

TRANSNACIONALNO VLASNIŠTVO I LOKALNA KULTURA: ANALIZA SADRŽAJA DVAJU HRVATSKIH DNEVNIH LISTOVA

ŽELJKA ZDRAVKOVIĆ
Sveučilište u Zadru, Odjel za sociologiju
University of Zadar, Department of sociology

UDK: 316:070
Prethodno priopćenje / *Preliminary report*

Primljeno / *Received*: 10. IX. 2007.

Na temelju analize sadržaja, vrste i profila priloga u kulturnim rubrikama dvaju hrvatskih dnevnih listova, u članku se razmatra utjecaj promjene strukture vlasništva nad medijima na potencijal generiranja kritičke javne sfere i afirmaciju regionalnog karaktera kulture. Ovaj fokus analize odabran je u svjetlu teze da je uspješno uključivanje u globalizacijske procese moguće upravo na temelju postojanja snažnih lokalnih kulturnih identiteta. Analizirana su dva hrvatska regionalna dnevna lista s različitom vlasničkom strukturom, pri čemu je karakter priloga u području kulture poslužio kao indikator promjene uređivačke politike novina koja se događa s privatizacijom medija. Riječ je o prilogima u području kulture objavljivanim u splitskom dnevnom listu *Slobodna Dalmacija* godinu prije njegova prelaska u transnacionalno korporacijsko vlasništvo (2004.) i godinu nakon što se taj prelazak dogodio (2006.). U istim razdobljima analiziran je i riječki *Novi list* kao novina s drukčijom strukturom vlasništva.

U slučaju *Slobodne Dalmacije* rezultati analize ukazuju na promjenu fokusa prezentiranih kulturnih tema s lokalno-regionalnog aspekta na teme nacionalnog i međunarodnog karaktera te smanjenje žanrova priloga s kritičkim potencijalom. U *Novom listu* koji nije promijenio vlasničku strukturu, u istraživanom je razdoblju uočen upravo obrnuti trend; promjena sadržaja s nacionalnim i međunarodnim kulturnim sadržajima na lokalne i regionalne teme, te zadržavanje kritičkog pristupa tim temama. Budući da je *Novi list* jedna od rijetkih dnevnih novina u Hrvatskoj koja nije u transnacionalnom korporacijskom vlasništvu, analizirani podaci upućuju na to da upravo izostanak takva vlasništva omogućava promicanje i razvoj kulturnih vrijednosti specifičnih za regiju te održavanje kritične lokalne javne sfere.

KLJUČNE RIJEČI: *analiza sadržaja, hrvatsko društvo, javna sfera, kultura, mediji, transnacionalno vlasništvo*

I. UVOD

U ovom se članku uspoređuju podaci o izvještavanju o proizvodnji i distribuciji kulturnih proizvoda dobiveni analizom sadržaja dvaju hrvatskih regionalnih dnevnih listova: splitske *Slobodne Dalmacije* i riječkog *Novog lista*¹. Cilj analize bio je da se utvrdi odvijaju li se nakon privatizacije većeg dijela medija u Hrvatskoj procesi limitiranja javne

¹ Porast konglomerata u području komunikacija dodao je novi element staroj raspravi o potencijalu vlasnika da zloupotrebjavaju svoju moć, pri čemu

se u novim okolnostima na udaru komercijalnih strategija posebno našla kultura (Golding i Murdock, 2000: 79).

sфере² koji su zabilježeni ranih osamdesetih godina dvadesetog stoljeća u Velikoj Britaniji i drugim zemljama u kojima se povećavala koncentracija vlasništva medija (Elliott, 1982). Naime, prema teoretičarima koji se bave odnosom medija i javnosti svaka koncentracija privatnog vlasništva nad medijima nužno pridonosi eroziji javne sfere i sustavnoj transformaciji kritičke političke javnosti u potrošačku (Golding i Murdock, 2000). Elliott sugerira da su tim procesom posebno pogođeni intelektualci kojima se "krade taj javni forum u kojem su se kritičkim diskursom mogli angažirati u vlastitoj kulturi" (Elliott, 1982: 243-244). I drugi autori tvrde da se, u pokušaju ograničavanja javne sfere, koncentracijom vlasništva u medijima nastoji prvenstveno ojačati kontrola proizvodnje i distribucije kulture (Golding i Murdock, 2000). U pokušaju utvrđivanja postoje li i u Hrvatskoj nakon privatizacije medija slični procesi, koji rezultiraju smanjenjem opsega i regionalnog karaktera prezentacije kulture, u članku se analiziraju prilozi o kulturi dviju spomenutih regionalnih novina (*Slobodne Dalmacije* i *Novog lista*).³

