarstva jer vlasnici medija izravno biraju glavne urednike, a onda to generira deprofesionalizaciju na nižim razinama,“ (Ispitanik/-ica C6). Statuti i kodeksi redakcija u velikom broju slučajeva nisu doneseni, a zakonski nije uređeno da se takve prakse sankcioniraju. Većina ispitanika smatra da je upravo interes urednika i izdavača da se takav *status quo* i dalje održi: „Ne žele ih (tj. pravila) izdavači, pa izdavači ih ne žele, glavni urednici ih ne žele. Vole da sve ostaje jedna siva zona u kojoj nema pravila igre...“ (Ispitanik/-ica C4). Može se reći da

samoregulacija u medijima još uvijek nije zaživjela.

Većina ispitanika se slaže da se u Hrvatskoj pravo na osnivanje nezavisnih profesionalnih udruga novinara/ki i učlanjivanje u iste poštuje. Ključni akteri su Hrvatsko Novinarsko Društvo (HND) i Sindikat novinara Hrvatske, pri čemu jedan dio ispitanika smatra da bi upravo HND trebao imati jaču ulogu u kritiziranju negativnih trendova koji se pojavljuju u hrvatskom novinarstvu kao što su utjecaj oglašivača na medije, kršenje radnih prava novinara/ki, kršenje autorskih prava novinara/ki, problemi samoregulacije (statuti), zalaganje za kvalitetno i odgovorno novinarstvo i sl.

Obrazovanje za novinarstvo (bilo da se radi o fakultetskom ili o pojedinačnim seminarima i ljetnim školama) ocijenjeno je pozitivnim u većini odgovora, ali i nedostatnim obzirom na medijsku realnost i praksu. Nedostaje mentorski rad s mladim novinarima koji često bivaju prepušteni sami sebi i potaknuti da obavljaju problematične zadatke. Velika je diskrepancija između naučenog na fakultetima i seminarima, te onog što se dešava u praksi.

* * *

Većina se ispitanika slaže da u Hrvatskoj ne postoji jasna i konzistentna medijska politika. Prioriteti se određuju s obzirom na utjecaj Europske

Unije u usklađivanju hrvatskog zakonodavstva s europskom pravnom stečevinom ili s obzirom na tržišne uvjete. U nekim se aspektima smatra da je EU odigrala važnu ulogu u generiranju zakonodavstva, dok pojedini ispitanici smatraju da se ipak požurilo sa usvajanjem određenih naputaka. Ispitanici iz sve tri skupine uglavnom se slažu oko glavnih prioriteta medijske politike: definiranje pravila igre; praćenje i kontrola provođenja usvojenih pravila i poštivanje slobode govora i ljudskih prava u cjelini. U zakonodavnom smislu oni se prije svega odnose na nedostatke i zastarjelost Zakona o medijima, nedorečenosti u Zakonu o elektroničkim medijima te potrebu osuvremenjivanja HINE. No osim preciznijih zakona također se primjećuje ključan problem u nepridržavanju zakonskih odredbi i njihovoj dosljednoj primjeni. Veliki je nedostatak nerazvijena koregulacija i samoregulacija što također opažaju sve tri skupine ispitanika. Daljnji su zajednički izazovi i problemi medijske politike jačanje profesionalnih standarda i kadrovskih rješenja na svim razinama, uključujući politička tijela i organizacije, regulatore i novinare.

Dodatni su izazovi tehnološki i tržišni. Uočava se potreba za boljim reguliranjem internetskog prostora, portala i novih medija. Novinari smatraju da oni promiču mogućnosti izbjegavanja cenzure, ali također do-

nose opasnost od kršenja autorskih prava. Smatraju da su se njihovi radni uvjeti u posljednje vrijeme pogoršali, a navode i kontinuirane pritiske na kvalitetno obavljanje posla. Ovi su pritisci sve više ekonomske nego političke prirode. Iz njihove je perspektive također ključan nedostatak u provođenju medijske politike nedovoljan broj statuta i kodeksa odnosno samoregulativnih akata koji bi utjecali na uspostavljanje jasnih profesionalnih standarda. Primarnu odgovornost za (ne) donošenje samoregulativnih akata novinari pripisuju urednicima i izdavačima. Također smatraju da bi se profesionalna udruženja trebala aktivnije uključiti u proces samoregulacije. Tržišni se izazovi medijske politike odnose na smanjenje utjecaja oglašivača na novinarsku profesiju, ali i osiguravanje jednakih pravila poslovanja za sve aktere na medijskom tržištu. U tom se smislu ističe potreba odvajanja tržišnog natjecanja od medijskog pluralizma u zakonodavnom i regulatornom smislu.

