

Prema hrvatskoj normativnoj medijskoj teoriji

ZRINJKA PERUŠKO ČULEK
Institut za međunarodne odnose
Lj. F. Vukotinovića 2, Zagreb
E-mail: zrinjka@mairmo.irmo.hr

UDK: 316.77(497.5)
Izvorni znanstveni rad
Primljeno: 25. studenog 1997.

Medijska politika, kao skup ciljeva, mjera i aktivnosti, koje država poduzima za uređenje medijskog sustava, počiva na često implicitnim ili nesvjesnim vjerovanjima o utjecaju medija. Medijska politika također se temelji na široj društvenoj normativnoj medijskoj teoriji, kao common sense teoriji koja uključuje skup pretpostavki, vjerovanja, očekivanja ili bojazni što ih društvo ina prema medijima.

Autorica u ovom radu prikazuje elemente takve hrvatske normativne medijske teorije, koji se mogu identificirati iz rasprava u hrvatskom Saboru pri usvajanjima zakona iz medijske politike od prvih višestranačkih izbora 1990. godine do kraja 1996. godine.

Polazeći od teorije o socijalnoj konstrukciji realnosti, autorica stvaranje hrvatske medijske politike definira kao diskurzivnu konstrukciju dijela simboličkog univerzuma odnosno kao konstrukciju "teorije" koja legitimira institucionalno medijsko područje. Kao teorijski sklop za analizu utjecaja medija u društvu prikazuje glavne teorije iz komunikacijske discipline te osnovne normativne teorije o medijima, iz kojih se pojedini dijelovi mogu prepoznati i u nastajućoj i nedovršenoj hrvatskoj normativnoj medijskoj teoriji.

Ključne riječi: MEDIJSKA POLITIKA, NORMATIVNA MEDIJSKA TEORIJA, KOMUNIKACIJSKA TEORIJA, DISKURZIVNA KONSTRUKCIJA REALNOSTI, PARLAMENTARNE RASPRAVE, HRVATSKA

Uvod

Uloga medijskog sustava u modernom društvu određuje se uvelike medijskom politikom, odnosno regulacijom medijskog područja, koja je jedna od temeljnih odrednica u razvitku medijskog sustava i u zemljama Zapadne Europe. Kao i mnoge druge javne politike, i medijska se politika manifestira u zakonodavstvu. U hrvatskom slučaju, od lipnja 1990. do kraja 1996. godine, u nedostatku sustavnog planiranja i šire društvene rasprave o arhitekturi medijskog sustava, nova se medijska politika najvećim dijelom i formirala u zakonodavstvu.

Osim što se oblikuju pod utjecajem nekih "objektivnih" povijesnih, geopolitičkih, ili kulturnih okolnosti (na primjer: veličina zemlje, jezik, položaj prema susjednim zemljama, ukupni politički i ekonomski sustav, stupanj tehnološke razvijenosti okruženja, itd.), sve medijske politike, međutim, počivaju i na jednom skrivenom elementu koji se rijetko u njima eksplicira: vjerovanju da mediji znatno utječu ili mogu utjecati na društvo. Cjelokupna regulacija medija, posebno televizije u europskom povijesnom kontekstu, motivirana je željom država da pod kontrolu stave snagu za koju vjeruju da može znatno utjecati na društvo.

U pozadini medijskih politika nalaze se dakle neka, često implicitna, vjerovanja o ulozi medija i njihovom utjecaju na društvo. Te pretpostavke, svjesno ili nesvjesno, oblikuju normativna rješenja u medijskom sustavu, te definiraju ciljeve, mjere i aktivnosti koje država poduzima da mediji zauzmu u društvu onu ulogu koja se od njih očekuje (uključujući sprečavanje onih utjecaja medija koji se drže negativnima, ili se očekuje da bi takvi mogli biti). Takve strategije obično pretpostavljaju postojanje svojevrsnog društvenog konsenzusa oko očekivane ili poželjne uloge medija u društvu. Taj konsenzus možemo nazvati društvenom normativnom medijskom teorijom, koja uključuje skup pretpostavki, vjerovanja, očekivanja ili bojazni što ih o medijima ili od medija ima pojedino društvo. U žarištu je mog interesa u ovom radu upravo otkrivanje elemenata takve hrvatske normativne teorije.

Osim znanstvenih teorija koje se bave analiziranjem uloge ili utjecaja medija u društvu, za razumijevanje i analizu medijskih politika također su zanimljive i one teorije koje govore o tome kakva bi trebala biti uloga medija u društvu, ili kakav bi trebao biti odnos medija, društva i države. Normativna teorija može biti na razini "znanstvene" teorije tako da funkcionira kao skup pretpostavki o poželjnoj ulozi medija i komunikacijskog sustava u društvu pri analizi ili istraživanju, ali možemo je promatrati i kao *common sense* teoriju koju svako društvo ima u očekivanjima od medijskog sustava (McQuail, 1994).

Slično kao i u teorijama u društvenim znanostima, i u *common sense* teorijama mogu se identificirati određenja prema prirodi društva i problema na koje se odnose (tj. stavovi o društvu), a također i o načinima i ograničenjima djelovanja države (tj. stavovi o znanosti). Tako se u hrvatskoj normativnoj medijskoj teoriji mogu identificirati i stavovi o samom društvu i državi, o ulozi medija u društvu, kao i o poželjnim ili dopuštenim granicama djelovanja na medijsko područje. Radi ograničenja prostora, u ovom tekstu neće biti riječi o samoj medijskoj politici, tj. o normativnim rješenjima koja su u nju ugrađena, pa niti o brojnim manje ili više poznatim problemima hrvatske medijske politike i hrvatskog medijskog sustava. Ovdje ću se baviti samo elementima koji govore o naravi normativne društvene teorije koja velikim dijelom objašnjava ustrojenu medijsku politiku, a koji su rezultat šire analize diskurzivne konstrukcije hrvatske medijske politike.

Ovdje je možda potrebno naglasiti da "hrvatska normativna medijska teorija" kao takva *common sense* teorija nigdje nije napisana, nitko je nije "izmislio", niti ona funkcionira kao koherentna vodilja u razvoju medijske politike u Hrvatskoj. Ona ne postoji na razini zajedničke strategije ili filozofije razvoja medijskog sustava, iako bi se takvo značenje možda moglo pripisati rezoluciji kojom je Sabor u 1990. godini usvojio neke medijske standarde Vijeća Europe. To je jednostavno prikladan način za početak analize i pokušaj objašnjenja pozadine normativnih i drugih rješenja u hrvatskom medijskom području.

Elementi pak takve "teorije" jasno su prisutni i prepoznatljivi, a posebno su vidljivi u parlamentarnim raspravama prilikom usvajanja medijskih zakona. Na temelju analize medijskih rasprava u hrvatskom Saboru mogu se odgonetnuti elementi hrvatske društvene normativne teorije medija, koja funkcionira kao (često implicitna) podloga za strukturiranje ukupnog medijskog sustava te se konačno manifestira kao medijska politika. No, ne samo da se u parlamentarnim raspravama mogu vidjeti elementi takve normativne medijske teorije, nego se ona kao postizanje očekivanog društvenog konsenzusa upravo u njima i konstituira.

Bez osnovnog konsenzusa o karakteru društva ono se ne može konstituirati¹. Konsenzus se postiže aktivnom djelatnošću članova društva koji u međusobnoj interakciji usuglašavaju zajedničke definicije stvarnosti. Ova se aktivnost odvija kroz diskurs (koji uključuje jezik i tekst) kao simbolički sustav i jedan od temeljnih oblika ljudske interakcije. Stvarnost se tako diskurzivno² konstruira, jer društveni koncepti i definicije "...nisu samo opisi neovisno danog društvenog svijeta, one određuju što taj svijet jest" (Giddens, 1989:64).

¹ Zbog specifične situacije stvaranja države, u hrvatskom kontekstu diskurzivna konstrukcija realnosti poprima i značenje konstrukcije novog društvenog ugovora, u kojem konsenzualno značenje novih koncepata i značenja još nije dostignuto. Pusić (1993a, 1993b) analizira post-socijalističku situaciju upravo putem koncepta društvenog ugovora, gdje hrvatska situacija odgovara Hobbesovom konceptu zato što osnovne društvene definicije još nisu postignute (tj. još nisu sve postignute konsensusom, a to se posebno odnosi na ulogu medija).

² U suvremenim društvenim istraživanjima sve više pažnje zaslužuju različiti pristupi koji na ovakav način konceptualiziraju društvenu formaciju, a mogli bismo ih podvesti pod zajednički naziv "analize diskursa". Među njima još uvijek dominiraju oni pristupi kojima je osnovni interes sam diskurs, ali sve je više nastojanja i na široj sociološkoj utemeljenosti i analizi diskurzivnih procesa u društvenoj konstrukciji. O različitim recentnim pristupima analizi diskursa koji se temelje na široko koncipiranom lingvističkom nasljeđu i u većoj ili manjoj mjeri koncentriraju analizu na jezik ili tekst sam, vidi u knjizi Debo-

Jezik, kao "najvažniji znakovni sistem ljudskog društva" (Berger & Luckmann, 1992: 55), omogućuje objektivizaciju stvarnosti, te je sposoban pojedinačna značenja i tipizacije izdignuti na nivo zajedničkih značenja i kategorija koje su zajedničke pripadnicima društva. Društvo se, s jedne strane konstruira, tj. objektivizira s pomoću procesa koji nastaju djelovanjem pojedinca, ponajprije u procesu institucionalizacije u ponavljanju interakcije uz tipizaciju (Berger & Luckmann, 1992). Simbolički sustavi (kojih je jezik najvažniji predstavnik) kao sustavi označavanja omogućuju legitimaciju cjelokupnog univerzuma stvarnosti. Društvena legitimacija koju omogućuju simbolički sustavi najviše je razine u procesu konstrukcije stvarnosti, koji započinje s institucionalnim objektivacijama, nastavlja se legitimacijom u obliku objašnjavanja i opravdanja institucija za drugu generaciju te uključivanjem teorijskih sudova, a na idućoj razini legitimacija uključuje i teorije koje legitimiraju pojedina institucionalna područja (Berger & Luckmann, 1992:115-118). Tako se konstrukcija medijske politike u hrvatskom parlamentarnom diskursu može promatrati i kao konstrukcija "teorije" koja legitimira institucionalno medijsko područje i uređuje ulogu medija i obilježje komunikacijskog sustava.