Riječ je o dnevnim listovima koji su igrali važnu ulogu u izgradnji i održavanju kritičke javnosti tijekom osamdesetih godina dvadesetog stoljeća, odnosno zadnjeg desetljeća socijalističkog razdoblja. Oba su lista tijekom tog razdoblja bila izuzetno medijski profilirana zbog visokog stupnja profesionalizma (Thompson, 1995), kao i zbog velikog broja komentatorskih tekstova zbog čega su se čitali i izvan regionalnih sredina te su pridonosila uspostavljanju kritičke javnosti koja je nadmašivala regionalno područje. Obje su novine, također, u posljednja dva desetljeća prošle kroz značajne transformacije vlasništva nastalih pod utjecajem političkih i ekonomskih promjena u Hrvatskoj.

Promjena vlasništva i regionalni karakter kulture, odnosno pitanje koliko promjena vlasništva utječe na kontroliranje proizvodnje i distribucije kulture kao temelj ograničavanja javne sfere, glavni je segment analize ovog rada. Kultura je uzeta kao indikator promjene uređivačke politike novina koja se događa s privatizacijom medija. S obzirom na prethodno rečeno, može se naime poći od pretpostavke da se analizom odnosa vlasništva nad nekim dnevnim listom i načina prezentacije kulture u njemu može vidjeti važnost koju novine pridaju uspostavljanju kritičke javnosti. Isto tako, može se razabrati način na koji analizirane novine s jedne strane oblikuju, a s druge strane slijede određene kulturne aspekte kao relevantne društvene teme.

² Povijest medija uključuje ne samo povijest njihova uključivanja u kapitalistički ekonomski sustav nego i političku povijest koja se odnosi na ulogu koju su mediji imali u izgradnji kritičke građanske javnosti, odnosno ulogu koju su odigrali stvarajući uvjete koji su omogućili ljudima da postanu potpuni članovi društva na svim razinama i njihova sve snažnija komercijalizacija publike. Omogućavajući ljudima pristup informacijama, interpretacijama i raspravama u područjima koja su uključivala političke odluke, mediji su bili temeljni generator stvaranja "javne sfere" (Habermas, 1989). Taj je prostor za raspravu koju su otvorile posebno novine, bio po Habermasu izuzetno važan za proces industrijalizacije zapadne Europe. Iako je Habermasovo viđenje uloge medija u tom procesu

ponešto idealizirano, na što upozorava Keane (1989), ipak je činjenica da je ideja javne sfere koja treba biti dovoljno otvorena da sve grupe u društvu, unatoč međusobnim razlikama mogu biti predstavljene, postala temelj ideje demokracije. Ideal komunikacijskog sustava kao javnog kulturnog prostora koji je otvoren i dostupan svima, doveden je u pitanje koncentracijom privatnog vlasništva nad medijima kojima nije cilj izgradnja aktivne građanske javnosti, nego one potrošačke (Golding i Murdock, 2000).

³ Za političke zastupnike filozofije slobodnog tržišta, komunikacijske robe ne razlikuju se od drugih roba. Budući da tržište najoptimalnije određuje načine proizvodnje i distribucije roba, ono je ključno i za proizvodnju i distribuciju kulturnih roba.

