

Sredstva javnoga priopćavanja u nekim tranzicijskim zemljama

*Auctores varii*¹

Uvod

Ovaj prilog tvori svojevrsnu cjelinu s prilogom Sredstva javnog priopćavanja u nekim zemljama EU što ga je naš časopis objavio u trećem broju za 1999. godinu. Time se naše uredništvo, svjesno značenja medija za javni život, već tada željelo djelatno uključiti u živu raspravu na tom području. Ovim bismo prilogom željeli svakako biti orijentir u raspravama o zakonu o medijima čije se donošenje uskoro očekuje u Hrvatskom državnom saboru. Uvjereni smo da nam iskustvo ovih nama po mnogočemu sličnih tranzicijskih zemalja u tome može uvelike pomoći. U tu smo svrhu ponovno zamolili nekoliko isusovaca iz dotičnih zemalja da načine kratak prikaz stanja medija u njih. Njihova se riječ uistinu može smatrati stručnom jer su to ljudi koji su i sami mahom djelatni u medijima svojih zemalja ili ih pak neposredno kritički promatraju.

Uпитник, prema kojima su oni trebali sastaviti svoje izvješće, imao je šest pitanja:

- 1. Kakvi mediji djeluju u njihovim zemljama (javni, privatni, komercijalni)?*
- 2. Kakav je odnos između političkih institucija i medija? Kontroliraju li i kako političke stranke medije?*
- 3. Kakvo je javno mnijenje prema medijima: kritično, nepovjerenje ili bezrezervno prihvaćanje?*
- 4. Na koji se način promoviraju vrijednosti kao, primjerice, istina, obitelj, prava žena, karitas?*
- 5. Je li Crkva prisutna u medijima te kakvo je raspoloženje prema njoj (blagonaklono, ravnodušno, neprijateljsko)?*
- 6. Kakvo je autorovo osobno uvjerenje glede standarda medija u njihovim zemljama te koje su prednosti i nedostaci postojećeg medijskog sustava?*

Uredništvo i ovaj puta od srca zahvaljuje autorima priloga koji slijede te se svesrdno nada da će oni pridonijeti istinskoj demokratizaciji mlade hrvatske države.

Uredništvo

¹ Budući da su autori različiti, ime pojedinog autora navedeno je uz odgovarajući tekst.

I. Stanje medija u Češkoj²

1. Povijest medija u Češkoj

Kad želimo govoriti o medijima u Republici Češkoj, moramo se malo osvrnuti na prošlost da shvatimo sadašnjost. U 19. stoljeću, kad se formirala moderna češka nacija, formirale su se i pojedine političke stranke. I svaka je stranka tada morala imati svoj tisak. Ta tradicija da glavni dnevници pripadaju pojedinim političkim strankama još se pojačala u vrijeme međuratne Čehoslovačke. U uvjetima trajnih sukoba među češkim demokratskim strankama koje su bile na kraju osuđene stvarati uvijek nove i zapravo iste koalicije od pet »državotvornih« stranaka, budući da su veliki dio zastupničkih mjesta imali zastupnici nacionalnih manjina (Nijemci, Slovaci, Mađari, Rusini, Židovi, Poljaci), koji su bili većim dijelom u opoziciji kojoj su također pripadali komunisti i manje fašističke stranke, još se pojačavala demokratska tradicija koja je imala svoje korijene već u zadnjim desetljećima Austro–Ugarske Monarhije. Još za današnje novinare su najvećim primjerima osim Karla Havličeka iz 19. stoljeća legendarni žurnalisti i pisci Karel Čapek i Ferdinand Peroutka, koji su pomagali stvarati ugled međuratne čehoslovačke demokracije.

Nezadovoljstvo sa sustavom mnogih političkih stranaka, koje nisu bile sposobne trajno međusobno surađivati i pogotovo šok iz Münchenskog ugovora, kojim su zapadne demokratske moći izdale Čehoslovačku hitlerovskoj Njemačkoj i trauma okupacije, nakon oslobođenja Crvenom armijom u g. 1945. rezultirale su time da su ojačale socijalističke ideje i da su komunisti postali najutjecajniji. Demokracija je bila krnja – Nijemci su bili prognani bez razlike jesu li bili krivi ili nedužni, svoju djelatnost su mogle u Češkoj i Moravskoj obnoviti samo četiri stranke koje su aktivno sudjelovale u borbi protiv nacista. Stoga su postojala zapravo samo četiri glavna dnevnika povezana s onim strankama: komunističko *Rudé právo*, nacionalno–socijalistička stranka (nemojmo je uspoređivati s njemačkim nacionalnim socijalizmom) zadržala je *Svobodné slovo*, narodnjaci – kršćanski demokrati su čitali dnevnik *Lidová demokracie*, socijalni demokrati su tiskali *Právo lidu*. Nakon komunističkog puča u 1948. godini Komunistička je partija progutala socijalnu demokraciju i stoga je zadnji navedeni dnevnik bio ukinut, a druge su partije bile obezglavljene. Zbog kvazidemokratskog privida Čehoslovačke komunisti su ih sačuvali pod svojom kontrolom, ali zapravo njihove novine su uglavnom mogle i morale crpsti vijesti samo iz državne agencije ČTK, koju su, naravno, također vodili komunisti.

Komunisti su proširili također svoje novine za pojedine slojeve pučanstva: *Mladá fronta* je bila za mladež, *Obrana lidu* za vojnike, *Zemědělské noviny* za poljoprivrednike, *Práce* za članove radničkih udruga, *Hospodářské noviny* za

2 Vaclav Dlapka, SJ, radi u upravi Češke provincije Družbe Isusove te surađuje u nekim časopisima.

privredu, *Československý sport* za sportaše itd. Osim toga su postojali regionalni i gradski dnevници.

Svaki je dnevnik imao osam stranica, a subotom šesnaest. Novine su bile veoma jeftine: u svagdan su bile po pola krune, cijena vikendskog broja je bila jedna kruna.

Čehoslovački radio (počeo je djelovati g. 1923.) i Čehoslovačka televizija (od g. 1954.) bile su posvema u vlasti komunističke partije. Budući da su komunisti očekivali da će elektronski mediji najviše utjecati na mladi naraštaj, najstrože su ih nadzirali. Primjerice, dok su dopuštali da vjernici donekle »zadovolje svoje religijske potrebe« u krnjem kršćanskom tisku i ponekad se mogao pojaviti neki pozitivni članak o kršćanstvu i u dnevniku *Lidová demokracie*, na radiju i televiziji religija se najčešće sasvim ignorirala ili se ismijavala kao neznanstveno praznovjerje u prošlosti koje je uništila znanost i koju je raskrinkao marksizam–lenjinizam. Pogotovo je Katolička crkva bila predstavljena kao najodvratnija, jer je osim rijetkih iznimaka uvijek perfidno djelovala protiv naroda i nacije.

Godine 1968. vladajuća je partija izgubila nadzor nad sredstvima javnog priopćavanja, ali nakon invazije armija Varšavskoga ugovora ubrzo je sve uspjela »srediti«. Treba još spomenuti djelovanje stranih radija na češkom jeziku, koji su pokušavali prodrijeti među širi krug slušatelja, i to su velikim dijelom uspijevali – moramo spomenuti postaje *Svobodná Evropa* (*Radio Free Europe*), *Hlas Ameriky* (*Voice of America*), *BBC* i *Vatikanski radio*.

Tek potkraj 1989. godine, kad je počelo rasulo komunističkog totalitarizma i u Čehoslovačkoj, počeli su slobodno pisati najprije dnevници nekomunističkih partija. U redakciji dnevника *Mladá fronta* pojavila se također jaka skupina antikomunista. I na radiju i na televiziji komunisti su odmah izgubili svoje položaje. Najduže su za sebe zadržali svoj stranački dnevnik *Rudé právo*.

2. Sadašnje stanje

Takozvana »baršunasta revolucija« sasvim je promijenila dosadašnje stanje u medijima. Pojavili su se mnogi novi dnevници: desničarski *Telegraf*, *Prostor*, obnovljena socijalna demokracija kratko je vrijeme pokušavala proširiti svoje obnovljeno *Právo lidu*. Najutjecajniji je postao dnevnik koji je utemeljila skupina disidenata *Lidové noviny*, u kojem su pisali novinari povezani s pobjedničkim pokretom *Občanské fórum*, koji je ujedinio mnoge političke pravce u borbi s komunističkom obranom društvenih pozicija. Nakon rascjepa tog pokreta najjača stranka, Građanska demokratska stranka, utemeljila je svoj dnevnik *Občanský deník*. Ali veoma rano su uredništva pojedinih dnevника revoltirale pod lozinkom neovisnosti novinara protiv svojih utemeljitelja – političkih stranaka. Na kraju osim dnevника *Svobodné slovo*, koji danas pripada sasvim beznačajnoj nacionalno–socijalističkoj stranci, nijedna politička stranka nema svoj vlastiti dnevnik, što je velika novost u usporedbi sa starom tradicijom.