Berger i Luckmann naglašavaju moć kao glavnu karakteristiku povezanu uz važeću definiciju stvarnosti, odnosno, kao dominantno objašnjavajući za neku stvarnost pojavljuje se onaj simbolički univerzum koji je povezan s najvećom moći (Berger & Luckmann, 1992: 132). "Ljudi djeluju na temelju nekog sustava značenja, a definicija pitanja, aktera i događaja stvar je stalne borbe" (Gamson, 1988:219). Diskurzivna konstrukcija tako nije samo komunikacijski, nego je izrazito društveni proces. Značenje se u njemu konstruira, s jedne strane, usporedbom teksta s drugim tekstovima iz iste diskurzivne klase, a s druge strane, tekstovi se čitaju u svezi s društvenom stvarnošću odnosno u svezi s društvenim uvjetima njihove proizvodnje (Chalaby, 1996).

Diskurzivna konstrukcija odvija se u prostoru javnosti, u kojoj u suvremenom društvu važnu ulogu imaju mediji. U Hrvatskoj je, zbog specifične situacije stvaranja države i zbog tranzicijskih promjena, vrlo važna i konstrukcija stvarnosti koja se odvija u parlamentu. Iako je u konsolidiranom demokratskom društvu uloga medija i javnosti često dominantna nad ulogom parlamenta (što inspirira i istraživanje demokratskog deficita u ovim zemljama), u post-revolucionarnoj situaciji izgradnje države s elementima novog društvenog ugovora parlament je ključna institucija političkog života koja bi trebala omogućiti politički dijalog legitimnih predstavnika različitih političkih opcija te konsenzus oko nekih temeljnih vrijednosti i ciljeva društva koje se politički artikulira. Upravo je zato u analizi konstrukcije nove hrvatske medijske politike značajniji parlamentarni nego diskurs u medijima.

Teorijski sklop za analizu utjecaja medija na društvo

Utjecaj društva i države na medije ne iscrpljuje se u medijskoj politici, nego uključuje i utjecaj koji imaju promijenjene potrebe društvene organizacije, nove tehnologije, te promjene u kulturnim vrijednostima, društvenim institucijama ili ekonomskim sustavima. Te su promjene, međutim, postupne i većinom neplanirane, pa iako su zanimljiva i važna tema za posebnu sociološku analizu, nisu u središtu našeg sadašnjeg interesa. U komunikacijskoj teoriji pitanje utjecaja medija motiviralo je razvitak cijele discipline komunikacijskih istraživanja. Pogledajmo kratko nekoliko najvažnijih znanstvenih teorija o utjecaju medija u društvu da bismo mogli prepoznati njihove elemente u hrvatskoj normativnoj medijskoj teoriji.

rah Schiffrin, *Approaches to Discourse*, Oxford, Cambridge: Blackwell, 1994. U knjizi se opisuju pristupi analizi diskursa iz teorije govornog akta (speech act theory), interakcionističke sociolingvistike, etnografije komunikacije, pragmatike, konverzacijske analize, i varijacijske analize.

Dominantna paradigma jest **teorija ograničenih učinaka** (koja se još naziva model odlučivanja i model nagovaranja) odnosno istraživačka i teorijska tradicija koja započinje Lazarsfeldovim istraživanjima utjecaja radija 1930-tih godina. Osnovno određenje ove paradigme, koju su u doba nastanka potvrdili rezultati panel istraživanja, jest da je učinak medija u kratkom roku ograničen i moderiran utjecajem procesa selektivnosti publike i interpersonalnih odnosa (teorija o dvostupnom toku masovnog komuniciranja³). Žarište interesa "izvorne paradigme" (Katz, 1987) bilo je na istraživanju sposobnosti masovnih medija (u to doba tisk, radio i film) da utječu na odluke ljudi. Ne govori se o dugoročnom utjecaju na ljude (promjeni stavova) ili na društvo (društvene ili institucionalne strukture), nego o mogućnosti utjecaja medija na kratkoročno političko (izbori) ili ekonomsko ponašanje (kupovina). Osim što su pokazala važnost i utjecaj interpersonalnih odnosa na donošenje odluka, ta istraživanja empirijski su potvrdila da mediji "povećavaju interes, fiksiraju stavove, i ključno, informiraju elektorat" (Seaton, 1992:259).

Naknadne interpretacije panel istraživanja o političkom izboru (Lazarsfelda i drugih) međutim, nalaze da su neki rezultati o znatnom utjecaju medija ovih istraživanja ignorirani (Seaton, 1992:259). Iako su kasnije spoznaje ublažile tj. relativizirale mogućnost pojedinca da se odupre utjecaju medija (pogotovo u situacijama kad nema izbora između raznih vrsta medija, ili kad je izložen ponavljajućoj propagandi), teorija ograničenih učinaka ipak objašnjava jedan dio medijskog utjecaja.

Dominantna paradigma u drugoj generaciji istraživača dijeli se na dva pravca, tj. na proučavanju procesa selektivnosti publike razvija se teorija zadovoljavanja potreba (uses and gratifications), a varijabla interpersonalnih odnosa razvija se u istraživanje procesa difuzije inovacija. Teorija o zadovoljavanju potreba zamijenila je deterministički pristup ranijih teorija o učincima konceptom voljne uporabe medija od publike, a temelji se na pretpostavci da ljudi koriste medije radi razbibrige i odmaka od realnosti, radi razvijanja osobnih odnosa, potvrđivanja osobnog identiteta i radi informiranja (Seaton, 1992). U odnosu na političku sferu upravo je informiranje glavni cilj koji publika ima prilikom uporabe medija, prema mišljenju pripadnika ove teorije (Seaton, 1992). U idućoj generaciji istraživanje difuzije inovacija bavi se društvenim mrežama te načinima i zakonitostima prenošenja utjecaja, moći i informacija. Istraživanje zadovoljenja potreba usmjerava se u istraživanje značenja i društvenog dekodiranja medijskih tekstova (Katz, 1987).

Mora se naglasiti da je dominantna paradigma u teorijama o masovnim komunikacijama razvijena uglavnom o istraživačkoj tradiciji koja je započela u sklopu američkih matičnih akademskih i primijenjenih istraživanja tridesetih godina ovog stoljeća. Iako se usporedo s njom, bilo angažirajući je kritički ili pak u potpunom ignoriranju, razvijaju i drugi podjednako važni istraživački pristupi, oni nisu imali znatnijeg utjecaja na razvitak dominantne paradigme, koja je funkcionirala pretežno na američkoj znanstvenoj sceni. U Europi interes za medije i komunikaciju počinje tek šezdesetih godina - "Duh vremena" Edgara Morina otvara europsku novu kritičku struju temeljenu na freudovskom, marksističkom, i kritičkom naslijeđu Frankfurtske škole (Proulx, 1991). Ortodoksni konsenzus (Giddens, 1989) tako je izrastao iz američke tradicije u društvenim znanostima, ponajviše temeljen na sociologiji, ali također i na socijalno-psihološkim istraživanjima. Empiričnost, biheviorizam, pozitivizam, i funkcionalizam ključne su riječi koje se vežu uz ovu teorijsku orijentaciju. Ako zanemarimo epitepe koji u današnjoj interpretaciji sve više imaju negativnu konotaciju, naglasak domi-

³ Koncept o dvostupnom toku u kasnijim istraživanjima modificiran je tezama o višestupnom toku, varijabla informiranja zamijenjena je varijablom utjecaja, i to ne više posredovanjem voda mnijenja nego između ravnopravnih sudionika (peer group) (Katz 1987:26).

nantne paradigme svakako je na empirijskim istraživanjima na različitim razinama, a manje na teorijskim⁴ interpretacijama ili kritikama iz šireg sociološkog rakursa. Njezina je najveća slabost u tome što vrlo rijetko problematizira osnovne društvene odnose i procese, posebno u svezi s vlastitim teorijskim i metodološkim polazištima, koja su najčešće implicitna.

Teorija o ograničenim učincima masovnih medija, međutim, nije prvi početak analiza medijskog utjecaja. Kritičke analize uloge medija u društvu i u američkoj su društvenoj znanosti prethodile empirijskim analizama. Kao prvi analitičari uloge komunikacije u društvu na prijelazu stoljeća u sklopu sociologije ili srodnih disciplina spominju se John Dewey te George H. Mead, Charles H. Cooley i Robert Park (Proulx, 1991), i naravno J. S. Mill, koji je naglasio važnost slobode javne riječi u demokraciji. Zajednički im je interes za ulogu medija u funkcioniranju demokracije i bojazan od njihove negativne uloge. Prvo žarište u teorijama koje su analizirale ulogu medija jest masovno društvo, a masovni se mediji promatraju kao dio strukture moći i kao kanal kojim se perpetuiru masovno društvo. Pripadnici ovog usmjerenja percipiraju medije kao agente društvene dezintegracije (McQuail, 1988).

Važniji, pogotovo prema svom kasnijem utjecaju na kritičku teoriju, među ranim teorijskim pristupima nakon 30-tih godina jest pristup pripadnika Frankfurtske škole. Frankfurtska je škola u kritici uloge masovnih medija u suvremenom društvu polazila od ponešto različitih polazišta nego autori teorija o masovnom društvu, ali dospjela je do sličnih zaključaka o negativnom utjecaju medija i kulturne industrije, pa je kao značajno teorijsko naslijeđe uključena u mnoga alternativna usmjerenja u suvremenim analizama masovnih medija.