Analiza medija u kontekstu promjene strukture vlasništva u Hrvatskoj nije, naravno, moguća bez obuhvaćanja šireg konteksta i strukture medijskog sustava. Ovo uključuje i specifične nacionalne i povijesne okolnosti razvitka pojedinih medija, strukturu ekonomskog sustava, društvene vrijednosti i tradiciju (Peruško Čulek, 1999). Valja također naglasiti da je razumijevanje odnosa medija i društvenih promjena osobito kompleksno pri analizi medija u tranzicijskim zemljama.

Hrvatski mediji su krajem osamdesetih i tijekom devedesetih godina prošli kroz proces tranzicije iz društvenog vlasništva⁴ u doba socijalističkog društvenog uređenja, kada su bili pod snažnim utjecajem tadašnje politike, u privatno vlasništvo karakteristično za višestranačke sustave. Promjena hrvatske medijske politike bila je spora i kompleksna i uvelike je ovisila o demokratizaciji društvenih institucija i o snazi javne sfere i civilnog društva. Promjene vlasništva⁵ koje su uslijedile u tom periodu povezivale su se uz brojne skandale nastale zbog netransparentnosti procesa pretvorbe bez jasnih saznanja o novim vlasnicima medija i načinu privatizacije. Privatizacija medija provedena je pod političkim pritiscima⁶ što ukazuje na to da nije bilo jasne podjele između države i tržišta (Zgrabljic, 2003). U tom razdoblju "političkog kapitalizma" (Splichal, 2000), zajedničkom svim zemljama srednje i istočne Europe koje su iz bivših socijalističkih zemalja prešle u kapitalističke, omogućen je ulazak stranog kapitala, a da nisu stvoreni mehanizmi za transparentnost vlasništva niti mehanizmi javnog nadzora za sprječavanje koncentracije i monopolizacije vlasništva.

Promjene vlasničkih struktura nastavile su se nakon prvog vala privatizacije. *Novi list* je kao dioničko društvo 1999. godine nastavio privatizaciju osnivanjem novog poduzeća s Fondom za razvoj medija (MDLF) iz SAD-a koji se složio da neće imati utjecaja na uređivačku politiku novine te da će biti većinski vlasnik dionica do 2010. kada će prema ugovoru dionice ponovno prodati *Novom listu* (Malović, 2004b). *Slobodna Dalmacija* je 2005. godine postala dio transnacionalnog korporacijskog vlasništva nakon što ju je iz državnog vlasništva preuzela kompanija Europapress Holding (EPH)⁷ pod čijim je vlasništvom i danas. EPH je vodeća medijska kuća u Hrvatskoj sa sjedištem u Zagrebu. 50 % udjela u vlasništvu ima Ninoslav Pavić dok je 50% vlasništva u rukama njemačkog medijskog carstva West Allgemeine Zeitungsverlag WAZ (Malović, 2004b). Zbog navedenih problema u proteklih nekoliko godina hrvatska politika masovnih medija i odnos države prema medijskom sustavu bili su predmetom kritike međunarodnih i domaćih institucija i organizacija (Peruško Čulek, 1999).

⁴ Državno vlasništvo je teorijski pripadalo cjelini društva koje ga je povjerilo različitim segmentima zajednice (poduzećima, kulturnim i sportskim organizacijama, profesionalnim ustanovama, bolnicama i školama) na dobrobit cjeline (Thompson, 1995).

⁵ Privatizacija medija je započela početkom devedesetih godina dvadesetog stoljeća kada je tadašnji predsjednik vlade Jugoslavije Ante Marković donio zakon koji je omogućio privatizaciju poduzeća iz društvenog vlasništva u dioničko društvo (Malović, 2004b).

⁶ Pretvorba obaju medija provedena je pod političkim pritiskom vladajuće stranke, što je bio jasan pokazatelj državne kontrole nad medijima.

Novi list je uspio provesti privatizaciju zbog slabijeg utjecaja vladajuće stranke na području Istre, te je 1993. godine postao dioničko društvo dok se za *Slobodnu Dalmaciju* privatizacija nastavila (Malović, 2004b). Političkim malverzacijama postavljen je novi upravni odbor koji je ubrzo ovaj dnevnik doveo do stečaja, kada se *Slobodna Dalmacija* opet našla u državnom portfelju (Malović, 2004b).