Dok su neki neomiljeni dnevnicima odmah iščezli (*Obrana lidu, Práce*), drugi su nastojali zadržati svoje ime iz vremena komunizma, makar je bilo obojeno komunističkim crvenilom, jer nisu željeli izgubiti svoje stare pretplatnike. Tako, primjerice, *Mladá fronta* je s prve stranice odmah izbacila slike komunističkih ordena, onda je dobila novo ime – *Mladá fronta dnes* – i danas se zove *Mladá fronta DNES*. U sadašnjosti, s iznimkom dnevnika *Právo* (nasljednik komunističkog dnevnika *Rudé (= Crveno) právo*) pripadaju sve novine stranim novinarskim magnatima (primjerice, *Ringier, Passauer Presse*). Vlasnici se ne miješaju u dnevni rad novinara, njima je zapravo stalo samo do toga da novine zarađuju, stoga nije čudno da istom vlasniku može pripadati desničarski i ljevičarski dnevnik.

Budući da je češko tržište relativno maleno, mnogi se nisu uspjeli održati, od poplave novih dnevnika ostala je samo nekolicina, nestao je i dnevnik s pedesetogodišnjom tradicijom *Lidová demokracie*. Još uvijek kao nova pojava osjeća se širenje bulevarnog tiska, ali ipak se »ozbiljan« tisk još uvijek više prodaje.

Danas prosječni dnevnik ima svaki dan više od trideset stranica i čitatelj ga nabavlja za dvadeseterostruko veću cijenu nego osamdesetih godinama. U usporedbi s tiskom u drugim europskim državama, još uvijek je relativno jeftin (oko 0,20 Eura). Zanimljiva je iznimka dnevnik *Metro* koji se dijeli besplatno.

Dnevni prosjek prodanih primjeraka najčitanijih novina u ožujku 1999. godine:

<i>MF Dnes</i> (prije <i>Mladá fronta</i>) – desničarski	350.096 primjeraka
<i>Právo</i> (prije <i>Rudé právo</i>) – ljevičarski	302.477 primjeraka
<i>Blesk</i> – bulevarni	261.082 primjeraka
<i>ZN – Zemské noviny</i> (ranije <i>Zemědělské noviny</i>)	125.484 primjeraka
<i>Hospodářské noviny</i> – desničarski	87.512 primjeraka
<i>Lidové noviny</i> – desničarski	81.118 primjeraka
<i>Slovo</i> (prije <i>Svobodné slovo</i>) – ljevičarski	62.704 primjeraka
<i>Sport</i> (prije <i>Československý sport</i>)	59.874 primjeraka.

3. Dvojni sustav medija

Već je na samom početku transformacije iz komunističkog totalitarizma bilo odlučeno da se na području elektronskih medija u Čehoslovačkoj uvede dvojni sustav, kao, primjerice, u kulturno bliskoj Njemačkoj. Najprije je od državne televizije stvorena javna, to znači da ravnatelja Češke televizije ne postavlja vlada nego Vijeće Češke televizije koje je za dulje vrijeme birao parlament. Dosada sve besprijeckorno funkcionira, svoje neslužbene kandidate imaju u Vijeću sve demokratske stranke, dok ne dopuštaju ulaz simpatizerima komunista ili ultradesničara. Članovi vijeća redovito nisu pripadnici stranaka, redovito nisu političari nego ugledni žurnalisti, znanstvenici, pisci, umjetnici... Nijedna vlada nije pokušavala preuzeti nadzor nad javnom televizijom. Kao

prva privatna televizija u postsocijalističkom svijetu niknula je televizija *Nova*. Njezin iznenađujući nastup bio je iznimno uspješan: postigla je zamalo 80% gledanost. Cijena tog uspjeha bila je: emitirati sve što gledatelje zanima: od senzacionalističkih vijesti do športa, od američkih akcijskih filmova i »sapunica« do erotike. Taj je uspjeh toliko uznemirio vodstvo Češke televizije da ju je pokušavalo oponašati. Time se uzburkalo javno mnijenje, posebice intelektualci i kulturna javnost, toliko da se javna televizija, nakon zahvata Vijeća ČTV, rezignirana u natjecanju za gledanost, usredotočila na kakvoću programa. U javnosti se može zapaziti markantnu shizofreniju: dok svi žele ozbiljne vijesti, koncerte ozbiljne glazbe, vijesti iz pojedinih područja, emisije za manjine, bori se protiv nasilja na ekranu, itd., većina ipak prati senzacije i gleda američke serije i akcijske filmove. Među najtraženije emisije pripadaju domaći češki filmovi i humorističke emisije i natjecanja.

Danas javna *Česká televize* ima dva kanala – prvi program za širu javnost (gledanost otprilike 30%), drugi program emitira osim gledateljski uspješnog športa za otprilike oko 5% kulturno i politički najzahtjevnijih stanovnika. Komercijalna je televizija zastupljena s dva kanala koji emitiraju na cijelom području države: *TV Nova* i *Prima*. *TV Nova* je suvereno najgledanija televizija, njezine vijesti prati dva i pol puta više ljudi nego vijesti javne televizije. Teške se borbe vode oko financiranja: dok javna televizija može koristiti obveznu pristojbu svih vlasnika televizijskih aparata i može se još služiti novcem od reklame (ali vrijedi pravilo da javna televizija ne smije prekidati emisije komercijalnom promidžbom), privatne televizije žive samo od reklame. Stoga se pokušavaju zauzimati u parlamentu da se smanji kvota za reklamu u javnoj televiziji, da od »reklamnog kolača« ostane više za njih.

Brzo se proširuje mreža kabelskih televizija – primjerice, u Pragu se može sada pratiti osim navedenih kanala još sedam televizija na češkom jeziku (*Galaxie*, *Hallmark* i *HBO* – filmski kanali, *Max 1* – isključivo dokumentarni filmovi, *Supermax* za djecu, *Eurosport* i *Pražský informační kanál*), dvije komercijalne slovačke (*Markíza*, *VTV*) i, naravno, mnogo programa na stranim jezicima, koji ipak nisu odveć privlačni, jer većina češkog pučanstva ne zna dobro strane jezike.

Na području radija postoji također dvojni sustav, ali ovdje prevladava javni radio *Český rozhlas*. Slično kao u javnoj televiziji i ovdje Vijeće Češkog radija (čiji su članovi izabrani među nezavisnim stručnjacima) bira upravitelja i nadzire njegov rad. Od šest programa najslušaniji je prvi program *Radiožurnál*, koji emitira uglavnom političke vijesti i komentare zajedno s popularnom glazbom. Zanimljiva je suradnja Češkog radija i američkog *Radija slobodna Europa* (*Radio Free Europe*) koji ima svoje sjedište u Pragu. Šesti program Češkog radija emitira cijeli češki program RFE-a, koji je, zahvaljujući izvrsnom radu češke redakcije, postigao u zemlji veliki ugled. Češki se radio financira od obvezne pretplate, od reklame (zakonom je određena maksimalna kvota reklame: 0,2% ukupnog vremena) i zakonom ograničene poduzetničke

djelatnosti (prodaja CD–a itd.). Ima mnogo privatnih radija, no te su uglavnom glazbene radiopostaje, jer glazbeni je program tražen i najjeftiniji, glazbu dopunjavaju česte kontakt–emisije. Takve radiopostaje žive samo od reklame.

Osim već spomenutih, postoji još treće vijeće, birano od zastupnika u parlamentu. Njegova je zadaća dodjeljivati licence za emitiranje, slobodne frekvencije za pojedine radiopostaje i kanale za pojedine televizije i nadzirati pridržavanje i ispunjavanje uvjeta koje dobivena licenca zahtijeva. To je veoma delikatna zadaća, jer ima mnogo interesenata za emitiranje, ali nema mnogo slobodnih frekvencija ili kanala. Stoga oni koji ne uspiju u natječaju, redovito kritiziraju odluke vijeća. Sigurno da mnogi u javnom natječaju obećavaju da će emitirati puno obrazovnog programa, mnogo političkih komentara i analiza i, na kraju, pod ekonomskim pritiskom, krše svoja obećanja i te skupe emisije iz njihovog programa izostaju, što drugi napadaju. No, smijemo sumnjati da bi ti kritičari uspjeli mnogo bolje voditi zahtjevniji program i stoga nitko još nije veoma ozbiljno napao Vijeće. Tek sada u borbi o prevlasti u najutjecajnijoj postaji *Televize Nova* među češkim vlasnikom licence i američkom financijskom grupacijom, koja je financirala početak televizije, Vijeće je ugroženo tužbom kod međunarodnog suda da nije obranilo prava stranog ulagača i stoga treba nadoknaditi velike štete. Ako Vijeće izgubi u sudskom procesu, država će platiti veliku kaznu.