S obzirom na navedene probleme ne iznenađuje činjenica da se broj sudionika u formuliranju medijske politike kontinuirano povećava. Svi ispitanici stalno ističu utjecaj vlasnika medija i oglašivača na formuliranje medijske politike dok je uloga države na donošenje i provođenje zakona neujednačena. Smatra se također da je utjecaj javnosti (putem javnih rasprava, sudjelova-

nja na skupovima i sl.) uglavnom adekvatan. Regulatori smatraju da se komunikacija s akterima čiji se odnosi usmjeravaju može još uvijek znatno poboljšati. To ovisi o položaju regulatora u medijskom sustavu,

o transparentnosti donošenja regulatornih odluka te o pridržavanju profesionalnih standarda u obavljanju regulatornih aktivnosti.

Paško Bilić i Jaka Primorac

Discussion group on ‘Media policy: suggestions and recommendations for the development of free and independent media in Croatia’, IMO, Zagreb, April 18, 2012

The Croatian MEDIADEM team organised a thematic discussion group on Media Policy: Suggestions and Recommendations for the Development of Free and Independent Media in Croatia, which took place in Zagreb, on 18 April 2012. The discussion group gathered actors involved in the formulation and implementation of media policy in Croatia, journalists, members of civil society associations and researchers. The discussion was based on a document prepared by the MEDIADEM team presenting a set of policy recommendations. The introduction to the project and the presentation of its research results was followed by a dialogue among the participants of the discussion group.

Overall, the document was well received, and it inspired a discussion about media policy recommendations that promote media freedom and independence. Due attention was pa-

id to the need to amend and change the laws regulating the media. Participants expressed the view, that the relevant laws should include a more precise definition of what constitutes electronic publications, broadcasting concessions and licenses, as well as new services, in relation to the increasing number of platforms enabled by new technologies.

Participants agreed that media self-regulation should be established and strengthened in all media organisations and sectors of the media market. The functioning of the independent regulator, the Agency for Electronic Media, and its Council, should be improved through the Agency’s internal reorganisation, and more precise criteria should be developed for the evaluation of the programmes supported by the Fund for the Promotion of Pluralism and Diversity of Electronic Media – a form of state subsidy,

intended to stimulate the production of audio and audiovisual programmes that promote pluralism and media diversity at local and regional levels. It was also suggested that the non-profit media sector should become eligible for such programmes and concessions. The public role of the Croatian Media Council, the newly established self-regulatory body, needs to be enhanced and further developed. The Ministry of Culture was also invited to strengthen its human capacities in media policy, in order to better coordinate agents, initiatives and democratic discussions on the media policy and the announced change of media laws.

The current situation of the public service broadcaster (PSB), the Croatian Radio Television, was discussed in light of the changes announced by the Croatian Radio and Television Act (2010). It was stressed that the current management crisis at the Croatian Radio Television should be promptly resolved in order to enable the operator to adequately execute its role as a PSB. It was noted as well that discussions on media policy in Croatia frequently become discussi-

ons on public service broadcasting, while there are many problems concerning the commercial media sector that would also need to be highlighted (i.e. issues of transparency of media ownership, labour rights, journalistic ethics, content quotas, etc).

It was emphasised that, in the course of the past twenty odd years, media policy actors in Croatia focused on legislative changes, while the key problems have always lain in the implementation of laws. There are still a number of legal amendments that need to be made; to address, i.e., a lack of a systemic approach to the non-profit media sector and deficiencies in the definition of electronic publications, audiovisual activities, etc. Digitalisation opened many possibilities for the development of the Croatian media sector, but the recession caused a delay and resulted in a lack of response from media policy actors. There is also a shortage of strategies for new (digital) media literacy programmes, the participants of the discussion group concluded.

Jaka Primorac