⁷ Glavne aktivnosti EPH uključuju objavljivanje i distribuciju tiska te marketing i oglašavanje na području Hrvatske. EPH ima premoć na tržištu magazina te prvu ili drugu poziciju na tržištu dnevnih novina (Peruško, 2003).

U novije vrijeme tržišna je konkurencija u hrvatskom medijskom prostoru rezultirala velikim brojem medija, vlasnika i medijskih proizvoda te je pridonijela smanjenju utjecaja države i politike na sadržaje masovnih medija što je dugo bio fokus analize medijske politike u postkomunističkim zemljama (Peruško, 2003). Medijska se politika danas bavi novim problemima poput ekonomskih trendova u svijetu koji imaju sve važniju ulogu u funkcioniranju medija a očituju se u sve većem udjelu u kontrolnom vlasništvu ekonomskih konglomeracija u različitim medijima i predstavljaju prijetnju pluralizmu i neovisnosti medija (Peruško Čulek, 1999). Najnoviji izvještaji o stranom vlasništvu ukazuju na širenje transnacionalnih medijskih kompanija koje djeluju na području srednje i istočne Europe. Analiza strukture vlasništva medija u Hrvatskoj pokazuje da su sve čitanije tiskovine u stranom vlasništvu⁸.

Promjena fokusa moći u medijima s države na međunarodne ekonomske organizacije dovodi do promjene u segmentu intelektualnog djelovanja građana u kojem se aktivni građani pretvaraju u potrošače u korporacijskom svijetu (Elliott, 1982). Opisane promjene vlasništva u hrvatskim medijima stoga mogu imati posljedice na smanjenje regionalne kulturne raznolikosti i promjenu regionalnog karaktera kulture u cjelini.

S aspekta globalnih kulturnih i medijskih trendova odnos masovnih medija i kulture također je kompleksan i slojevit. Uključuje, naime, promjene nastale unutar ekonomske i političke sfere koje utječu na kulturu zbog procesa ne samo ekonomske i političke nego i kulturne globalizacije. Kritičari političke ekonomije analiziraju pak interakcije simboličke i ekonomske dimenzije javne komunikacije ističući kako različiti načini financiranja i organiziranja medija imaju značajne posljedice na javnu prezentaciju kulture i pristup publike kulturnim proizvodima (Golding i Murdock, 2000).⁹

Medijska produkcija je pod jakim utjecajem interesa i strategija velikih korporacija koje kontroliraju produkciju i distribuciju kulturnih proizvoda u različitim sektorima od novina, televizije do glazbe i sl. One korporacije koje nisu uključene u proizvodnju kulturnih proizvoda smjer razvoja kulture kontroliraju oglašavanjem i sponzorstvima (Golding i Murdock, 2000). Navedeni procesi dovode do kulturne homogenizacije i kulturne delokalizacije, odnosno prisutnosti trendova svjetskog umjetničkog stvaranja i na lokalnim razinama (Primorac, 2004), ugrožavajući pritom proizvodnju lokalnih kulturnih dobara. Trend globalizacije kulture se odražava i u prezentaciji kulturnog sadržaja u elektronskim i tiskanim medijima. Kad je riječ o elektronskim medijima detaljne analize gotovo da i nisu potrebne budući da su globalne produkcije popularne kulture poput filmova, TV serija i glazbe jasno vidljive iz njihovih programskih shema. Ista se pojava reflektira na pisanje tiskanih medija, koji često donose članke s temama povezanim s vrstom programa kakve nalazimo u elektronskim medijima. Rubrika koje

⁸ EPH, čiji je suvlasnik WAZ, smatra se najvećim nakladnikom za kojeg se pretpostavlja da ima godišnju nakladu od 100 milijuna primjeraka, Styria je austrijski nakladnik koji je preuzeo *Večernji list* i dnevnik *24 sata*, MDFL je većinski vlasnik *Novog lista*, Burda, njemačka nakladnička kuća je *Nacionalov* suradnik i dr. (Malović, 2004b).