Valja pripomenuti da ni internet ne zaostaje – zapravo sve dnevnikere možete čitati u njihovoj elektronskoj verziji. Preko interneta emitira izravno i Češki radio. Napredniji »provajderi« već su počeli dijeliti besplatni priključak, svakome bez razlike.

4. Političke stranke i mediji

Može se reći da političari s iznimkom nekvalitetnih stranačkih mjesečnika za malen broj članova svojih stranaka nemaju uopće utjecaj na sadržaj vijesti i komentara u medijima. Naravno postoje iznimke: redoviti novogodišnji govor Predsjednika Republike, neki svečani trenuci (ulazak u NATO i slično) koji prenose javnopravna sredstva priopćavanja. Od devedesete godine svake je nedjelje nastupao u razgovoru Predsjednik Republike. No Predsjednik Republike je iznimna osoba među političarima, jer se još uvijek održava tradicija da je Predsjednik države iznad stranaka i da ne ulazi u svakodnevnu političku borbu. Prije nekoliko godina uspio je izboriti redoviti razgovor na javnom radiju bivši predsjednik vlade, ali šira je javnost prosvjedovala govoreći da time najjača stranka dobiva prednost i emisija je bila ukinuta.

Političari žele da se što češće pojavljuju na ekranima i da ih se čuje na radiopostajama. I zaista postoji mnogo emisija na glavnim medijima koje daju prostora političarima, ali voditelji sami odabiru koga će od političara ili politologa pozvati (naravno s iznimkom emisija određenih za pojedine stranke na Češkom radiju i na Češkoj televiziji u tijeku zakonom određene predizborne

promidžbe). Voditelji pak žele zvati najuglednije i najutjecajnije političare. Stoga vladini ministri imaju uvijek veći prostor, ali u čestim raspravama redovito nastupaju predstavnici oporbe. Može se naime zapaziti da redakcije preferiraju čelnike parlamentarnih stranaka (njih pet), dok izvanparlamentarne stranke smatraju nezanimljivima. Komunisti su još uvijek potisnuti i ne pojavljuju se tako često kao političari ostalih stranaka.

Političari smatraju korisnim kad prihvate ponude da se pojavljuju i u humorističkim emisijama, a oni liberalniji čak i u erotskim emisijama televizije *Nova*. Glavno je da se za njih zna, a mogu li u tim emisijama širiti svoje političke misli, to je – kako oni drže – sasvim sporedno. Stoga nitko od njih ne prosvjeduje ni protiv redovitih svakodnevnih kratkih emisija sa smiješnim marionetama – karikaturama političara, koje katkad veoma oštrom i kadikad veoma stupidnom satirom njihovog ponašanja i njihovih afera privlače pozornost gledatelja.

Najutjecajniji političari (poglavito premijer Zeman, predsjednik vladajućih socijalnih demokrata i predsjednik parlamenta – bivši premijer Klaus, predsjednik najutjecajnije opozicijske stranke ODS), u teškom su sukobu s političkim novinarima, javno ih vrijeđaju zbog njihove neodgovornosti i nesposobnosti. Ta žestoka kritika protiv novinara, samo je djelomično opravdana. Taj način suživota za političare nije baš koristan, jer novinari ih stoga još više ne vole i, kako mogu, pronalaze sve njihove mane iz sadašnjosti i iz prošlosti pod komunističkom vladavinom.

5. Javno mnijenje i mediji

I što misle o medijima gledatelji, slušatelji i čitatelji? Evo nekoliko brojki: na pitanje: Je li istina da bez slobode medija nema demokracije?, potvrdno je odgovorilo 89% upitanih, a na pitanje: Jesu li češki mediji slobodni?, potvrdno je odgovorilo 52%. Oko 53% ispitanika drži valjanim većinu čeških novinara, dapače cijene ih. A 44% smatra da u češkim medijima ima nužne informacije. U češke medije najviše povjerenja imaju poduzetnici a najmanje radnici. Kad ljudi žele saznati točne i pouzdane informacije, 65% ih traži u javnopravnoj televiziji, 61% u javnopravnom radiju, 38% u tisku, 24% u privatnim radijima i 20% u privatnim televizijama. Kad traži senzacije, obratno: u privatnim televizijama 72%, u privatnim radijima 60%, u tisku 57%, u javnopravnoj televiziji 28% i u javnopravnom radiju 26%. Stoga se vidi da su ljudi »zdravo« kritični i ne poklanjaju svoje povjerenje olako. Ali, kako je već navedeno, u javnosti postoji određena shizofrenija. Ljudi se mnogo manje pouzdaju u vijesti privatnih televizija, ali vijesti televizije *Nova* prati dva i pol puta više gledatelja nego pouzdane vijesti Češke televizije.

6. Promocija vrijednosti

Osvrnimo se i na to kako mediji potiču promjenu javnoga mnijenja glede promicanja najosnovnijih ljudskih vrednota? Ovisi u prvom redu tko su oni koji ih stvaraju. Prosječni novinar i nije se baš uzdigao iznad razine prosječnoga stanovnika. Ima novinara svake vrste, stoga također mediji djeluju u svim pravcima, ali ipak se očituje da su novinari nešto liberalniji od prosjeka – to možemo, primjerice, prepoznati u prepirkama oko problema priznanja registriranih saveza homoseksualaca ili u borbi protiv porasta rasizma.

II. Mediji u Slovačkoj³

Republika Slovačka, s glavnim gradom Bratislavom, koja je 1. siječnja 1993. obnovila svoju neovisnost⁴ područje je gdje se može vidjeti kako je svijet sredstava javnoga priopćavanja uspio ovladati javnim mnijenjem s posljedicama na privatni život. Ne događa se ništa što ne bi bilo prikazano na televiziji, a ono pak što se gleda jest jedina stvarnost.

1. Sustav elektronskih medija

Danas u ovoj zemlji postoje dvije televizijske mreže: jedna javna – *Slovenská televízia* (STV)⁵ te druga privatna – *Markíza*.⁶ Te dvije mreže pokrivaju gotovo cjelokupno slovačko područje. Tu je također još i treća mreža imenom *Vaša televízia* (VTV) čiji se signal emitira kabelom i putem satelita na 1° west. VTV se neprestano bori s problemima ekonomske naravi.⁷ Osim toga, postoji još dvadesetak lokalnih privatnih i općinskih televizija te jedna poprilično razvijena industrija tv–studija za proizvodnju programa (iznajmljivanje kamera, laboratoriji za montažu itd.) koji opskrbljuju televizijske postaje.

Što se tiče radija – u Slovačkoj postoji jedan javni radio imenom *Slovenský rozhlas* (SrO),⁸ a ima četiri kanala. Na tržištu radijskog prijenosa – samo na FM–frekvenciji – djeluje također tridesetak privatnih radijskih postaja. Među njima postoji i katolička postaja *Radio lumen* sa sjedištem u mjestu Banská

3 Ján Košíar, SJ, sadašnji voditelj slovačke redakcije Radio Vatikana. Nakon pada komunističkog režima radio je na Slovačkoj televiziji. S talijanskoga preveo Ivan Šestak.

4 Prva Slovačka država bila je uspostavljena izglasavanjem u neovisnom Parlamentu 14. ožujka 1939. Njezino postojanje prestalo je nakon Drugog svjetskog rata, godine 1945.

5 Televizijski je prijenos na slovačkom teritoriju započeo 3. studenog 1956.

6 Dozvola za emitiranje dobivena je 7. kolovoza 1995, a emitiranje programa započelo je 31. kolovoza 1996. Naslovna udruga za tu dozvolu ima svoje sjedište emitiranja u Blatné, u malom mjestu u blizini Bratislave, a 49% udjela pripada američkoj udruzi *Central European Enterprises* (CME).

7 Dana 4. veljače 2000. godine VTV je ponovno prekinula program. Vijest o tome donio je slovački dnevnik *Národná obroda*, u ponedjeljak, 4. veljače 2000.

8 Redoviti radijski prijenos započeo je na slovačkom teritoriju 3. kolovoza 1926.

Bistrica koja pokriva otprilike polovicu nacionalnog teritorija. Nju podupire Katolička crkva.⁹

SrO prenosi i religiozne programe: jedanput tjedno (ponedjeljkom) dvosatnu emisiju (20.15–22 sata) *Putovi (Cesty)* i polusatnu emisiju (19.30–19.50) za mlade pod imenom *Frekvencia M.*¹⁰ Svakog dana rano izjutra (5.55 sati) emitira se kratka meditacija. Prve tri nedjelje u mjesecu u 9.30 sati prenosi se katolička sveta misa, četvrte nedjelje svoje bogoslužje imaju evangelici, a ako pak mjesec ima pet nedjelja, tada je religiozni program, u to vrijeme, rezerviran za neku još manju crkvenu zajednicu.¹¹ Jednom tjedno (četvrtkom od 19.20 do 19.30) prenosi se program Radio Vatikana.