Katz (1987) (koji, *nota bene*, piše sa stajališta pripadnika "dominantne paradigme") suvremene alternativne paradigme svrstava u tri skupine, a osnovna im je zajednička karakteristika da medijima pripisuju veći utjecaj negoli dominantna paradigma. Razlike su uglavnom u načinu utjecaja, u području u kojem se utjecaj iskazuje, ali i u pitanjima koje postavljaju. Također, Katz (1987) tvrdi da alternativne paradigme angažiraju u svojoj kritici samo prvi krug istraživanja i teorijskih pristupa "dominantne paradigme", a zanemaruju pravce istraživanja i pristupe koje ona razvija u kasnijim istraživanjima, gdje se na mnogim područjima istraživanja njihovi interesi susreću i nadopunjuju. Zato i različite suvremene kritike iz alternativnih rakursa često promaše cilj (cf. Rosengren, 1989, Berger, 1989)

Institucionalna paradigma, koju nazivaju još i političkom ili kognitivnom, promatra ulogu medija kao prenosioca informacija u političkom sustav (Katz, 1987:28). Osnovna zamjerka ovog usmjerenja dominantnoj paradigmi jest da ona (tj. teorija o ograničenim učincima) medije drži agentima persuazije, a zanemaruje njihovu ulogu u kreiranju javnosti odnosno funkciju informativnog kanala u političkom prostoru. Kritika također zamjera dominantnoj paradigmi preusko definiranje politike samo kao čina glasovanja, te s tim povezanog umanjivanja utjecaja medija u politici općenito. Institucionalna paradigma naglašava ulogu medija u ograničavanju i formiranju percepcije publike, odnosno funkciju "agenda settinga", kojom mediji dolaze u položaj da određuju kontekst u kojem će se neke informacije ili događaji poimati. Time mediji u institucionalnoj paradigmi publiku usmjeravaju "o čemu da misli" (Katz, 1987:28). Za razliku od kritičke paradigme ovo usmjerenje ne drži ulogu medija u definiranju perceptivnog sklopa isključivo negativnom, nego je povezuje i s pozitivnom ulogom medija u konstrukciji društvene realnosti (Katz 1987:29). Empirijska istraživanja vođena ovom pretpostavkom pokazala su da medijski naglasci na određenim političkim pitanjima, ili

⁴ Tako DeFleur u predgovoru svoje knjige *Theories of Mass Communication* (1970) kaže da se područje istraživanja masovnih komunikacija jedva približava vremenu u kojem je moguća teorijska integracija, te da je to "vjerojatno jedno od najmanje teorijskih područja istraživanja koja zaokupljaju pažnju suvremenih pisaca i analitičara" (1970:xv). Ova konstatacija odnosi se na razdoblje do kraja 60-tih godina, iako se i u novijim interpretacijama također zamjera komunikacijskoj disciplini da premalo koristi spoznaje i teorijske sklopove srodnih područja, ponajprije sociologije (Hall 1989).

pažnja koju im posvećuju, utječu na javna shvaćanja o važnosti pojedinih pitanja i tako zaista utječu na formiranje agende javnog mnijenja. Agee i drugi (1985) upozoravaju na činjenicu da je temeljna ideja o medijima koji formiraju sklop za razmatranje stvarnosti prisutna već kod Waltera Lippmanna, a njegova se knjiga "Public Opinion" iz 1922. godine drži prvom modernom knjigom o medijima (Proulx, 1991). Agenda-setting pristup posebno je značajan 70-tih godina, kad taj pristup postaje jedno od vodećih područja istraživanja u masovnim komunikacijama (Agee et al., 1985). Suvremena komunikacijska teorija drži da je dugoročan medijski utjecaj na stvaranje određene društvene klime ili političkog usmjerenja neosporan (kao primjer potvrde za to navodi se liberalna revolucija u Portugalu, te promjene u nekim zemljama Srednje i Istočne Europe), iako teško empirijski dokaziv⁵ (Seaton, 1992). Pitanje na koje komunikacijska teorija još nije odgovorila jest je li utjecaj medija u situacijama korjenitih društvenih promjena (kao što su revolucije, pa bile one i baršunaste) zaista jači (na primjer zato što se sužavaju drugi izvori informacija) (McQuail, 1994), zato što se tada pojačava integrativna funkcija medija, ili se u takvim situacijama mediji najlakše proglašuju krivcima (ili pak zaslužnima)?

Pretpostavka da mediji formiraju agendu za mišljenja ljudi polazna je osnova i **kritičke paradigme**, ali su njezini predstavnici radikalniji u kritici dominantne paradigme i medijskog utjecaja, tvrdeći da mediji određuju ne samo što trebamo misliti, nego i što ne trebamo misliti. Tako se teme koje nisu poželjne establishmentu uopće i ne pojavljuju na dnevnom redu medija (a tako ni u javnoj raspravi). Prema mekšim pripadnicima kritičke struje, to se ne događa zbog konspiracije između odgovornih u medijima i elita (kao što bi to tvrdila teorija hegemonije kao predstavnica radikalne kritičke teorije), nego zbog strukture procesa društvene proizvodnje vijesti zbog kojeg se mediji pojavljuju kao tvoritelji društvene zbilje (Hall, 1989). U kritičkoj teoriji dominantno je stajalište o jakim medijskim učincima, ali se oni ne traže u ulozi medija kao poticatelja društvene promjene (što su istraživali Lazarsfeldovi sljedbenici) nego kao perpetuatora *statusa quo* (koji je iz perspektive kritičke teorije nepoželjan). Tako je osnovni moto kritičke paradigme da mediji određuju "ono što ne mislimo i o čemu ne mislimo" (Katz, 1987:31).

Tehnološka paradigma također polazi od pretpostavke da mediji utječu na društvo. Njihova je specifičnost u uzroku, koji se traži u medijskim tehnologijama, a osnovni je utjecaj na društvenu organizaciju. Ova paradigma, koja u svojim izvorima uključuje Torontsku školu i McLuhanovu teoriju, ne angažira uglavnom određenja paradigme ograničenih učinaka, nego se usmjerava na pitanja učinaka u društvenoj organizaciji. Dakle, učinak medija na društvo nije samo u tome što oni definiraju što da mislimo, nego i "kako da mislimo" (Katz, 1987:33). Ključno mjesto takvih pristupa dobro ilustrira McLuhanova teorija da komunikacijski mediji, bez obzira na sadržaj koji njima kola, utječu na društvo i društvenu organizaciju svojim dominantnim oblikom.

Suvremeni pandan teorijama koje u medijima vide faktor koji utječe na cjelokupnu društvenu organizaciju (ali moglo bi se govoriti i o suvremenom pandanu teorijama o masovnom društvu, iako drukčije konceptualiziraju odnos pojedinca i medija), koje se temelje na shvaćanju medija kao proizvođača dominantnog svjetonazora i pseudorealnosti, možemo pronaći u osnovnim tezama o postmodernom društvu, u kojima se komunikacijskim medijima pridaje središnje mjesto u perpetuiranju "virtualne" (ne)stvarnosti i simbola nasuprot realnosti.

Bliza sociološkom poimanju možda je tipologija škola/paradigmi u masovnim komunikacijama koju je na temelju Burrell-Morganove⁶ tipologije škola u sociologiji razvio McQuail

⁵ Rosengren (1983) međutim spominje rezultate nekoliko švedskih empirijskih istraživanja o odnosu medijskog sadržaja i promjene političkih vrijednosti.

⁶ Burrell & Morgan, 1979, Sociological paradigms and organisational analysis, navedeno prema Rosengren, 1989:23.

(1988).⁷ Vertikalna dimenzija iz Burrel-Morganove tipologije (koja govori o stavu o društvenoj stvarnosti, te ide od konfliktnog do konsenzualnog, odnosno od težnje za promjenom do konformističkog stava) McQuail naziva dimenzijom moći, a ona ima dva pola: **dominaciju i pluralizam** u promatranju osnovnih karakteristika društvene stvarnosti. Horizontalna dimenzija iz Burrel-Morganove tipologije (koja se odnosi na pristup znanosti i kreće se od objektivnog do subjektivnog pristupa, uključujući i različite empirijske pristupe istraživanju, odnosno njihove metodologije) zamijenjena je **dimenzijom promjene**, a obuhvaća onaj dio komunikacijske teorije koji u odnosu na društvenu promjenu promatra ili medije ili društvo kao glavne pokretače. S obzirom na ovaj kriterij podjele, većina teorija o masovnim komunikacijama ipak primat agencije u društvenoj promjeni daje medijima, odnosno koncipira medije kao onaj faktor koji utječe na društvo (o razlikama između tih koncepcija već je govoreno). Društveni determinizam uglavnom se nalazi u nekih vrsta neomarksističkim teorija, na primjer u teoriji političke ekonomije koja naglašava da je ekonomski udjel vlasništva odlučujući u strukturiranju medijskih institucija i sustava.

McQuail dodaje i treću dimenziju koja se odnosi na društvenu integraciju, a ulogu medija u društvu promatra kroz **centrifugalne ili centripetalne sile**.⁸ Centrifugalne i centripetalne tendencije koje se povezuju s medijima uključuju stavove o vrijednostima koje karakteriziraju jednu ili drugu tendenciju. McQuail tako u centrifugalne tendencije utjecaja medija ubraja ideje promjene, slobode, različitosti i fragmentacije, a centripetalne tendencije uključuju poredak (order), kontrolu, jedinstvo i koheziju (McQuail, 1988:59). Ove dvije tendencije u teorijama o masovnim komunikacijama mogu se promatrati kao pozitivne, ili kao negativne te se na taj način teorije prema ovom kriteriju svrstavaju u četiri osnovne grupe. Dvije su teorije koje naglašavaju centripetalnu tendenciju medija: s jedne je strane funkcionalizam koji je promatra kao pozitivnu u skladu sa svojim pozitivnim stavom o društvenoj integraciji; negativna evaluacija ove tendencije, u obliku kritike homogenizirajućih i manipulativnih tendencija medija, pojavljuje se kao dominantna u kritičkoj teoriji i školama o masovnom društvu (McQuail, 1988:60). Pozitivnu integracijsku funkciju medija u društvu (centripetalne sile) naglašavaju i teorije koje se bave analizom rituala (koji ima funkciju stvaranja zajedništva, socijalizacije i povezivanja ljudi u društvu).