⁹ Teoretičari kritičke političke ekonomije razlikuju se od "mainstream" ekonomista u nekoliko segmenata: njihov pristup problemu je holistički, povijesni, usmjeren na ravnotežu između kapitalističkih korporacija i javne intervencije te se bave moralnim pitanjima pravde, jednakosti i javnog dobra dok ekonomisti vide ekonomiju kao specijaliziranu domenu (Golding i Murdock, 2000).

se bave kulturom shvaćenom u tradicionalnom smislu riječi, sve je manje, a povećava se broj priloga o skandalima, sportu i zabavi.¹⁰

Upravo se koncentracija vlasništva i kvaliteta programa često dovode u negativnu vezu. Rezultati istraživanja kvalitete programa na komercijalnim televizijski mrežama u SAD-u ukazali su na homogenizaciju programa i pad standarda pod utjecajem koncentracije vlasništva (Einstein, 2002., prema Peruško, 2003).

U ovom radu kultura se analizira kao indikator promjene uređivačke politike novina koja nastaje u procesu promjene vlasništva, odnosno privatizacije medija. U svjetlu svega prethodno rečenog, pretpostavlja se da će novine, s obzirom na promjenu vlasničke strukture, promijeniti način izvještavanja o kulturi. Glavni cilj ovog istraživanja je da ispita promjene sadržaja priloga o kulturi u dnevniku *Slobodna Dalmacija* s obzirom na transformaciju medija iz državnog vlasništva u transnacionalno korporacijsko vlasništvo. Također se želi utvrditi postoje li razlike u sadržaju priloga o kulturi u *Novom listu*, regionalnom dnevniku u kojem nije došlo do promjene vlasništva u istraživanom periodu. Važno je pitanje: kako medij koji je dijelom u vlasništvu međunarodne korporacije, izvještava o kulturi, posebice o hrvatskoj kulturnoj produkciji, i još važnije koliko kao regionalni dnevnik, taj medij posvećuje prostora regionalnom kulturnom stvaralaštvu?

Ovdje će se prikazati aspekti priloga o kulturi koji se odnose na broj članaka posvećenih temama od lokalnog, regionalnog, nacionalnog i međunarodnog značaja. Na temelju pregleda broja i vrsta priloga s kulturnim sadržajima utvrdit će se koje su kulturne dimenzije prezentirane u medijima s obzirom na vlasničku strukturu novina.

2. METODA ISTRAŽIVANJA

U istraživanju se koristila metoda analize sadržaja¹¹ jer se smatralo da će dati relevantan uvid u način prezentacije kulture zajednice kojoj su novine namijenjene. Kako bi se utvrdilo postoje li razlike u kulturnom sadržaju s obzirom na promjenu vlasništva *Slobodne Dalmacije*, analizirala su se dva razdoblja: godina prije promjene vlasništva (2004.) i godina nakon promjene vlasništva (2006.). U istraživanju je također analiziran i regionalni dnevnik *Novi list*, jedan od rijetkih dnevnika u Hrvatskoj koji nije u transnacionalnom korporacijskom vlasništvu te je služio kao kontrolna novina koje je sadržaj analiziran u istom razdoblju.

U istraživanju se analizirala:

¹⁰ Pojava koja je primjetna pri promjeni vlasništva dnevnih listova u Hrvatskoj, jest primjerice ukidanje tjednih priloga za kulturu. Nakon preuzimanja *Večernjeg lista* austrijska Styria ukinula je tako njegov kulturni prilog *Obzor*. Nakon preuzimanja *Slobodne Dalmacije*, EPH je ukinuo njezin kulturni prilog *Forum*, poznat kao publikacija koja je razmjenom intelektualnih mišljenja utjecala na javnu sferu. Isto tako, u *Jutarnjem listu*, koji je pokrenut kao publikacija EPH, u subotnjem je prilogu s

vremenom došlo do vidnog smanjivanja sadržaja posvećenih kulturi. Bilo je najavljeno da će se dio njih prebaciti u poseban tjedni prilog o knjigama, nazvan *Bestseller*, no i taj je prilog vrlo brzo nakon pokretanja ukinut, a smanjeni kulturni sadržaji nisu se nikad vratili u subotnji prilog *Jutarnjeg lista*.