Inozemne radiopostaje kao *Slobodna Europa*,¹² *Glas Amerike* ili *BBC* iz Londona izgubile su poprilično svoje značenje. Za vrijeme komunističkog režima njihova je uloga bila obavještavati pučanstvo o nacionalnoj i svjetskoj situaciji budući da je sredstvima društvenoga priopćavanja vladala Komunistička partija koja nije podnosila nikakvu pluralnost mišljenja. Danas u novoj podjeli svijeta, američki je utjecaj na zemlju i njezine stanovnike izravniji.

2. Odnos političkih institucija i medija

Odnos između medija i političkih snaga u današnjoj Slovačkoj u poslijekomunističkom razdoblju vrlo je jak. Na papiru, tj. prema sadašnjem zakonu ovako je: Parlament imenuje *Savjet za radio* i *Savjet za televiziju* koji bi trebali nadgledati program. Ti savjeti predlažu i imena generalnih direktora SrO i STV. Nakon što kandidati budu predstavljeni, generalne direktore odobrava i imenuje Parlament. Postoji osim toga još i *Savjet za dodjeljivanje dozvola za emitiranje*.

No, stvarnost je na području televizije sljedeća: STV je uvijek u posljednjih deset godina – a to su ujedno i godine slobode – vjerno radila prema naredbama onih koju su trenutačno bili na vlasti. To je sasvim očito i iz činjenice što se u tih posljednjih deset godina promijenilo deset generalnih direktora s vlastitim ekipama. Posljednja pak uprava STV prednjači u nečemu drugome: ona ne samo da je otpustila sve nepodobne ljude nego je upravo cenzurirala već gotove dokumentarne programe ne dopuštajući njihovo emitiranje.¹³

9 Njezini su prijenosi započeli 1. travnja 1994. pod imenom *Radio Maria*.

10 Svi programi javnog radija u Slovačkoj praktično su smješteni samo na prvi kanal, *Slovensko 1* te koncentrirani samo na jedan dan, ponedjeljak. Ne zna se pouzdano tko je to tako odlučio. Zasigurno to nisu bili slušatelji ni djelatnici Religiozne redakcije SrO.

11 U Slovačkoj postoji 15 crkava i religioznih zajednica priznatih od države, uključujući i Jehovine svjedoke. Katoličkoj crkvi pripada više od 65% populacije.

12 U vrijeme »hladnog rata« *Slobodna Europa* osim religioznog programa prenosila je i dvije nedjelje u mjesecu svetu misu na slovačkom jeziku iz crkve sv. Stjepana u Münchenu.

13 *Slovački jug (Slovenský juh)* bila je jedna serija o situaciji u južnom dijelu Slovačke gdje Slovaci čine manjinu u usporedbi s mađarskom većinom. Jedan dio, odnosno jedna emisija u tom nizu bila je o knjizi *Povijest Slovačke i Slovaka (Dejiny Slovenska a Slovákov)*. Tu je

STV, praktično javna televizija, trebala bi biti financirana novcem od građana i reklamama kako bi mogla služiti gledateljima. Prvi dio u financiranju je u Slovačkoj, kao i u drugim zemljama, zakonski uređen tako da svaki korisnik plaća pristojbu.¹⁴ Što se pak drugog izvora financiranja tiče, tj. onoga od reklama, taj prolazi preko privatnog društva *IP* koje je ekskluzivni proizvođač reklama koje se prenose na STV. Takav sustav bez sumnje smanjuje moguće ulaske za STV.

Kao što smo maloprije mogli saznati, STV ne stoji u službi nacije nego, kao i u vrijeme komunizma, pomaže vladanju zemljom te predstavlja jedino istinito mišljenje. No, sreća je u tome što se, u demokratskom vremenu u kojem živimo, vlade smjenjuju u relativno kratkom vremenu. Izvan je svake sumnje da televizija općenito govoreći ima puno veći utjecaj na današnje društvo. To se može vidjeti iz zgrade od prije deset godina kada su prvi put bili dopušteni religiozni programi na STV: Dječak dolazi iz škole i kaže mami: »Mama, Bog postoji! To su rekli na televiziji...!«

TV *Markiza* je televizija koja je naprosto niknula na jednoj zelenoj livadi u Bratislavi. Odgovorni ljudi u Slovačkoj vladi i parlamentu podcijenili su moć sredstava društvenoga priopćavanja u današnjem društvu kao i interes SAD da putem tih medija zagospodari istočno–europskim zemljama, nakon što su se oslobodile dominacije sovjetskog komunizma. Tako je *Markiza* dobila vrlo široku dozvolu za emitiranje koja joj omogućuje od prvog dana i prijenos središnjeg dnevnika. Običan se čovjek mora pitati: Kako to da sjedište tog društva nije u samoj Bratislavi nego u Blatné? Kako to da je odmah dobivena i dozvola za emitiranje vijesti? U Italiji se, primjerice, Berlusconi (*Fininvest*) morao za to boriti deset godina! Program te televizijske postaje općenito vrvi američkim serijama, nasiljem i seksom. Mogu se također čuti i neke preferencijalne vijesti kao i dirigirane rasprave s političarima.

Zahvaljujući upravo revoluciji organiziranoj televizijskom postajom *Markiza*, 15. rujna 1998. došao je na vlast u Slovačkoj filoamerički režim. Činjenice i ovdje spomenute koincidencije detaljno su opisane u knjizi negdašnjeg drugog čovjeka te televizijske kuće.¹⁵

3. Promicanje vrijednosti

Kad je riječ o promicanju moralnih vrijednosti kao što su istina, pravednost, o-bitelj, prava žena itd., mora se reći da se – baš kao što je to slučaj i u ostalom dijelu svijeta manipuliranim virtualnim svijetom televizije – događa upravo

knjigu napisao sveučilišni profesor u Padovi, Đurica. Knjiga je bila plaćena te posredstvom Ministarstva školstva poslana u sve srednje škole. No, novac je došao od Europskog povjerenstva. Zato je gospodina Hans Van der Broek prosvjedovao i zahtijevao povlačenje knjige iz škola. To mu je i uspjelo. Jedan dio spomenutog niza govori o tim činjenicama (VHS u autora).

14 Sadašnja TV–pretplata iznosi 75 kruna mjesečno, a radijska 30 kruna.

15 L'ubo Gregor, *Za kulisou Markizy*, Bratislava, 1999.

suprotno. Na televiziji se više ne može vidjeti klasična priča u kojoj dobro pobjeđuje zlo... Tu su, naprotiv, heroji poput Ramba, televizijske serije bez kraja i konca («trakavice»), kao, primjerice, *Dallas*, itd. Iznimka je austrijska serija *Kommissar Rex*. Vlastita domaća televizijska proizvodnja ne postoji – osim televizijskog dnevnika, sportskih emisija i pokojeg kratkoga dokumentarnog filma.

4. Religiozni program

Potrebno je osvrnuti se i na religiozni program. Deset godina postoji kršćanski program *Radosna vijest (Dobrá zves)*. Riječ je o polusatnoj religioznoj emisiji informativnog sadržaja koja se emitira svake nedjelje. Osim toga, tijekom godine ostvaruje se i dvanaestak izravnih prijenosa svetih misa te po koji izravan prijenos papine svete mise iz Vatikana ili s nekog njegovog putovanja.¹⁶

Nerazmjerni s laičkim, često antireligioznim, antikršćanskim programom, tj. nasilje, seks, okultne prakse, reinkarnacija itd., veoma je velik. Primjerice, neki je biskup jednoć za vrijeme televizijskog dnevnika prosvjedovao protiv profanacije riječi »krštenje« kao pojma kojim se često obilježuje neka proslava, kao što je predstavljanje neke knjige. Neposredno nakon toga bio je emitiran prilog o »krštenju jedne nove knjige«. To je istina kakvu živimo danas, deset godina nakon vladavine komunizma. To je sloboda koju mi kršćani ne znamo iskoristiti. Ovdje se mogu primijeniti riječi Evanđelja: Sinovi su ovoga svijeta spretniji od sinova svjetlosti (usp. Lk 16,8).

Navedeni redci temelje se na osobnom iskustvu čovjeka koji je i sâm u poslijekomunističkom razdoblju radio na Slovačkoj televiziji.