Centrifugalne tendencije također se promatraju i kao pozitivne i kao negativne; prvi stav naglašava se u pluralističkim teorijama i teorijama individualističkog usmjerenja, a one pozitivnu ulogu medija ističu u modernizaciji, pokretljivosti i slobodi. Takve su upravo teorije modernizacije, na vrhuncu 50-tih i 60-tih godina. Uz konceptualizaciju uloge medija u razvitku "nerazvijenih" odnosno "zemalja u razvoju", pripadnici ovog usmjerenja zanimali su se i za općenitiju ulogu masovnih (i drugih) medija komunikacije u tradicionalnim i modernim društvima. U ovim teorijama prevladava stav o pozitivnom djelovanju medija u društvu, te one na izrazit način predstavljaju dominantnu paradigmu u komunikacijskim teorijama temeljenu na modelu društvene formacije američkog društva (Mowlana, 1990). Negativna ocjena centrifugalnih tendencija veže se uz teorije o disfunkcionalnosti, koje naglašavaju promjenu kao društveni nered, a uz koncepte kao što su "izolacija, alicjenacija, gubitak vrijednosti, ranjivost" (McQuail, 1988:60).

Podjela teorija prema dimenziji moći, odnosno prema konceptima dominacije ili pluralizma s jedne strane otkriva teorije koje medije vide u svezi s društvenom kontrolom i centralizacijom. Koncepti dominacije najčešći su u kritičkim, neomarksističkim teorijama ili teorija-

⁷ Nakon Rosengrena (1983) koji je prvi to učinio za komunikacijsku disciplinu.

⁸ U drugom izdanju knjige McQuail (1988) za ovu dimenziju kaže da donekle preklapa vertikalnu dimenziju moći, no u trećem izdanju (1994), koje je znatno promijenjeno potpuno izdvaja integracijsku/dezintegracijsku dimenziju iz grafičkog prikaza, te je prikazuje s više pažnje i odvojeno od prethodne dvije.

ma političke ekonomije, gdje se izvori kontrole i hegemonije traže u području politike ili ekonomije. Dominacija i kontrola najčešće se promatraju kao negativne tendencije. Na strani pluralističkih teorija nalazimo one teorije koje naglašavaju pozitivne mogućnosti medija u pluralizmu informacijskih izvora i raznolikosti poruka, mogućnosti njihova slobodnog izbora od publike i pojedinaca. Ova teorijska dimenzija naglašava ulogu medija u odgovoru na potrebe ljudi, te je ne promatra kao oduzimanje kontrole od građana, nego upravo obratno.

Normativne teorije za razlikovanje medijskih sustava

Prve normativne teorije o medijima poznate su kao "četiri teorije o tisku"⁹, u kojima normativne medijske teorije odnosno medijski modeli uglavnom odgovaraju osnovnim političkim uređenjima koja su prevladavala u svijetu. Na strani demokratskih sustava tu su dvije normativne teorije: libertarijanska teorija o slobodi tiska i teorija društvene odgovornosti.

Libertarijanska teorija ili teorija "slobodnog tiska" u povijesnom slijedu dolazi nakon autoritarne teorije (koja je primjenjivana u europskim monarhijama i u 18. i 19. stoljeću), te je prva normativna teorija koja se primjenjuje u uvjetima suvremene liberalne demokracije; u njoj su liberalni elementi (temeljne slobode govora i poduzetništva) naglašeniji od demokratskih (jednakost). Ključna riječ ove teorije jest sloboda kao sloboda govora, sloboda objavljivanja i primanja informacija, poduzetništva u medijskom području, i slobodan protok informacija. Libertarijanska teorija tiska temelji se u cijelosti na liberalnoj političkoj teoriji, na stavovima autora kao što su Milton (u *Aeropagitici*) i J. S. Mill (*On Liberty*) (McQuail, 1994). U praktičnom smislu primjene u izgradnji medijskog sustava teorija je prvi put primijenjena u SAD-u, pa i danas čini temelj velikom dijelu američkog modela komunikacijskog sustava. Prema ovoj teoriji tržište regulira razmjenu istine i postizanje društvenog dobra, a kritičari kažu da ne uvažava dovoljno ograničenja koja pred sustav tržišta postavljaju koncentracija i monopolizacija, koje uzrokuju nejednake šanse pristupa tržištu i političkoj moći. Libertarijanska teorija ne vjeruje u intervencije države u funkcioniranje medija, pa iako je ovo načelo danas prihvaćeno za tiskane medije u svim zemljama suvremenih liberalnih demokracija, u području elektroničkih medija ono ima više različitih manifestacija. U čistom obliku to načelo rezultira tržišnim odnosno komercijalnim sustavom televizijskog emitiranja kakav se u obliku dominantnog modela razvio upravo u SAD-u (no i tamo je modificiran te dopunjava elementima teorije društvene odgovornosti i javnog interesa).

Među modernim normativnim teorijama o ulozi i funkciji medija u društvu, teorija "slobodnog tiska" također je izvedena na kategorijama liberalne teorije. Ta teorija ima pretenzije da se odnosi na sve države liberalno-demokratskog tipa, te navodi načela koja bi trebala biti zadovoljena da bi se medije moglo proglasiti "slobodnim". Ta načela odnose se na sadržaj medija (bez prethodne cenzure, bez prisile o objavljivanju ili neobjavljivanju), na skupljanje i distribuciju informacija (oboje mora biti slobodno i neometeno), na status novinara koji mora biti zaštićen i relativno autonoman (McQuail, 1988). Ova načela također su i temelj medijskom zakonodavstvu odnosno međunarodnim ugovorima Vijeća Europe kao i Europske unije, te predstavljaju i mjerilo prema kojemu ove integracijske institucije procjenjuju demokratski napredak novih demokracija. Sa stajališta suvremenih medijskih politika koje propagiraju europske integracijske institucije, liberalno načelo pohvale različitosti, koje u međusobnom prepletanju omogućuju društveni razvitak, manifestira se kao zagovaranje vlasničke i programske pluralnosti u medijskom sustavu koji omogućuje izražavanje i dijalog suprotnih ili različitih koncepata i društvenih grupa. U liberalnoj teoriji koncept pozitivnosti suprotnosti također se povezuje s društvenim napretkom, a ideološko mu je izvorište opet u slobodi

⁹ Ove teorije prezentirane su 1956. godine u knjizi pod istim nazivom autora F. Sieberta i drugih. Navedeno prema McQuail, 1994.

pojedince. U suvremenoj pak manifestaciji "bogatstvo u različitosti" možemo također povezati i s konceptom demokracije, gdje pojam jednakosti pretpostavlja i jednaku mogućnost primjene temeljne slobode izražavanja.

Teorija društvene odgovornosti (Social Responsibility Theory) promovirana je u SAD-u u djelatnosti US Commission on the Freedom of the Press od 1947. godine. Iako i ova teorija ima liberalne korijene, uz slobodu izražavanja i poduzetništva naglašava i društvenu ulogu medija, odnosno njihovu društvenu odgovornost. Odgovornost se ne iskazuje samo u visokim standardima profesije (koji su ovdje samoregulirajući), kao što su istinitost u izvještavanju i nesenzacionalizam, nego se radi pitanja javnog dobra i društvenih potreba priznaje mogućnost društvene regulacije medija. Društvena regulacija odnosno intervencija moguća je u ograničenom opsegu, a odnosi se, na primjer, na kriterije za dodjelu koncesija za komercijalno emitiranje televizije i radija. Ovi kriteriji obuhvaćaju potrebu da mediji zadovoljavaju neko opće dobro. Regulacija kvalitete medijskog sadržaja prepušta se tako samoregulirajućim procesima u profesionalnim udruženjima novinara i izdavača/TV kuća. Osnove ovog modela, nedvojbni doprinos standardima tiska i novinarstva općenito, preuzete su u većoj mjeri u zapadno-europskim zemljama.

U nedemokratskim režimima apliciraju se dva temeljna modela: autoritarna teorija medija i sovjetska teorija medija. Autoritarna teorija odgovara autoritarnim društvima ili diktaturama, a počiva na postojanju prethodne cenzure medija i različitih kontrola i ograničenja u medijskom sustavu koje postavlja država. Zaštita postojećeg poretka (i onih koji ga obnašaju) dominantan je cilj ovog modela, za koji McQuail (1994) drži da se ponekad primjenjuje i u demokratskim državama za vrijeme izvanrednog ili ratnog stanja.

Kao posljednja od četiri prve normativne medijske teorije, sovjetska medijska teorija obilježava onaj medijski sustav koji je kreiran u Sovjetskom Savezu nakon 1917., a kasnije je proširen i na zemlje istočnog bloka, a prema kojemu mediji imaju jasnu ulogu transmisije stavova i informacija komunističke partije. Uloga medija u sklopu ove teorije pozitivno se promatra kao promotora obrazovanja i kulturnog, društvenog i ekonomskog razvitka. Uloga medija kao institucije od posebne društvene važnosti te novinara kao "društvenih radnika" poznata je i iz naše povijesne medijske prakse. S ovakvom ulogom medija u svezi je i karakteristika ukupnog komunikacijskog sustava koji priznaje samo jedan izvor značenja (pogotovo u području politike), a prostor javnosti nije otvoren za različite definicije stvarnosti. U praksi socijalističkih medijskih sustava na djelu su bile kombinacije autoritarne i sovjetske teorije u različitim omjerima, ovisno o zemlji ili o razdobljima popuštanja ili pojačavanja represivnih tendencija. Iako je jasno da nakon 1989. godine sovjetska normativna teorija medija više ne postoji u svom ranijem obliku i čini se da je demokratska varijanta sasvim prevladala (bilo u svom libertarijanskom obliku ili u obliku teorije o društvenoj odgovornosti tj. public service modelu), autoritarne tendencije u medijskim sustavima nisu iščeznule ni u zemljama s demokratskim predznakom, a kamoli u zemljama bez njega. Promjene se, međutim, događaju i u onim modelima koji su opstali nakon vala demokratizacije u svjetskim razmjerima, koji je obilježio početak zadnjeg desetljeća 20. stoljeća, i to ne samo pod utjecajem političkih ili ekonomskih promjena, nego i pod utjecajem tehnološkog razvitka i različitih integrativnih procesa koji su u raznim dijelovima svijeta promijenili globalne odnose.