¹¹ Analiza sadržaja je metoda kojom se na objektivan i sustavan način kvantitativno opisuje sadržaj nekog aspekta komunikacije (Holsti, 1968. prema Milas, 2005).

- a) učestalost članaka u rubrici *Kultura* s obzirom na karakteristike članaka posvećenih lokalnim, regionalnim, nacionalnim i međunarodnim temama u dva vremenska perioda u novinama *Slobodna Dalmacija* i *Novi list*
- b) učestalost članaka o različitim kulturnim temama u dva vremenska perioda u novinama *Slobodna Dalmacija* i *Novi list*
- c) površina članaka, grafička opremljenost i strukturu članaka u dva vremenska perioda u novinama *Slobodna Dalmacija* i *Novi list*.

Analiziran je svaki peti broj *Slobodne Dalmacije* i *Novog lista* od 2. siječnja do 31. prosinca 2004. i od 2. siječnja do 31. prosinca 2006. godine. Ako novine nisu izlazile zbog blagdana, analiziran je prvi sljedeći broj. Ukupno su analizirana 73 broja *Slobodne Dalmacije* i 73 broja *Novog lista* u svakoj godini. U *Slobodnoj Dalmaciji* analiziran je ukupno 941 članak a u *Novom listu* 1241 članak.

Prikupljeni prilozi obrađeni su na temelju posebno priređene analitičke matrice oblikovane u skladu s postavljenim ciljevima istraživanja. Jedinice analize predstavljali su prilozi u rubrici *Kultura*, a jedinice sadržaja bili su različiti aspekti kulture.

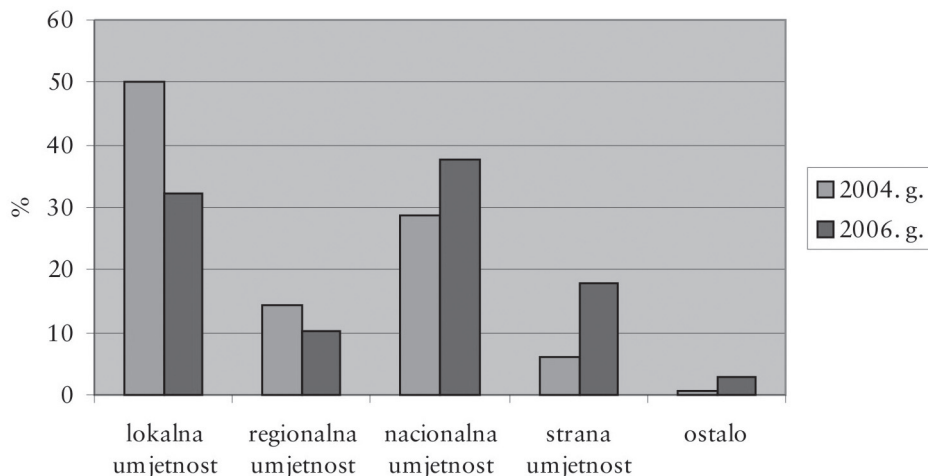
Jedan od najvažnijih aspekata analize sadržaja bila je zastupljenost lokalnih, regionalnih, nacionalnih i stranih tema u novinama. Lokalne teme su se odnosile na lokalne kulturne događaje (Splitsko-dalmatinska županija, Rijeka) i aktivnosti lokalnih umjetnika. Ova kategorija imala je najvažniju ulogu u istraživanju. Ako se događaj u prilogu nije mogao okarakterizirati kao lokalni, na isti se način utvrdilo je li tema koja se obrađuje regionalnog, nacionalnog ili međunarodnog karaktera.

Osim na sadržaja istraživanje usmjerilo se i na ostale elemente članka. Jedan od ispitivanih elemenata jest i površina članka. Članak je definiran kao mali ako je iznosio manje od 25% od ukupne stranice novine, kao srednji ako je iznosio od 25% do 49% od ukupne stranice i veliki ako je bio veći od polovine stranice. Preliminarnom je analizom utvrđeno da je na istaknutost članka više utjecala veličina slova nego dužina naslova, stoga se istraživanje usmjerilo i na ovaj aspekt naslova (istaknuti naslov - slova 2 cm i više, standardni od 0.5 do 2 cm i mali od 0.5 cm).