III. Mediji u Poljskoj¹⁷

1. Pregled

Deset godina nakon ukinuća komunističkog sustava izgled (*landscape*) medija u Poljskoj postao je vrlo raznolik. Državni monopol potpuno je ukinut. Osim javnog radija i televizijskih kompanija (*Polskie Radio; Telewizja Polska*), reklamne i nereklamne (*non-profit*) radijske i televizijske postaje emitiraju diljem države, ali i lokalno. Proces sređivanja započeo je malo prije prvih demokratskih izbora, 4. lipnja 1989. Komunistička vlada, našavši se u dubokoj

16 Potpisani ugovor u mjesecu listopadu 1998. između STV i Vatikanskog televizijskog centra (Centro televisivo vaticano – CTV) o besplatnoj mogućnosti prijenosa uživo papinog nedjeljnog Angelusa na valovima STV, kao i drugih programa CTV, nova uprava STV nije provela. I to unatoč tome što je u vođenju Religiozne redakcije STV punim radnim vremenom zaposlen katolički svećenik.

17 Grzegorz Dobroczyński, SJ, poljski isusovac. Tekst s engleskoga preveo Marko Jelić.

krizi, pokušavajući riješiti probleme propadajućeg sustava, za vrijeme »pregovora oko okruglog stola« s opzicijom *Solidarnosc* odlučila je dati slobodne medije Katoličkoj crkvi. To je bilo zakonito izneseno u svibnju 1989. godine u *Prijedlogu zakona za uzajamne odnose Narodne Republike Poljske i Katoličke crkve (Bill on mutual relations between the Peoples Republic of Poland and the Catholic Church)*. Crkva je dobila pristup državnom radiju i televiziji kao i pravo da osnuje svoje vlastite radijske i televizijske postaje.

Ubrzo su lokalne dijecezanske radijske postaje počele uspješno djelovati (*flourish*). Nudile su osim religijskog programa i velik izbor tema zanimljivih mjesnim zajednicama (*local communities*). Po njihovoj izvornoj zamisli oni su htjeli biti slični javnoj službi emitiranja (*public service broadcasting*). Svaka je poljska biskupija bila u mogućnosti koristiti frekvencije, premda su neke, budući da nisu imale niti dovoljno ljudi niti dovoljno tehničkih sredstava, ponudile svoje frekvencije Radiju Marija (Radio Maryja), koji su osnovali oci redemptoristi u Torunu. Postaja *Radio Marya* koju je osnovao o. Tadeusz Rydzik, financira se samo zahvaljujući dobrotvornim prilozima njezinih slušatelja. Postaja napokon emitira diljem cijele države, skupljajući mnogo slušatelja kojima nudi molitve, prijenose svete mise kao i *talk-show* s mogućnostima besplatnih telefonskih poziva. Mišljenja koja su se iznosila na programima, posebice ona koja su se ticala društvenih i političkih pitanja, često su uzrokovala napetosti i probleme te su napokon dovele do odlučnih reakcija kardinala Jozefa Glempa, predsjednika Poljske biskupske konferencije kao i drugih članove katoličke hijerarhije.

U međuvremenu, mnoge su biskupijske postaje odlučile surađivati u mreži (*network*): Iako su namjeravali osnovati mrežu do g. 1990., tek je odnedavno bilo moguće ostvariti projekt pod sveopćim vodstvom biskupijskog radija *Plus* iz Gdanska. Mreža nudi zajedničke programe tijekom velikoga dijela emitiranja, ali dopušta lokalne ulaze (*inputs*) svojim postajama članicama (slično kao *Radio Notre Dame* ili *Radio Feurviere* u Francuskoj). Program je takav da privlači pozornost uglavnom mladih slušatelja.

Osim radiopostaja postoji također televizijska postaja čiji su vlasnici franjevci iz Niepokalanowa (samostan koji je osnovao sv. Maksimilijan Kolbe, blizu Varšave). No, zasada ima samo lokalni status i mora se boriti s mnogim financijskim i tehničkim poteškoćama da bi opstala.

Dakle, Katolička je crkva započela s nezavisnim emitiranjem u većoj mjeri u Poljskoj (dvije protestantske radio postaje koje trenutno postoje imaju samo lokalni domet). Od g. 1990. privatne komercijalne radijske postaje mogle su djelovati samo na ilegalan i piratski način. No, one su se tolerirale dok *Sejm* (Poljski parlament) nije prihvatio *Zakon o radijskom i televizijskom emitiranju (Law on Radio and Television Broadcasting)*. Zakon je dopuštao osnivanje privatnih televizijskih postaja, lokalnih i nacionalnih (*nationwide*). Trenutno su na elektronskom medijskom tržištu prisutne ove postaje:

a) javni radio (četiri nacionalna programa i jedan program za inozemne slušatelje, na različitim jezicima) i televizija (*nationwide*) (dva programa), koja također ima lokalne postaje sa svojim vlastitim programom (u slučaju radija, lokalne postaje su neovisne od (*nationwide*) djelatnika, a u slučaju televizije, lokalne postaje su ovisne o središnjem vijeću upravljanja).

b) Radio postaje (*nationwide*): katolički Radio Maryja; Radio ZET, reklamna postaja, oblikovan da konkurira Trećem poljskom radio programu; Radio RMF FM (glazba i vijesti);

c) regionalne i nadregionalne postaje (*regional and over-regional*): katolička mreža Radio PLUS; Radio ESKA (glazba i vijesti, reklamni); Radio WAWA (glazba i razgovori, reklamni); TnK Radio (talk radio, reklamni);

d) lokalne reklamne i katoličke radiopostaje

e) (*nationwide*) televizija POLSAT (reklamna)

f) (*nationwide*) televizija TVN (reklamna)

g) lokalne televizijske postaje (uključujući katoličku Televiziju Niepokalanow) koje emitiraju preko kabela ili satelita

h) prije više od godinu dana započela je radom digitalna televizija koja nudi poljsku verziju nekih od najpopularnijih zapadnih reklamnih postaja.

2. Politika i mediji

U Poljskoj je pitanje političkog utjecaja nad medijima »vruća« tema rasprave. Najviše se raspravlja o utjecaju političkih stranaka nad javnim radijem i televizijom. Postojeći zakon namjerava zaštititi neovisnost javnih emitirajućih kompanija (*public broadcasting company*), ali stvarni mehanizmi dopuštaju izbor upravljačkog tijela pod pritiskom političara. Nacionalno vijeća za emitiranje (*National Council for Broadcasting*), najviše je tijelo koje nadgledava situaciju, a sastavljeno je od članova koji su izabrani od različitih središta moći: parlament, senat i predsjednik. Tako je i ono samo podložno moćnoj igri politike. Vijeće može zakonito utjecati na izbor članova uprave javnih emitirajućih kompanija te stoga političke stranke imaju dovoljno prostora da se izravno upletu u taj proces.

Drugi je način utjecaja zauzetost političara u izravnim »odnosima s javnošću« koji im omogućuje da utječu na neke novinare ili ravnatelje uredništava glede oblikovanja vijesti ili drugih žanrova programa koji se emitiraju.

3. Javno mnijenje: zaspali div

Sociološka istraživanja posljednjih godina pokazuju da javno mnijenje odobrava slobodne medije u Poljskoj. Javni radio, primjerice, smatra se jednim od najuglednijih institucija u državi (slično vojsci ili Katoličkoj crkvi). Javna televizija također uživa relativno velik ugled. Istodobno, donekle se može opaziti pasivnost glede svijesti ljudi o stvarnom utjecaju u oblikovanju programa ili drugih odluka što se tiču javnih emitirajućih kompanija. Čini se da

Ljudi ne vjeruju da se njihov glas doista može čuti. Ustvari, trenutni postupci u javnom radiju i javnoj televiziji prisiljavaju urednike i upravu da pomno prouče pisma i telefonske pozive javnosti; ocjene slušatelja i gledatelja također se pozorno prate. To ne znači nužno izravni utjecaj na odluke, ali se ipak, u važnim slučajevima, reakcija slušatelja ili gledatelja ozbiljno razmatra te uistinu može imati utjecaja. Pasivnost koju sam maloprije spomenuo dio je općeg stava stanovništva prema javnim i državnim institucijama. Stari način razmišljanja, razlikujući između »njih« (vladajuća tijela svih vrsta institucija) i »nas« (društvo prosječnih ljudi), ukorijenjen u komunističkom kontekstu društvenog i političkog života, još je poprilično prisutan. Ta se pojava treba smatrati pozivom na odgoj medija i izgrađivanje vjerodostojnosti prema institucijama javnoga života u našoj zemlji.

4. Vrijednost i mediji

Najveći problem unutar rasprave trenutna je težnja prema »programima otvorenim tržištu« koji su snažno prisutni u javnim medijima. Neke popularne teme kao, primjerice, »prava žena«, »seksualne manjine« i sl., lako se prihvaćaju za medijsko izvještavanje, dok se druge, kao obitelj, Caritas, istinitost, prihvaćaju samo uz velike poteškoće ili se emitiraju u kasnim satima. Zamjetljiva je svojevrsna medijska diktatura reklamnih agencija. Senzacija, nasilje, akcijski filmovi ili lagana i nekad primitivna zabava oduzimaju vrijeme emitiranja ozbiljnijim programima i onim usmjerenim na vrijednosti. Ta bi težnja trebala pobuditi sve veću kritiku i brigu svih ljudi i ustanova kojima je stalo do pravih vrijednosti (*value-sensible*).