Različiti autori ponudili su kasnije i druge varijante normativnih medijskih teorija, koje su uglavnom na isti način u vezi s dominantnim društvenim uređenjem i političkim sustavom kao i četiri teorije o tisku. U sedamdesetim godinama osnovni koncept nešto su proširili Merrill i Lowenstein (1979,¹⁰ u: Nordenstreng, 1997) pa je karakterizacija medijskog sustava osim prema vlasničkim odnosima (privatno, različitih stranaka, ili državno) upotpunjena s

¹⁰ Merrill, John & Lowenstein, Ralph I. (1971) *Media, Messages, and Men: New Perspectives in Communication*. New York: David McKay.

pet filozofija o tisku: autoritarna s negativnom državnom kontrolom; socijalno-autoritarna; socijalno-centristička s pozitivnom državnom kontrolom; libertarijanska bez državne kontrole; i socijalno-liberalna s minimalnom državnom kontrolom. Sredinom osamdesetih nadodan je još jedan koncept: teorija socijal-demokracije koja bi trebala odgovarati skandinavskom modelu državne intervencije u medijski sustav koja je motivirana zaštitom slobode medija. Možda je u to doba najozbiljniji izazov konceptu o različitom političkom utjecaju režima na medije bio Altchullov stav o tome da su mediji uvijek u službi političke moći, no i on je klasificirao medijske sustave prema tipu političkog poretka (Nordenstreng, 1997).

McQuail (1994) kao svoj doprinos ovoj temi ponudio je još razvojnu medijsku teoriju (a osnovna joj je karakteristika ipak autoritarnost) koja bi trebala objašnjavati sustav u zemljama u razvoju koje su u nepovoljnom položaju zbog socio-ekonomskog (ne)razvoja ili (neo)kolonijalne dominacije, te demokratsko-participativnu medijsku teoriju koja naglašava u normativnom dijelu potrebu za alternativnim, lokalnim, participativnim medijima (a u političkom smislu možemo je povezati sa suvremenim teorijama participativne demokracije) i odražava razočaranje i libertarijanskom teorijom i teorijom o društvenoj odgovornosti medija.

Političke revolucije u Istočnoj Europi i bivšem Sovjetskom Savezu, obnovile su interes za pitanje moguće kategorizacije osnovnih normativnih medijskih teorija. Noviji pristupi normativne modele ne promatraju kao isključive, odnosno ne teže tome da neki medijski sustav u cijelosti svrstaju u samo jednu normativnu teoriju, nego nude pet tipova normativne teorije koji mogu istodobno postojati i unutar jednog medijskog sustava (Nordenstreng, 1997). Prva je liberalno-individualistička, i predstavlja čisti rani liberalni koncept u kojem je dominantan individualni interes ali ne postoji pravo javnosti. Paradigma društvene odgovornosti, kao druga, korespondira više s već opisanom teorijom istog naziva, ali Nordenstreng u ovoj paradigmi naglašava pitanje zajednice i društveno koncipiranje zajedničkog dobra (kao suvremenog zastupnika ovog koncepta citira Rawlsa). U kritičkoj paradigmi uz poznata stajališta naglašava taj autor i važnost alternativnih medija na lokalnoj razini, a na međunarodnoj razini povezuje je sa zastupnicima Novog svjetskog informacijskog i komunikacijskog poretka (NWICO-a). Administrativna paradigma odnosi se na filozofije uglavnom "kvalitetnih" medija (citira ovdje The New York Times i BBC), a obuhvaća profesionalizam medija u službi političkih ili ekonomskih elita, bez većeg zanimanja ovakvih medija za šire građanstvo. Na kraju je paradigma kulturnog pregovaranja, inspirirana kulturnim studijama i teološkom¹¹ medijskom teorijom, koja isključuje koncepcije univerzalne racionalnosti i objektivnog informiranja, a zalaže se za intersubjektivnost, zajednicu i pregovaranje o kulturnim vrijednostima između različitih sub-kulturnih skupina.

Ako dominantnu paradigmu o slabom i moderiranom utjecaju medija, koja izvire iz američke akademske scene, dovedemo u svezu s američkom medijskom politikom koja počiva na konceptu slobodnog protoka informacija i individualne inicijative odnosno privatnog poduzetništva u području medija, mogli bismo tvrditi da se ona vodila određenjem u kojem utjecaj medija nije ni izravan, ni jak, pa tako ni državna politika (kontrola) nije potrebna osim da regulira dodjelu frekvencija. U skladu s tim se i razvila američka normativna medijska teorija, koja zaštitu slobode medija u cijelosti temelji na 1. članku Amandmana na američki ustav, tj. Povelju o pravima (The Bill of Rights), a koji zabranjuje Kongresu da donosi zakone koji bi ograničili slobodu govora ili tiska (Strossen, 1993). Donošenje bilo kakvih posebnih zakona koji bi se bavili regulacijom tiska, uključujući ovdje i postavljanje od države bi-

¹¹ U Hrvatskoj je malo poznato da se u sklopu vjerskih organizacija, posebno katoličkih, vrlo njeguje komunikacijska teorija te da je nekoliko svjetskih organizacija u ovom području vrlo aktivno. Među najpoznatijim časopisima koji ipak obuhvaćaju cijelo područje komunikacija jest *Communication Research Trends*, a izdaje ga Centre for the Study of Communication and Culture, Saint Louis University; pa zatim *Action Newsletter*, a izdaje ga WACC - World Association for Christian Communication.

lo kakvih standarda u pitanjima novinarskih normi, u suprotnosti je s dominantnom filozofijom o potrebi za slobodnim protokom informacija u demokratskom društvu. Osim u području elektroničkih medija, gdje se dodjeljivanje frekvencije za emitiranje uređuje posebnim zakonom¹² (a koji također sadržava i anti-monopolne odredbe), sva pitanja koja se u europskom zakonodavstvu normiraju zakonima o tisku (kao što je to na primjer pitanje uvrede ili objavljivanja ispravaka, zaštite privatnosti ili nacionalne sigurnosti) u SAD-u se na temelju 1. amandmana rješavaju u sudovima. U skladu s karakterom pravnog sustava (tzv. common law koji se primjenjuje i u Velikoj Britaniji, a počiva na konceptu presedana kojim sudske odluke interpretiraju pravo i imaju obvezujuću snagu za buduće slučajeve) pravna norma, odnosno doseg i interpretacija obuhvata i dosega zaštite govora i drugih tipova izražavanja te tiska razvija se u skladu s društvenim vrijednostima. U interpretaciji sudova čak se i rasistički govor ili govor mržnje štiti 1. amandmanom, i to stoga što su do sada sudovi uvijek držali da bi se ograničavanjem slobode govora proizvela puno veća šteta za društvo.

U europskom slučaju države su se rukovodile vjerovanjem u jak medijski utjecaj, napose elektroničkih medija, pa su i njihovi sustavi medijskih politika ove medije podvrgnuli kontroli države, razvijajući nacionalne radiodifuzne monopole. U europskoj tradiciji postoji i posebna kodifikacija medija odnosno područja javne komunikacije. Djelomično bismo to mogli objasniti i drukčijom pravnom tradicijom na zasadama rimskog prava, u kojima je zakonski sklop relativno čvrsto definiran i manje podložan sudskim interpretacijama. Za razliku od američke sudske prakse u vezi s medijima, koja se u većini slučajeva temelji na interpretaciji 1. amandmana, u europskoj nacionalnoj praksi sudjeluju i posebni medijski, ali i krivični zakoni.

Elementi hrvatske normativne medijske teorije

Konstrukcija hrvatske medijske politike (te u pozadini tog pragmatičnog cilja i normativne medijske teorije) odvijala se u razdoblju 1990.-1996. godine u zakonodavnim i drugim raspravama o medijima u hrvatskom Saboru. U tom su razdoblju pitanja iz medijskog područja na dnevnom redu zakonodavnog doma Sabora¹³ bila 26 puta, rasprave o njima zabilježene su na ukupno 987 stranica fonograma, a raspravljalo se na temelju 689¹⁴ stranica izvješća i zakonskih prijedloga s komentarima. Analiza rasprava koje su u povodu ovih zakonskih prijedloga vođene u Saboru Republike Hrvatske otkriva nam vjerovanja o poželjnoj ulozi medija u Hrvatskoj, o njihovom mogućem utjecaju, kao i u odnosu medija, društva i države.

Rasprave o medijima u Saboru inicirane su zakonodavnim prijedlozima, izvješćima o Hrvatskoj radioteleviziji, a bilo je i nekoliko zastupničkih inicijativa koje, međutim, nisu angažirale širu raspravu. Tri su osnovne grupe zakona koji su razmatrani, a u analiziranom razdoblju usvojeno je ukupno 8 zakona iz područja medijske politike. Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji doživio je ukupno 5 izdanja (1990, 1991, 1992, 1993, i 1996). Druga je grupa zakona o javnom informiranju koja uz prijedloge neusvojenih zakona (o tisku iz 1991. godine te o pravu na javnu informaciju i slobodu javnog komuniciranja iz 1995) uključuje i dva izdanja Zakona o javnom informiranju (1992) odnosno priopćavanju (1996). Treća je grupa zakona o

¹² Posebno je kodificirano još i pravo na informaciju u posjedu državne ili javne vlasti (kroz Freedom of Information Act), kojim se definiraju i izuzeci od ove obveze.

¹³ Moja analiza obuhvatila je nakon 1992. godine samo zakonodavni dom, tj. rasprave Zastupničkog doma Sabora. U prvom sazivu Sabora do 1992. godine obuhvaćena su sva tri vijeća koja su podjednako sudjelovala u zakonodavnom aspektu - Vijeće općina, Vijeće udruženog rada, i Društveno političko vijeće.

¹⁴ Ovdje nije uključen prijedlog prvog Zakona o HRT-u iz 1990. godine koji nije bio dostupan u dokumentaciji Sabora.

radiodifuziji, a uključuje i konačno usvojeni Zakon o telekomunikacijama (1994) te prijedlog Zakona o radijskim i televizijskim postajama iz 1993. godine.