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA

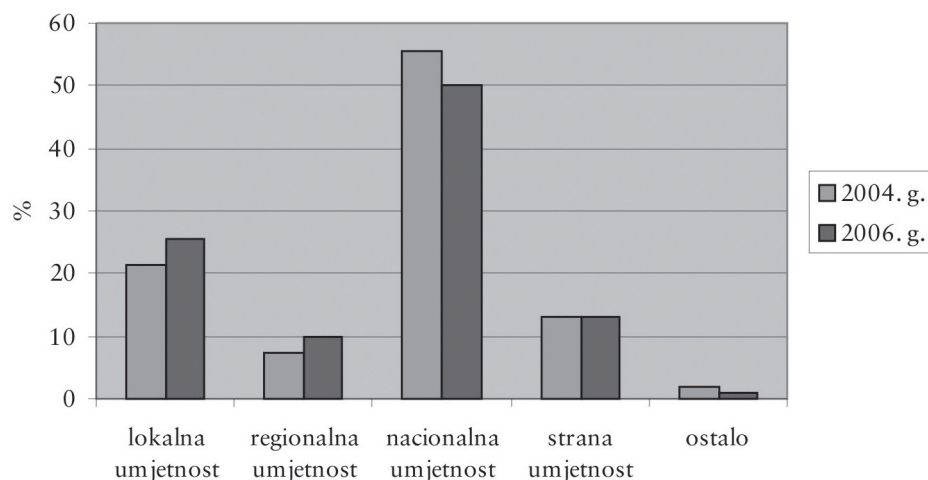
Na temelju rezultata analize sadržaja priloga o kulturi dvaju regionalnih listova u 2004. i 2006. godini, utvrđeno je da je nakon promjene vlasništva u dnevnim novinama *Slobodna Dalmacija* smanjen broj kritičkih tekstova o kulturi općenito, s naglaskom na promjeni fokusa prezentiranih kulturnih tema s lokalnog aspekta na teme nacionalnog i međunarodnog karaktera (Slika 1.).

Nakon transformacije vlasništva i dolaska privatnog kapitala u *Slobodnoj Dalmaciji* suzio se medijski kulturni prostor za javne rasprave o društveno-političkim problemima i njihovim implikacijama na regionalnoj razini, dok se istovremeno više izvještava o nacionalnim i međunarodnim temama. Nestaje kulturni prilog *Forum*, nagrađivan kao najbolji prilog te vrste u zemlji, poznat po tome što su se na njegovim stranicama intelektualci kritičkim diskursom angažirali u raspravama o vlastitoj kulturi i temama od javnog interesa. Nestaje i rubrika kulture u nedjeljnim izdanjima novine.



Slika 1. Prikaz zastupljenosti kulturnih priloga u Slobodnoj Dalmaciji tijekom 2004. i 2006. g.

S obzirom na karakter ukinutih priloga, može se reći da su navedene promjene dovele do ograničavanja javne sfere općenito te ograničavanja stvaranja i održavanja aktivne regionalne intelektualne javnosti. Ovakvi se učinci mogu povezati sa sve snažnijom tendencijom komercijalizacije medija. U *Novom listu* uočava se suprotan trend, on ukazuje na sve veći broj članaka o lokalnom i regionalnom kulturnom stvaralaštvu te pad broja priloga o nacionalnom kulturnom stvaralaštvu u 2006. godini, u odnosu na 2004. godinu. Količina međunarodnih priloga ostala je ista.



Slika 2. Prikaz zastupljenosti kulturnih priloga u Novom listu tijekom 2004. i 2006. g.