5. Prisutnost Crkve u medijima

Kako je maloprije navedeno, Katolička je crkva prisutna na javnom radiju i televiziji od 1989. godine. Biskupska konferencija dala je odgovornost za katoličke uvodnike (*editorials*) na radiju i televiziji isusovcima Varšavske provincije Družbe Isusove. Katolička crkva na televiziji sudjeluje oko dva sata tjedno s različitim programima te na javnom radiju oko pet sati tjedno raznih programa. Neki dodatni programi za različite prigode (blagdani, posebni događaji ili samo slobodni prijedlozi) mogući su na temelju uzajamnog poštivanja i suradnje s drugim odjelima emitirajućih kompanija.

Osim ovoga, postoji privatno crkveno emitiranje na radiju i televiziji (vidi maloprije). Emitiraju se ekumenski programi i na radiju i na televiziji, pod vodstvom Ekumenskog vijeća crkava u Poljskoj (*Ecumenical Council of Churches in Poland*).

U posljednjih deset godina postignuto je uzajamno prihvaćanje i otvorena suradnja Crkve i medija. Veliki dio uspjeha bili su osobni kontakti i prijateljske veze ljudi s obje strane. Osim rada crkvenih ljudi u elektronskim medijima, osnivanje KAI-a (*Katolička informativna agencija*) i medijska

suradnja biskupa Tadeusza Pieroneka, bivšeg tajnika Biskupske konferencije, sa svojim sposobnostima da radi s ljudima u medijima, ojačalo je odnose između Crkve i medija.

No, postoje katolički krugovi, uključujući članove hijerarhije i klera, koji su još ravnodušni ili neprijateljski raspoloženi prema javnim medijima, ili kritični prema načinu na koji je Crkva prisutna u javnim medijima. Oni bi radije prihvatili isključivo privatno crkveno emitiranje, ali to ne utječe na opće crkveno »opredjeljenje za medije« u Poljskoj.

6. *Zaključna prosudba*

Budući da sam i sâm uključen u medijski rad na radiju i televiziji, uvjeren sam da sadašnje stanje medija u Poljskoj treba pohvaliti! U deset godina zbila se prava revolucija. Stajalište Crkve prema medijima u našoj zemlji pravi je uspjeh, s obzirom na »nultu točku« (*point zero*) 1989. godine. To ne znači da se sustav ne može ili ne treba usavršavati. Treba više uvažavati društvenu i javnu uslugu. Neka se ograničenja trebaju postaviti na mehanizam komercijalizacije. Rješenja drugih europskih zemalja i njihovo iskustvo moglo bi se uzeti u obzir. Najmoćnija bi upravljačka institucija trebali biti u prvom redu gledatelji i slušatelji. Odsudno je ubuduće poraditi na obrazovanju i motiviranju ljudi da reagiraju na medijsko programiranje.

IV. *Mediji u Sloveniji – 1999.*¹⁸

Prošlo je već deset godina od pada komunističke vladavine u Sloveniji, poslije čega je došlo do osamostaljenja i silovitog otcjepljenja od jugoslavenske federacije, uvođenja demokratskog parlamentarnog političkog sustava s tržišnim gospodarstvom. Sve su se te promjene nužno odrazile također i u medijima. Danas, kada burno razdoblje tranzicije počinje umirati, opažamo – uz neke iznimke – iste naslove časopisa i ista imena radijskih i televizijskih postaja kao i prije deset godina. No, usprkos istim fasadama, ne možemo ipak zanijekati promjenu: mediji su se morali prilagoditi tržišnim ekonomskim uvjetima, morali su promijeniti način pisanja i obavješćivanja, morali su odgovoriti i na konkurenciju.

Podatke i gledišta, što ih izlažem u nastavku članka, crpio sam iz tri glavna izvora: istraživanja slovenskog javnog mišljenja (SJM), što ih je nedavno objavio Niko Toš,¹⁹ podatci Instituta za proučavanje medija²⁰ i osobni intervjui s urednicima i direktorima većih slovenskih medija.

18 Peter Lah, SJ, slovenski isusovac, trenutno na studiju medija u Northwestern University u Chicagu (USA). Suradivao je u časopisu *Kristjanova obzorja* te radio u Slovenskoj sekciji Vatikanskoga radija. Sa slovenskoga preveo Predrag Belić, SJ.

19 Niko Toš (ur.): *Vrednote v prehodu I. (1968–1990)*, Ljubljana 1997., i Niko Toš (ur.) *Vrednote v prehodu II. (1990–1998)*, Ljubljana 1999.

1. Stanje

1.1. Imovinska struktura

Slovenski su mediji sredinom devedesetih godina prolazili kroz proces »lastninjenja«, komu je bila zadaća pravedno razdijeliti među državljane difuzno »društveno vlasništvo« koje je bilo dominantan imovinski oblik u bivšoj Socijalističkoj Federativnoj Republici Jugoslaviji.

Po vlasničkoj pretvorbi *postojećih* medija bilo je stanje ovakvo: časopisi i revije većinom su postali dionička društva, kojima su većinskim vlasnicima zaposlenici (bivši zaposlenici, umirovljenici) i njihove obitelji. Odštetni i Mirovinski fondovi Republike Slovenije, koji su pod nadzorom države, imaju redovito po 10 posto udjela u svim poduzećima, koja su nastala od imovinske pretvorbe. Određene udjele imaju također i razna povlaštena društva u koja su državljani uložili svoje imovinske certifikate. Stranoga kapitala kao da ni nema.

Elektronski mediji preobrazili su se u javnu ustanovu *RTV Slovenija*, koja uključuje Prvi i Drugi program Televizije Slovenija; Prvi, Drugi i Treći program Radija Slovenija, te talijanski i mađarski televizijski program. Najviši organ javne ustanove RTV jest Svet (= Vijeće) RTV, što ga čini 25 članova, među kojima je i pet predstavnika Državnoga sabora. Financira se pretplatom i oglasima. Javni radijski programi bivše su općinske ili regionalne radijske postaje, koje su oslobođene određenih priloga u zamjenu za neprofitnost djelovanja i za djelovanje u interesu lokalnih zajednica.

Zakon ograničuje najviši pojedinačni udio u medijima na 33 posto. Ograničenje vrijedi kako za domaće, tako i za strane vlasnike. Izdavač dnevnoga tiska te fizičke i pravne osobe, koje su vlasnici izdanja dnevnoga tiska, ne mogu ustanoviti vlastiti radio ili televiziju. Isto ograničenje vrijedi za RTV organizacije i vlasnike glede dnevnog tiska.²¹

Novi mediji nisu imali teškoća s imovinskom preobrazbom, jer su ih redovito osnivali poznati vlasnici. Njihovi su oblici vlasništva različiti: dionička društva, društva s ograničenom odgovornošću, ustanove i tiskovna društva. Samo su dva nova programa nadišla lokalni okvir: *POP-TV* i *Radio Ognjišče*.

Vlada ima imovinski udio u *Slovenskoj tiskovnoj agenciji* (STA), koja je u isto vrijeme jedina spomena vrijedna tiskovna agencija u državi. A posredno, preko mirovinskog i odštetnog fonda, država ima (manjinski) kapitalski interes u većini medija, koji su postojali i prije 1990. godine.

Strani kapital, da tako kažemo, ne postoji na slovenskom medijskom prostoru. Iznimka je poduzeće za televizijski menadžment Pro Plus, koji je u vlasti slovenskih zasebnih televizija MMTV i američkog društva CME. Pro Plus produciraju i njime trguju komercijalni i televizijski programi *POP-TV* i *Radio Ognjišče*, da ne spominjemo većega broja specijaliziranih časopisa (*snopiči*) i

20 *Mediana* 1992–1999.

21 *Zakon o javnih glasilih*, 40. članak.

komercijalnih radiopostaja. Od novih su se medija potvrdili samo *POP-TV* i *Slovenske novice*, koje su u nekoliko godina nadmašile nacionalnu televiziju i sve dnevnikove. To potvrđuje da narod voli manje zahtjevne, senzacionalističke i zabavne medije – u tom je Slovenija slična drugim razvijenim državama s tržišnim gospodarstvom.

1.2. Stav Slovenaca prema medijima (SJM)

Proučavanja slovenskoga javnog mišljenja često su uključivala i pitanje koliko se narod pouzdaje u medije. Odgovori su bili raspoređeni ovako:

Uočljiv je trend opadanja povjerenja od početka 90-tih godina pa dalje. Tomu vjerojatno »kumuju« opće društvene promjene poslije godine 1990., koje su donijele veće šarenilo na području medija. Ljudi koji su se desetljećima naviknuli na pretežnu monolitnost medija, posebice u vijestima o političkim i važnijim društvenim pitanjima, našli su se odjednom pred bogatom ponudom alternativnih medija, koji su »mutili« ustaljenu nekonfliktnost medijskog okoliša u Sloveniji. Prirodna reakcija na tu promjenu jest povećana nevjerica u medije uopće. A ujedno s tim nepovjerenjem vjerojatno je porasla i kritičnost naroda prema onom što mediji nude – trend, koji je s gledišta demokratizacije društva pozitivan.