Najčešća točka dnevnog reda bila je HRT, bilo da se radilo o promjeni zakona ili o izvješćima Upravnog odbora, direktora, ili Vijeća Hrvatske radiotelevizije, a u jednom slučaju i o programskoj politici. Izvješćima Vijeća ili Uprave Hrvatske radiotelevizije posvećeno je 38 % od ukupne rasprave u cijelom analiziranom razdoblju, zakonima o HRT-u još 23 %, zakonima iz područja informiranja 25 %, zakonima o radiodifuziji 13 %, a ostalo je vrijeme utrošeno na različita imenovanja u vijeća te na zastupničke intervencije.

Iz dinamike prijedloga i tema mogu se odčitati prioritete nove hrvatske medijske politike. Naime, nacionalna radiotelevizijska kuća, HRT očito se drži najvažnijim medijem u Hrvatskoj, te je promjeni ovog zakona pristupljeno odmah nakon prvih višestranačkih izbora. U idućoj godini držalo se potrebnim donijeti zakon koji definira opće uvjete slobodnog tiskanja (što je u idućoj, 1992. godini prošireno na cijeli sustav javne komunikacije). Još je jedna godina prošla prije negoli je na dnevni red stavljeno pitanje de-regulacije elektronskih medija, odnosno mogućnost dobivanja koncesije za privatne TV i radiostanice.

Tri su temeljna zakona koja definiraju medijski sustav u Hrvatskoj: **Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (1996)**, **Zakon o telekomunikacijama (1994)**, i **Zakon o javnom priopćavanju (1996)**. Ova tri temeljna zakona definiraju pravila ponašanja u medijskom sustavu, određuju temeljna načela medijskog sustava i medijske politike te definiraju osnovne institucije i tijela koja se s različitim ingerencijama pojavljuju u provođenju ili kreiranju politike za medije i u medijima u Hrvatskoj.

Kao polazne točke koje određuju smjer politike možemo uzeti dva osnovna dokumenta: **Rezoluciju o prihvaćanju akata Vijeća Europe o slobodi izražavanja i informiranja**¹⁵ koju je donio Sabor Republike Hrvatske u studenom 1990. godine, te relevantne točke **Ustava RH** (napose članak 38. koji definira temeljna prava na slobodu mišljenja i izražavanja te posebno spominje slobodu tiska i slobodno osnivanje medijskih organizacija). U ovim dokumentima definiraju se načela na kojima bi se trebala razvijati hrvatska medijska politika (Rezolucija) te šira načela slobode mišljenja i informiranja.

Rezolucija je naglasila političko opredjeljenje za razvitak medijskog sustava u Hrvatskoj na temelju europskih standarda u ovom području te je obvezala Vladu da sve zakonske prijedloge i mjere temelji na usvojenim standardima slobode medija u toj rezoluciji. Naglašen je status slobode informiranja i izražavanja kao temelj svake prave demokracije, koji je izričito povezan s člankom 10. Europske konvencije o ljudskim pravima. Navedena su temeljna načela na kojima treba počivati buduća hrvatska medijska politika, među kojima je naglašena potreba zaštite medija od bilo kakva arbitrarnog ograničenja komunikacijskih procesa te potreba za zaštitom medija od mogućnosti državne kontrole. Također je navedena potreba zaštite medijskog sustava od monopola, nužnost programske neovisnosti medija, obveza države da pruži tražene službene informacije. Država je također obvezana da potiče raznolikost medija i pluralnost izvora informacija, te da sve medije tretira na isti način. Temeljna načela uključila su i zaštitu privatnosti te ulogu sudova u pitanjima povreda temeljnih prava.

Nakon usvajanja Rezolucije, Sabor je usvojio i novi **Ustav Republike Hrvatske**, u kojem se među temeljnim slobodama i pravima građana, u članku 38., izričito definira i sloboda izražavanja i informiranja. Ovaj članak Ustava, kao temeljni zakon države, garantira slobodu mišljenja i izražavanja, koja uključuje izričito i slobodu tiska i drugih komunikacijskih medija,

¹⁵ "Rezolucija o prihvaćanju akata Vijeća Europe o slobodi izražavanja i informiranja" usvojena je 7. studenog 1990. Akti koji su usvojeni jesu Rezolucija 428 (1970) s Deklaracijom o sredstvima javnog priopćavanja i ljudskim pravima, Preporuka 834 (1978) u svezi opasnosti koje prijete slobodi tiska i televizije, Preporuka Br. R(81)19 s Aneksom (1981) o pristupu informacijama u posjedu javne vlasti i Deklaracija o slobodi izražavanja i informiranja (1982).

slobodu javnog nastupa i slobodu osnivanja svih institucija javne komunikacije. Isti članak zabranjuje cenzuru te novinarima garantira slobodu informiranja i pristupa informacijama. Također je garantirano pravo na ispravak svakome kome je povrijeđeno koje ustavno pravo.

Zanimljiva je usporedba jačine zaštite slobode izražavanja i medija koja je usvojena u Rezoluciji i u Ustavu. Naime, visoka razina zaštite medija od državne intervencije koja je sadržana u Rezoluciji ("zakonsko jamčenje nezavisnosti štampe i ostalih sredstava komuniciranja od kontrole države") nije ponovljena u relevantnom članku Ustava. U Ustavu nije ponovljena obveza jednakog tretiranja medija i novinara pred izvorima informacija ("ravnopravnost sredstava informiranja pred izvorima informiranja") te obveza države da i aktivno potiče i štiti medijsku neovisnost i raznolikost ("obveza države da maksimalno potiče raznolikost sredstava priopćavanja i pluralitet izvora informiranja"). Ovo bismo mogli komentirati kao nedostatak volje da se visoka razina zaštite medijskih prava i sloboda koja je predviđena u Rezoluciji (koja je u krajnjoj liniji samo "meki" zakon, tj. izraz političke volje) ozakoni i temeljnim zakonom države, Ustavom. Veći dio ovih odredbi i zahtjeva ugrađen je ipak u relevantno zakonodavstvo koje regulira hrvatski medijski sustav.

Medijska politika u Hrvatskoj uglavnom se bavila uspostavljanjem sustava i elementima koji pripadaju sferi političkoga. Među ciljevima politike u području medija naglašeno je usklađivanje medijskog sustava s demokratskim političkim poretkom odnosno višestranačkim političkim sustavom te s činjenicom državne neovisnosti i nacionalne emancipacije. Ovi ciljevi često se i izravno spominju u obrazloženjima zakonskih prijedloga iz područja medija. Državni interes odnosno državni suverenitet posebno se naglašava u odnosu na elektroničke medije, pa se frekvencije emitiranja i sami mediji drže dijelom državnog suvereniteta. U ovom svjetlu treba promatrati i ograničenje mogućnosti stranog ulaganja odnosno vlasništva u elektroničkim medijima.

Ako pokušamo u hrvatskoj medijskoj politici identificirati elemente različitih shvaćanja o društvenom utjecaju medija, morali bismo zaključiti da svi akteri koji su sudjelovali u formuliranju medijske politike u razdoblju od 1990. do 1996. godine vjeruju u jak i značajan utjecaj medija. Slijedom McQuailove (1988) tipologije, mogli bismo zaključiti da se u Hrvatskoj i od medija očekuje da sudjeluju u društvenoj integraciji odnosno da se na razini poželjnih utjecaja medija očekuje da oni djeluju na uspostavljanje poretka, kontrole, jedinstva i kohezije, dakle da djeluju centripetalno. Za razliku od te, dominantne državne definicije uloge medija, postoje i drukčija očekivanja i definicije. U parlamentarnom diskursu takve su alternativna očekivanja zastupale prvenstveno oporbene stranke, a njihovo mišljenje dijeli i dio javnosti. Ta definicija očekuje od medija da omoguće pluralnost mišljenja, stavova, i političkih određenja, te se zalaže za toleranciju prema različitim (posebno oporbenim) političkim stavovima. Međutim, zanimljivo je da niti u ovoj definiciji nacionalna televizija nema ulogu nezavisnu od politike, nego se traži da jedan njezin program bude pod kontrolom oporbenih stranaka. Druga se varijanta alternativne definicije pluralizma očekuje od komercijalne televizije, a vrlo se rijetki stavovi koji se zalažu za javnu televiziju u kojoj bi programska samostalnost bila garantirana nepolitičkim upravnim ili nadzornim tijelom.

Svi ciljevi iz normativne sfere hrvatske medijske politike mogu se smjestiti u sklopu onoga što Dahrendorf (1996) definira kao ustavnu ili konstitucionalnu politiku, tj. kao stvaranje pravila ponašanja u otvorenom društvu. To također možemo nazvati i okvirima slobode, tj. uspostavljanjem osnovnih odrednica slobodnog medijskog sustava kakav treba postojati u svakoj suvremenoj demokraciji. Hrvatska medijska politika u proteklom razdoblju zadržala se u tom sklopu pretežno političkog karaktera, te se na žalost nije dovoljno posvetila pitanjima mogućeg doprinosa medijskog sustava nacionalnom kulturnom identitetu i stvaralaštvu. To je posebno vidljivo u nedostatku izrazitijih kulturnih zahtjeva državnoj televiziji i radiju, te iako su neki od ovih elemenata prisutni i u zahtjevima Vijeća HRT, nije definirana sustavna koncepcija. Također je vidljiva nedovoljna pažnja prema hrvatskom audiovizualnom

stvaralaštvu, koje nije u dovoljnoj mjeri zastupano na državnoj televiziji, a nije dovoljno ni naglašena potreba za promjenom situacije.