2. Katolička crkva i mediji

U Sloveniji već nekoliko desetljeća nastupaju dva masovna katolička medija i niz manjih periodičnih publikacija. Vjerski (katolički) tjednik *Družina* izlazi od svibnja 1952. kao mjesečnik, od godine 1966. kao dvotjednik i od godine 1973., pa dalje, kao tjednik. Prema podacima *Družine* godine 1999. prosječna je naklada tog tjednika 65.000 istisaka, a prosječni broj čitača je 150.000.²²

Ognjišče je počelo izlaziti godine 1965. najprije kao župni list u 1.300 primjeraka, zatim se učvrstilo kao mjesečnik za mladež. *Ognjišče* je najrašireniji mjesečnik u državi s prosječnom nakladom od 83.000 primjeraka i s prosječnim dosegom od 284.000 čitatelja.²³ Tiskovno društvo *Ognjišče* 1994. godine ustanovilo je *Radio Ognjišče*, koje je još iste godine pokrilo cijelo područje Slovenije. Financira se reklamama i dragovoljnim prinosima slušatelja (približno 50%). Uz spomenuta tri veća medija Katolička crkva ima u svom posjedu još *TV3* (njezin je tržišni udio zanemariv) i veći broj specijaliziranih periodičnih publikacija.

Redovite emisije i članci s vjerskom značajkom nalaze se u ovim medijima: *Televizija Slovenije* ima uredništvo vjerskoga programa, što ga vodi dr. Drago Klemenčič, negdašnji urednik *Družine*. *Radio Slovenija* ima redovite vjerske

²² *Mediana*, godište 1999. SJM88 navodi 10,8 posto redovitih i čestih čitatelja *Družine*, a SJM98/2 10,3 posto.

²³ Ondje SJM navodi 12 posto redovitih i čestih čitatelja *Ognjišča*, a SJM 12,9 posto.

programe, što ih uređuje dr. Janez Juhant, profesor na Teološkom fakultetu. Redovite emisije o vjeri i Crkvi imaju također neke nekomercijalne radijske postaje. Te su emisije u najvećoj mjeri namijenjene katolicima. U razgovorima s urednicima pokazalo se da laički časopisi imaju prema Katoličkoj crkvi odnos sličan onome prema drugim nerezimskim ustanovama. Budući da je crkveno vodstvo posljednjih godina prilično uočljivo s nekim političkim inicijativama (denacionalizacija crkvenih posjeda; vjerska pouka u školi; pobačaj), to mediji pišu o Crkvi također kao o političkom čimbeniku.

Uopće mediji posvećuju pojedinoj vjerskoj skupini onoliko prostora koliko je ona vidljiva u javnosti s opće značajnim inicijativama; a pojedinim religijama posvećuju onoliko pozornosti koliko su raširene i uočljive u narodu za koji pišu. Budući da većina Slovenaca ima više–manje uske veze s rimokatoličkom skupinom, to mediji upravo njoj posvećuju najviše pozornosti.

3. Pravičnost, diskriminacije, manjine

Pitanje nacionalnih manjina je na sustavnoj ravnini uređeno tako da talijanska i mađarska manjina imaju svoje medije koje subvencionira država. U okviru *Radiotelevizije Slovenija* ima talijanska manjina (do 2.500–3.000 osoba) dnevno 8 sati TV programa i 12–14 sati radijskog programa. Mađarska manjina (do 9.000 osoba) ima dnevno pola sata TV programa i 12 sati radijskog programa. Mogla bi ih imati i više kad ne bi manjkalo osposobljenih kadrova. Slovenska se država može s pravom pohvaliti svojom jedinstvenom pozornošću prema narodnim manjinama.

Neki mediji imaju već desetljećima programe za invalide, prije svega za slijepce: *Radiotelevizija Slovenija, Ognjišče*.

Među temama što su ih urednici spomenuli kao problematične danas u Sloveniji, su: pitanje uređenja statusa za neslovence, koji su poslije raspada Jugoslavije ostali u državi; pitanje Roma koje lokalne zajednice ne primaju; problem jednakosti žena; problem pravnoga stanja u vezama istospolnih partnera. Opće je mišljenje među intervjuiranim da ne postoje veće sustavne krivnje ili diskriminacije.

4. Aktualni problemi

U razgovorima s urednicima slovenskih medija pokazalo se da u naše vrijeme možemo govoriti o doskorašnjem potpunom razdoru između crkvene (katoličke) i laičke zajednice u državi. Odnosi između većine laičkih medija i crkvenoga vodstva danas su na najnižoj točki poslije 1990. godine. U nastavku ukratko predstavljam stajališta, predbacivanja i tužbe Crkve na račun medija, i medija na račun slovenskoga crkvenog vodstva.

»Namjesto da bi tisak kritično primao djelovanje vlade, što je njegova dužnost u demokratskom društvu, izivljuje se napadajima na Crkvu s nakanom, da

je moralno diskvalificira i oduzme joj ugled u narodu» (nadbiskup Rode u Brezju, 15. kolovoza 1999.).

Razlog za takav odnos medija prema Crkvi nadbiskup pripisuje liberalističnom laicizmu, koji se, prema njemu, učvrstio u slovenskom javnom životu poslije pada komunizma. Više je intervjuiranih potvrdilo da je najčešći prigovor na račun medija taj da se nisu ništa promijenili u prošlom desetljeću, da su ostali u rukama »sila kontinuiteta« s obzirom na »stare sile«.

Istina je da imamo na području dnevnika deset godina poslije pada jednos-tranačkog društvenog poretka nepromijenjenu situaciju. Potvrdio se samo jedan novi dnevnik, a i taj je plod najveće izdavačke kuće *Delo: Slovenske novice*. Međutim bila su tri pokušaja da bi se ustanovio sasvim nov časopis: u godini 1992. počeli su izlaziti *Slovenec* i *Republika*. Razloga zašto konzervativni (nov, alternativni) časopis nije priznat, ima više: pomanjkanje kapitala i znanja, neugodne gospodarske okolnosti i relativna zasićenost slovenskoga tržišta dnevnicima (u prvoj polovini devedesetih godina svi su časopisi izgubili pretplatnike!), manjak kompetentnih novinara i urednika s konzervativnim usmjerenjem, neumjereno presizanje političkih stranaka i Crkve u djelovanje časopisa.

A ovdje se postavlja pitanje, na čiju adresu ima smisla upućivati kritiku, i kakva ona treba da bude. Na pitanje, kakvo usmjerenje imaju mediji u Sloveniji uopće, odgovarali su urednici laičkih časopisa većinom da je to srednje–lijevo. Premda mnogi od njih žale što se konzervativni časopis nije ostvario, ipak ne dopuštaju da im tko naređuje kako moraju pisati, a posebice ne kad je riječ o usmjerenju. To shvaćaju kao obnovu totalitarnog uzorka vlasti kada je Partija i država novinarima propisivala kako moraju misliti i pisati. Drugo je, dakako, pitanje profesionalnosti koje je u tome da novinari provjeravaju informacije, da predstavljaju stajališta i argumente raznih strana, da ne miješaju vijesti i mišljenja. Urednik je jednoga dnevnika primijetio da s profesionalnošću imaju teškoća prije svega stariji novinari.

Posebna je tema odnos medija prema režimu. Mislim da ima pravo nadbiskup Rode kad predbacuje medijima da ne vrše za demokraciju bitne funkcije: omogućiti državljanima nadzor nad vlašću i nastojati oko transparentnosti njezina djelovanja. Strašljiv ili čak servilan odnos medija prema vlastima donekle je nasljedstvo prošlosti. Još uvijek se može u Sloveniji čuti mišljenje kako je privatni komercijalni tjednik »prorežimski« – oznaka koja je u demokratskim društvima apsurdna.

»*Neovisni, crkveni mediji su diskriminirani: poduzeća neće da u njima oglašuju.*«

Taj se prigovor može često čuti od predstavnika crkvenih medija. Oni često znaju govoriti o konkretnim primjerima kada koje poduzeće nije htjelo oglašavati u njih zato što su vjerski časopisi ili što pripadaju drugoj političkoj opciji. Pitao sam svakog intervjuiranog pozna li takve primjere diskriminacije. Većina je odgovorila pozitivno odnosno da inače osobno ne pozna takve primjere, ali

da ih ne bi čudilo kad bi se to događalo. Uz jednu iznimku, uvijek se radilo o diskriminaciji bilo medija u crkvenoj vlasti, bilo medija ili posebnika povezanih s konzervativnim političkim strankama.