U raspravama o temama iz hrvatske medijske politike nalazimo dvije suprotstavljene tendencije, jednu, koja teži većoj liberalizaciji i otvaranju informativnog sustava, i drugu, koja se zalaže za veću dozu kontrole, posebno u sustavu elektroničkih medija. Potreba za ograničenjem slobode u medijskom sustavu opravdava se trima osnovnim karakteristikama. Na prvom mjestu to je sigurno karakterizacija samog medijskog sustava, koji se ocjenjuje nerazvijenim u skladu s demokratskim navikama, te se spominje nedovoljna profesionalnost novinara i medija i njihov prenaplašeni senzacionalizam koji se argumentira porastom tzv. žutog tiska. Druga karakteristika konteksta koja se naglašava jest neiskusnost građana s demokracijom i ulogom medija u njoj, te nemogućnost razlikovanja "kvalitetnog" od "žutog" tiska. Oba ova razloga u ograničenjima medijskog sustava mogli bismo interpretirati kao opravdanja, a treće se opravdanje čini legitimnim. Treće je, naime, opravdanje rat, odnosno ratno stanje ili prijeteći rat koji je bio kontekstom većem dijelu zakonodavstva u području medija u Hrvatskoj. Iako je stanje rata legitimni ograničavajući faktor za mnoge temeljne slobode, ipak se hrvatska medijska politika ne može potpuno njime opravdavati. Zakonodavstvo o kojem je riječ nije se kreiralo za ratno stanje ili opasnost (kao što je to na primjer slučaj s Uredbom predsjednika), nego za mirnodopsko razdoblje, odnosno zakoni su usvajani i predlagani s ciljem da djeluju u mirnoj, civilnoj Hrvatskoj. Stoga se i spominjanje ratnog konteksta može držati samo još jednim opravdanjem, a ne i legitimnim razlogom za ograničenje slobode medija ili njihove uloge u demokratskom društvu.

Usprkos navedenim opravdanjima kojima su se pokušala obrazložiti ponuđena ograničenja u medijskom sustavu, ipak u raspravama i usvojenim zakonima iz medijske politike prevladava opredjeljenje za slobodne medije, odnosno za poštivanje i zaštitu slobode informiranja kao neodvojiva dijela djelatne demokracije. U koncipiranju pak te slobode pokazuju se dvije suprotstavljene struje, koje bi se mogle dovesti u vezu s dvjema osnovnim filozofijama o komunikacijskom sustavu. S jedne strane i u Hrvatskoj postoje oni koji slobodu protoka postavljaju kao temeljnu i prvu vrijednost u komunikacijskom sustavu, slično na primjer dominantnoj filozofiji američke a ponajviše i europske medijske politike. U sklopu ove koncepcije, odnosno "normativne medijske teorije" živa su ona stajališta koja slobodu i liberalizaciju u medijskom i radiodifuznom protoku povezuju s demokratski usmjerenom promjenom u političkom sustavu. Ovdje također nalazimo koncepte koji povezuju slobodu medija s objektivnošću njihovih programa, i s potrebom da se mediji potpuno odvoje od područja politike, posebno od stranačke politike ili potpore pojedinim stranačkim pozicijama.

S druge je strane tendencija, za koju se može reći da je prevladala u različitim zakonskim rješenjima, o odgovornosti u komunikacijskom sustavu. Druge pristalice ove tendencije kao ključnu riječ ističu red kao uvjet slobode. Ova tendencija zasniva se na uvjerenju da sloboda javnog komuniciranja mora biti podređena drugom jačem pravu, a to je dostojanstvo osobe i zaštita njezine privatnosti. Iako je ovdje ključna riječ odgovornost, ova se tendencija samo uvjetno može povezati s teorijom društvene odgovornosti medija, jer se ona temelji na konceptu javnog dobra a ne na konceptu zaštite privatnosti kao u Hrvatskoj. Mediji se u skladu s ovom koncepcijom percipiraju kao potencijalno opasna sredstva, što je i izričito naglašeno kod zalaganja za uvođenjem obvezatnog osiguranja nakladnika koji su usporedivani s automobilima koji zbog toga što su potencijalno opasni moraju biti osigurani po sili zakona. Ako to pokušamo dovesti u svezu s medijskim teorijama, mogli bismo zaključiti da u Hrvatskoj postoji jaka bojazan od negativnog djelovanja medija, koje treba s pomoću zakona obuzdati i učiniti manje škodljivim. Ovakva bi se bojazan možda mogla povezati s propagandnom funkcijom koja je bila dosta izražena u elektroničkim medijima u prijašnjem razdoblju, no uvjerljivije bi je bilo povezati s nenaviknutošću na otvorenost komunikacijskog sustava (koju također možemo držati naslijeđem prošlosti), koji je započeo s pojavom komercijal-

nog tiska koji se nije suzdržavao rušiti uvriježena shvaćanja o privatnosti ili tabue nedodirljivosti "dužnosnika", ponekad i na "žuti" način. Mogli bismo medije kao opasnost povezati i s težnjom države da zadrži kontrolu nad komunikacijskim sustavom, pa bi se u skladu s tim stajalištem i očekivana funkcija medija mogla povezati s konzervacijom stanja, tj. s težnjom da mediji zadrže kontrolnu funkciju u društvu.

Postoji međutim i suprotno shvaćanje koje vidi ulogu medija kao poticatelja pozitivne društvene promjene, odnosno kao pomagača u razvitku slobode u društvu u cjelini. Ova druga tendencija u Hrvatskoj je povezana s konceptom slobodnog protoka odnosno slobode u komunikacijskom prostoru kao prvog i najvažnijeg načela.

U Hrvatskoj pitanje izgleda poželjnog radiodifuznog sustava nije do kraja definirano. To se može zaključiti na temelju činjenice da se pri raspravi o reguliranju komercijalnog radiodifuznog emitiranja samo manji dio rasprave vodio o pitanjima iz "normalne" medijske politike, odnosno o tome kakav se stvarni medijski sustav u Hrvatskoj želi postići. Pitanje koncipiranja odnosa javne-državne i privatnih televizija i radiostanica također je mutno, pogotovo nakon usvajanja najnovijeg zakona o Hrvatskoj radioteleviziji u kojem se ona strukturira kao trgovačko društvo i u kojem se naglašuje potreba da se ova javna televizija ustroji na tržišnim načelima, negirajući sam temelj i *raison d'être* javne televizije kao izdvojene iz tržišnog natjecanja.

Na širem planu, pitanja "normalne" politike u kojima se rješavaju sukobljeni interesi legitimnih društvenih grupa u nas se u odnosu na medijsku politiku nisu u prvoj mjeri još uopće otvorila, usprkos tome što je kompletirano zakonodavstvo u tom području. U područje normalnih društvenih normativnih medijskih teorija pripadaju ona pitanja koja su u razvitku masovnih medija najčešće okupirala javne rasprave, profesionalna udruženja ili državne institucije. To su pitanja koja pripadaju onim načelima djelovanja medija u društvu koja se drže važnima ili problematičnima, poželjnim ili nepoželjnim u odnosu na društvenu ulogu medija. Pitanja o kojima se obično radi uključuju medijsku koncentraciju ili monopol, kvalitetu vijesti, državnu sigurnost i društveni poredak, moral, komercijalizam, te kulturne aspekte autonomije ili identiteta (McQuail, 1994).

Pitanje vertikalne i horizontalne koncentracije vlasništva¹⁶ u medijima koje rezultira monopolskim situacijama postoji od prvih "baruna tiska" u Velikoj Britaniji kao i u SAD-u, ali je danas ponovno aktualizirano u odnosu na televizijsko emitiranje (primjer je Berlusconijevo medijsko carstvo u Italiji). Monopolska situacija u medijima povezuje se s ograničenjem različitosti pristupa i opcija, pogotovo u političkoj sferi, pa se i državno-monopolna situacija u medijima drži nepoželjnom. Pitanje zastupanosti različitih mišljenja, te istinitost, društvena relevantnost i nesenzacionalizam, elementi su onoga što se naziva kvaliteta vijesti. Ovo je pitanje od nastanka prvih novina stalno prisutno, te je ponekad u suprotnosti s onim što se naziva državnim interesom. Ovaj sukob najjače se izražava u kriznim situacijama, kad se pitanje državne sigurnosti ili nacionalnog interesa (na primjer u ratna vremena) sukobljava s interesom medija za pravodobnim i istinitim izvješćivanjem javnosti. Zadnjih godina bilo je različitih primjera u kojima su države ograničile dotok informacija novinarima (vrlo je pro-

¹⁶ Koncentracija općenito znači kontrolu nad proizvodnjom, zapošljavanjem, distribucijom i publikom (McQuail, 1994). Vertikalna koncentracija odnosi se na koncentraciju vlasništva nad cijelim procesom proizvodnje i distribucije medija, te na posjedovanje iste vrste medija na različitim prostornim razinama, tj. od lokalnih do nacionalnih ili međunarodnih. Horizontalna koncentracija odnosi se na vlasništvo nad medijima iste vrste koji su inače u međusobnoj konkurenciji (na primjer dva gradska lista) na jednom tržištu, ali i na vlasništva nad različitim medijima od konkerna kojemu to inače nije osnovna djelatnost. Tako vertikalna koncentracija označava situaciju u kojoj jedna organizacija u vlasništvu ima studio za proizvodnju filmova, kino-dvorane, distribucijsku mrežu, a horizontalna koncentracija očitovala bi se kad bi isti vlasnik imao novinsku kuću, radio i televizijsku stanicu.

minentan primjer opisan u literaturi Zaljevski rat¹⁷) ili su uvele posebne ograničavajuće zakone koji su dali prevagu interesu državne sigurnosti pred slobodom tiska (na primjer **Uredba o informativnoj djelatnosti za vrijeme ratnog stanja ili u slučaju neposredne ugroženosti neovisnosti i jedinstvenosti Republike Hrvatske** za vrijeme Domovinskog rata u Hrvatskoj). Iako je ratna situacija na vlastitom području drastičan primjer u kojem se dosta uvjerljivo može argumentirati ograničenje određenih vrsta informacija (posebno vojnih), u ime nacionalne sigurnosti države nastoje ograničiti objavljivanje svakojakih informacija koje označavaju državnom tajnom. Najpoznatiji primjer novinarskog neposluga (koji je rezultirao Pulitzerovom nagradom) jest otkrivanje "Pentagonskih papira" koji su bili označeni vojnom tajnom. Međutim, ovakvo pomicanje granica slobode moguće je novinarima samo u onim zemljama u kojima je infrastruktura slobode čvrsto postavljena i postoje mogućnosti njezina provođenja i zaštite.

Pitanja javnog morala i kontrole medijskih sadržaja koji ga narušavaju u novije doba najviše se bave zaštitom maloljetnika i žena. Iako je u Europi ovo pitanje već ranije riješeno zakonodavstvom, u SAD-u je nedavno predloženo novo rješenje ograničavanja nepoćudnih televizijskih programa koji eksplicitno pokazuju pornografski seks, nasilje i kriminal. Uvođenja "V chipa" (V kao violence, tj. nasilje) u televizijske prijamnike i kodiranje svih programa (od onoga koji ih emitira) trebala bi omogućiti roditeljima da na svom prijammniku ograniče sve programe koji pripadaju u grupu kodova koji im ne odgovaraju, odnosno koje ne žele učiniti dostupnima svojoj djeci¹⁸. Ovaj prijedlog izazvao je mnogo rasprava oko cenzure i slobode u medijskom prostoru, a tek će budućnost pokazati kako će se one razriješiti.

Još jedna važna kontroverzija normativne medijske teorije jest odnos između komercijalizma i socio-kulturnih vrijednosti, odnosno koliki se utjecaj smije dopustiti tržištu (koje utjecaj širi plaćenim reklamama), za koji se drži da negativno djeluje na obrazovnu ili kulturnu ulogu medija. Komercijalni interes suprotstavlja se u ovoj dimenziji javnom interesu, koji se u mnogim europskim (ali i izvan europskim zemljama, uključujući i SAD) nastoji zadovoljiti u javnim modelu emitiranja (public service). Ovo pitanje rješavaju nacionalne države izborom medijskih sustava, tj. kombinacijom javnih medija s privatnima.

Pitanje identiteta i kulturnih posebnosti postavlja se kao kontroverzno pitanje medijske politike najčešće u onim zemljama koje se drže ugroženima dotokom stranog audiovizualnog programa. Takve bojazni izražavaju sve europske zemlje (prema američkim programima), male europske zemlje prema većima, pogotovo ako govore istim jezikom (Austrija i Njemačka), zemlje u razvoju (prema američkim i drugim zapadnim programima za koje drže da ugrožavaju njihov kulturni identitet). To pitanje ne samo da je regulirano u njihovim zakonima (Europska konvencija o televiziji bez granica), nego je bilo jedno od najtežih pitanja u pregovorima u GATT-u¹⁹, gdje se Amerika zalagala za slobodan protok i audiovizualnih proizvoda, a europske su zemlje (posebno Francuska) naglašavale potrebu njihova izuzimanja zbog kulturnog značenja. Pitanje identiteta i njegovanja kulturnih posebnosti nije, međutim, vezano samo uz protekcionističke mjere, nego pripada u one društvene ciljeve koji se od medija očekuju u funkcionalističkim medijskim teorijama.

Iako je o nekima od tih pitanja bilo riječi na sastancima Vijeća HRT-a, a većina je također na jedan ili drugi način ugrađena u pravne norme, ona u nas nisu dobila dovoljno

¹⁷ Medunarodni časopis Media Development posvetio je izvješćivanju o ratu u Zaljevu posebni broj, Media Development, Special Issue October 1991.

¹⁸ Pitanje "nemoralnih" programa problematizirano je u SAD samo u odnosu na maloljetne gledatelje.

¹⁹ General Agreement on Trade and Tariffs, međunarodna organizacija koja regulira pitanja međunarodne trgovine, a članovi, s jedne strane, teže ukidanju trgovinskih barijera, a s druge strane, zaštitu vlastite proizvodnje.

pažnje u raspravi. Možda najvažnije pitanje u definiranju modela medijskog sustava, ono koje definira relativne uloge ili položaje javne nasuprot komercijalnim televizijama, nije nikad otvoreno u sklopu rasprava o medijskoj politici. Dapače, otvaranje ove teme držano je prekomplikiranim od predlagača u vrijeme donošenja zakona o informiranju.

Zaključak

Potruga za onim vrijednostima koje se na razini društva drže poželjnima za hrvatski medijski sustav nakon završetka analiziranog razdoblja proširuje se i izvan parlamentarnog političkog diskursa i ulazi u prostor javnosti. Iako je analiza u ovom slučaju obuhvatila zakone i parlamentarne rasprave koje su im prethodile, društvena definicija medija konstruirana se u širem diskurzivnom području i u stvarnoj medijskoj praksi (McQuail, 1994). Mogli bismo tako kraj 1996. godine smatrati završetkom prve faze hrvatske medijske politike, u kojoj je politika imala dominantnu ulogu u strukturiranju medijskog sustava, te u diskurzivnoj konstrukciji normativne društvene medijske teorije. Trenutak u kojem je završila ova faza političke premoći nad medijskim sustavom ima i svoj točan datum: 21. studeni 1996., dan masovnih demonstracija javnosti na Trgu bana Jelačića u potpori Radiju 101. Javno osporavanje tadašnje odluke Vijeća za telekomunikacije da Radiju 101 ne dodijeli koncesiju za daljnje emitiranje pokazalo je da država više nema monopol u arhitekturi medijskog sustava te da društvo u tome želi sudjelovati.

Artikulacija javne rasprave o arhitekturi hrvatskog medijskog sustava novi je poticaj dobila rezolucijom Foruma 21 koji je otvorio pitanje poželjnog karaktera hrvatskog radiodifuznog sustava. Pitanje javne nasuprot državnoj televiziji ta je strukovna udruga otvorila mnogo snažnije nego bilo koja politička stranka u parlamentarnim raspravama u proteklih 6 godina. Ovo pitanje, međutim, nije relevantno samo za nacionalnu radiotelevizijsku kuću. Ono otvara mnogo šira pitanja vezana uz poželjni karakter ukupnog medijskog sustava u Hrvatskoj, uključujući i definiranje uloge medija u hrvatskom društvu. Početkom javne rasprave o hrvatskoj medijskoj politici konačno se čini mogućim postizanje društvenog konsenzusa i o hrvatskoj normativnoj medijskoj teoriji.

LITERATURA

- Agee, W. K., Ault, P. H., Emery, E. (1985) **Introduction to Mass Communications**. New York: Harper & Row.
- Berger, Charles R. (1989) Back to the Future: Paradigm Monologues Revisited, u Brenda Dervin ed. et al. **Rethinking Communication**, Vol. 1, Paradigm Issues, SAGE Publications Inc.
- Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas (1992) **Socijalna konstrukcija zbilje**. Rasprava o sociologiji znanja. Zagreb: Naprijed.
- Chalaby, Jean K. (1996) Beyond the prison-house of language: discourse as a sociological concept. **The British Journal of Sociology**. 4:684-698.
- Dahrendorf, Ralf (1996) **Razmatranja o revoluciji u Europi**. Zagreb: Antibarbarus.
- DeFleur, Melvin L. (1970) **Theories of Mass Communication**. Second Edition. New York: David McKay Company, Inc.
- Gameson, William A. (1988) Political discourse and collective action. **International Social Movement Research**, Vol. 1, pp. 219-244.
- Giddens, Anthony (1989) The Orthodox Consensus and the Emerging Synthesis, u Brenda Dervin ed. et al. **Rethinking Communication**, Vol. 1, Paradigm Issues, SAGE Publications Inc.
- Hall, Stuart (1989) Ideology and Communication Theory, u Brenda Dervin ed. et al. **Rethinking Communication**, Vol. 1, Paradigm Issues, SAGE Publications Inc.
- Katz, Elihu (1987) Communication Research Since Lazarsfeld. **Public Opinion Quarterly**, Vol 51, No. 4, part 2. pp. S25-S45.

- McQuail, Denis (1988) **Mass Communication Theory: An Introduction**, 2 Edition, Sage.
- McQuail, Denis (1994) **Mass Communication Theory: An Introduction**, 3 Edition, Sage.
- Mowlana, Hamid, Wilson, Laurie J. (1990) **The Passing of Modernity. Communication and the Transformation of Society**. New York & London: Longman.
- Nordesterng, Kaarle (1997) Beyond the Four Theories of the Press, poglavlje za Jean Servaes and Rico Lie, eds. **Media and Politics in Transition. Cultural Identity in the Age of Globalization**. Louvain: ACCO Publishers.
- Proulx, Serge (1991) Deux grands courants dans les recherches et theories sur les medias, u: Charon, Jean-Marie (ed.). **L'Etat des Medias**. La Decouverte-Mediaspouvoirs-CFPJ: Paris. pp. 423-430.
- Pusić, Vesna (1993a). Nova agenda za nove demokracije I: Pitanje političke obaveze. **Erasmus** 2:7-12.
- Pusić, Vesna (1993b) Novi društveni ugovor: Nova agenda za nove demokracije II. **Erasmus** 3:5-13.
- Rosengren, Karl Erik (1983) Communication Research: One Paradigm, or Four? Ferment in the Field. **Journal of Communication**, 3:185-207.
- Rosengren, Karl Erik (1989) Paradigms Lost and Regained, u Brenda Dervin ed. et al. **Rethinking Communication**, Vol. 1, Paradigm Issues, SAGE Publications Inc.
- Seaton, Jean (1992) The sociology of the mass media, u: Curran, J. & Seaton, J. **Power Without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain**. Fourth Edition. London: Routledge.
- Strossen, Nadine (1993) United States, u: ARTICLE 19. **Press Law and Practice. A Comparative Study of Press Freedom in European and Other Democracies**. An Article 19 Report.

TOWARDS A CROATIAN NORMATIVE MEDIA THEORY

ZRINJKA PERUŠKO ČULEK

Institute for International Relations, Zagreb

Media policy, as a group of aims, measures and activities that the state undertakes in order to organize the media sector, rests on often implicit or unconscious beliefs about media effects. Media policy is also based on a wider social normative media theory, as a common sense theory which includes a group of presumptions, beliefs, expectations or fears that the society has in regard to the media.

The author presents the elements of such a Croatian normative media theory, which have been identified from the media related legislative debates in the Croatian parliament between the first multi-party elections in 1990. and the end of 1996.

Based on the theory of social construction of reality, the author defines the creation of the Croatian media policy as a discursive construction of a part of the symbolic universe and as a construction of a "theory" which legitimizes the institutional media sector. The main paradigms on media influences and the main normative media theories are presented to enable the identification of their elements in the forming and incomplete Croatian normative media theory.