Tako se »žrtve« kao neupleteni urednici i direktori slažu da slovenski kapital ima negativan (odbojan) stav prema konzervativnoj političkoj opciji i prema Crkvi. To ne iznenađuje, jer slovensku ekonomiju i banke nadziru većinom ljudi koji su skloniji lijevo-liberalnoj političkoj opciji negoli desno-srednjoj.²⁴

Ali je ujedno potrebno voditi brigu da se u mnogo slučajeva vjerojatno ne radi toliko o planskoj diskriminaciji koliko o razumljivoj posljedici stanja što smo ga naslijedili iz prošlosti. Intervjuirani su mislili da su u trženju oglasa u Sloveniji od ključnoga značenja osobna poznanstva. Takvo je stanje dakako neugodno za nove i crkvene medije, premda o planskoj diskriminaciji ne možemo govoriti. Većina je subesjednika mislila da se stanje postupno popravlja.

»Vjerskog časopisa nemamo, dobit ćete ga u crkvi!« i »Neka se vjerski časopisi ne bave politikom!«

Određene predrasude i klišeji vuku se od vremena jednopartijske diktature. Jedna od njih je taj da se Crkva ne smije baviti politikom (po definiciji komunističke države bavljenje politikom bila je i karitativna i odgojna djelatnost), te da vjera ne »spada« u javnost. Vjerski časopisi nailaze na psihološku blokadu od prodavača časopisa koji se ili stide prodavati vjerski časopis, ili su osobno uvjereni da takav časopis ide samo u crkvu. Slično su također čitatelji preuzeli tezu (komunističku, sekularizacijsku) prema kojoj Crkva treba da se bavi isključivo bogoslužjem i svojim nutarnjim životom, a nipošto društveno bitnim temama. Taj se kontinuitet pokazuje, primjerice, u općem negativnom stajalištu medija i društvene elite s obzirom na crkvene pobude glede školstva.

»S nastupom nadbiskupa Rodea (mi) laički mediji doživljujemo informacijsku blokadu od vodstva slovenske Crkve.«

Više je urednika laičkih medija primijetilo da se s nastupom nadbiskupa Rodea 1997. godine promijenio odnos crkvenoga vodstva prema njima. Nadbiskup navodno nije onako pristupačan kao što je bio njegov prethodnik; neki su od intervjuiranih to stanje označili kao informacijsku blokadu. Slovenska je biskupska konferencija ustanovila Tiskovni ured, kome je voditelj Janez Gril, direktor i glavni urednik katoličkoga tjednika *Družina*. Neki intervjuirani misle da od tog Ureda (i od *Družine*) ne dobivaju onoliko koliko su očekivali.

24 O reprodukciji, kontinuitetu i akomodaciji elita u slovenskom društvu bile su načinjene neke studije koje preuzimam po: Frane Adam (1999); *Ambivalentnost i nepodnosiva lakoća tranzicije*, u *Nova revija* 206 (XVIII), 99–113. Zaključci prouka pokazuju da Slovenija ima vrlo nisku stopu cirkulacije i reprodukcije elita: 77 posto pripadnika elita 1995. godine bilo je u elitnoj skupini 1988. godine.

Takav odnos crkvenoga vodstva prema laičkim medijima zasigurno ima svojih razloga, u koje se unutar svojih intervjua nisam mogao upuštati. Ali stoji činjenica da sve ide prema diobi slovenske javnosti na dva bloka: na one koje vodstvo može osobno ili preko medija nagovarati (to su po pravilu »uvjereni« ljudi, koji se slažu sa stajalištem vodstva), i na one koji se o Crkvi obavještavaju preko laičkih medija. Takvo poluratno stanje ne koristi niti Crkvi niti slovenskoj javnosti.

5. Što da se radi?

Nema sumnje da (mi) Slovenci na mnogim područjima vučemo za sobom baštinu totalitarne komunističke prošlosti. Ali je isto tako istina, da se stvari polako mijenjaju nabolje. Svi maloprije navedeni problemi dadu se s nešto dobre volje i zauzetosti razriješiti.

Rezultati istraživanja o slovenskoj političkoj, gospodarskoj i kulturnoj eliti zabrinjavaju.²⁵ Slovenska je država ukoračila u dugoočekivanu samostalnost s kadrovski i idejno gotovo nepromijenjenom elitom. Ostavimo po strani (retoričko) pitanje, kako bi ljudi, koje je oblikovao komunistički sustav, najednom mogli voditi državu u demokratski društveni poredak s tržišnim gospodarstvom.

Daleko od toga da bismo bilo kome poricali dobru volju, valja ipak priznati da neku korjenitu promjenu možemo očekivati više iznimno nego po pravilu. Demokracija »atlantskoga« tipa pretpostavlja oblikovanje barem dviju približno jednako jakih jezgri vlasti koje se natječu za glasove birača. Tako Frane Adam, kao i moji intervjui s urednicima, uvjerljivo pokazuju da (mi) u Sloveniji imamo posla s dominantnom i perifernom jezgrom (političke) sile: tu je dominacija lijevo-liberalne strane koja se pokazuje u reprodukciji elita, ideološki srodnih dnevnika, stanju kulturne borbe u slovenskom društvu. Takvo je stanje vrlo nepovoljno za razvoj i učvršćenje demokracije. Konzervativni je časopis (dnevnik) bezuvjetno potreban za uređenje demokracije u Sloveniji.

Budući da je važno, da mediji budu što neovisniji o jezgri vlasti, to bi mogao biti prvim prijeko potrebnim korakom u smislu idejne pluralizacije slovenskog medijskog prostora taj da vodeći ljudi u gospodarstvu i državnim ustanovama budu načelno, u smislu »affirmative action«, zauzeti za to da omogućuju preživljavanje svim medijima, a posebice onima koji zastupaju zakonita konzervativna stajališta. To se ne može ostvariti zakonima, nego ovisno o demokratskom osjećanju slovenskih gospodarskih i političkih *leadera*. Vjerojatno bi u tom smislu imala pozitivnih učinaka i veća internacionalizacija medija i gospodarstva. Mogućnost kratkoročnog uravnoteženja slovenskog medijskog prostora dodatno još smanjuje činjenica da postoji samo jedna profesionalna škola za novinarstvo. Koristilo bi, kad bi Slovenija imala bar jednu alternativnu stručnu školu za novinarstvo, po mogućnosti takvu koju bi vodili drugdje odgojeni ljudi. Konkurencija je možda najbolji pokretač napretka.

25 Usp. Frane Adam, gore.

Posebnu teškoću s gledišta demokratičnosti medijskoga prostora predstavlja činjenica da vlada neposredno nadzire jedinu tiskovnu agenciju.²⁶ Mnogi su novinari, da tako kažem, ovisni o tiskovnoj agenciji, jer sami ne mogu (ali i nisu naviknuti) neovisno istraživati. Samo jedan izvor informacija nije dovoljan za objektivno obavješćivanje.

Duboka razjedinjenost između crkvenog i laičkog društva (»kulturna borba«) šteti kako Crkvi tako i društvu. U intervjuima s urednicima laičkih medija nisam stekao dojma da bi oni bili *a priori* neskloni Katoličkoj crkvi. S malo dobre volje na obje strane provalija se, po mome mišljenju, može premostiti, možda tako da se crkveni *leaderi* distanciraju od najkonfliktnijih političkih tema te ih prepuste političkim strankama, a da mediji opet premisle, ne vrijedi li možda i »drugi dio jednadžbe. Ako je, naime, Crkva nekompetentna da sudi o medijima, jednako vrijedi također i sa stajališta Crkve. Novinar koji ne pozna Sveto pismo, koji ne živi prema Božjim zapovijedima, kome je strano vjersko poslanje, koji bez ikakve rezerve ocjenjuje prikladnost izjava katoličkih svećenika... – Ma što ovome daje kompetentnost za takve izjave?«²⁷

(Slovenski) se novinar naviknuo da smije prosuđivati sve i sva, dok je on pak sâm u svojim shvaćanjima nedodirljiv. Ali objektivno će gledanje razotkriti, to priznaju čak i sami urednici, da imaju ideoloških preferencija i da se i u profesionalnosti još mogu popraviti.

26 Značajan je bio razgovor s urednicom STA, kojoj sam prikazao nacrt svog anketiranja. Kad se govorilo o nedavnom kompromisnom prijedlogu nadbiskupa Rodea za uključenje vjeronauka u osnovnoškolski program, ona je govorila o crkvenom prijedlogu u trećoj osobi (njihov), a o državnom odgovoru u prvoj osobi (naši). Inače se smjesta popravila, ipak je bio lapsus očit.

27 Bernard Nežmah, »Po želji medija«, (usp. *Mladina* 34, od 23. kolovoza 1999., str. 15).