Rezultati su pokazali da je odnos uredništva *Novog lista* prema kulturnom i intelektualnom stvaralaštvu tijekom analiziranog perioda ostao nepromijenjen te da nije došlo do ograničavanja prostora koji je ostao otvoren za javne rasprave i reakcije građana na aktualne probleme u regiji. S obzirom na to da je *Novi list* od rijetkih dnevnih novina u Hrvatskoj koja nije u korporacijskom vlasništvu, moglo bi se zaključiti da analizirani podaci ukazuju na to da upravo izostanak transnacionalnog korporacijskog vlasništva omogućava promicanje i razvoj kulturnih vrijednosti specifičnih za regiju.

Na temelju rezultata istraživanja može se nadalje zaključiti da se i u hrvatskim medijima odvijaju procesi ograničavanja javne sfere potaknuti privatizacijom vlasništva nad medijima i koncentracijom tog vlasništva. Naime, prema teoretičarima koji se bave odnosom medija i javnosti, upravo koncentracija vlasništva nad medijima učinkovito eliminira javnu sferu te građane javne sfere zamjenjuje potrošačima privatne sfere (Street, 2003). Novi procesi koji se događaju u medijima nemaju za cilj javni diskurs o kulturnim dobrima, nego umjesto toga služe povezivanju publike i oglašivača. Nastale promjene izravno utječu na vijesti, one su se prije koristile za stvaranje javnog mnijenja među aktivnim građanima, dok su sada fokusirane na stvaranje komercijalnog tržišta (Street, 2003), pri čemu se na udaru posebno našla kultura. U ovom kontekstu novine su komercijalno proizvedena roba, a sama vijest također je proizvod koji ima tržišnu vrijednost i koja se mijenja pod utjecajem komercijalnog pritiska. Hallin (2000, prema Street, 2003) govori o promjeni u sadržaju američkih novina koje uključuju kratke priče, boju i grafiku te pomak važnosti vijesti od javnih tema prema pričama o životnom stilu i "korisnim informacijama". Nakon transformacije vlasništva, uz promjene fokusa vijesti s lokalnog na nacionalni i međunarodni aspekt, u *Slobodnoj Dalmaciji* smanjuje se i broj kritičkih članaka o kulturi (Tablica 1.).

Tablica 1. Prikaz vrste članaka u kulturnoj rubrici novina *Slobodna Dalmacija* i *Novi list* tijekom 2004. i 2006. g.

Vrsta članka	<i>Slobodna Dalmacija</i>				<i>Novi List</i>			
	2004.g.		2006.g.		2004.g.		2006.g.	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Komentar	240	38.03	107	27.58	252	38.71	242	39.80
Intervju	23	3.65	26	6.70	16	2.46	20	3.29
Vijest	284	45.01	191	49.23	341	52.38	293	48.19
Reklama	65	10.30	36	9.28	2	0.31	18	2.96
Ostalo	19	3.01	28	7.22	40	6.14	35	5.76
Ukupno	631	100	388	100	651	100	608	100

Struktura teksta se mijenja, prilozi su popraćeni različitim vizualnim efektima kao što su slike, grafovi i boje, tekst je podijeljen u više informacijskih jedinica s većim brojem podnaslova. Navedene promjene u opremljenosti teksta razlog su što je površina članka o kulturnim temama veća u 2006. godini (Tablica 2.) iako se površina samog teksta posvećenog kulturi nije povećala.

Tablica 2. Prikaz nekih elemenata članka u kulturnoj rubrici novina Slobodna Dalmacija tijekom 2004. i 2006. g.

		Godina			
		2004		2006	
		f	%	f	%
Površina članka	Mali	412	70.07	218	61.76
	Srednji	141	23.98	83	23.51
	Veliki	35	5.95	52	14.73
	Ukupno	588	100	353	100
Naslov	Mali	172	29.25	170	48.16
	Srednji	322	54.76	91	25.78
	Veliki	94	15.99	92	26.06
	Ukupno	588	100	353	100
Podnaslovi	Da	44	7.48	134	37.96
	Ne	544	92.52	219	62.04
	Ukupno	588	100	353	100
Slika	Da	300	51.02	219	62.04
	Ne	288	48.98	134	37.96
	Ukupno	588	100	353	100

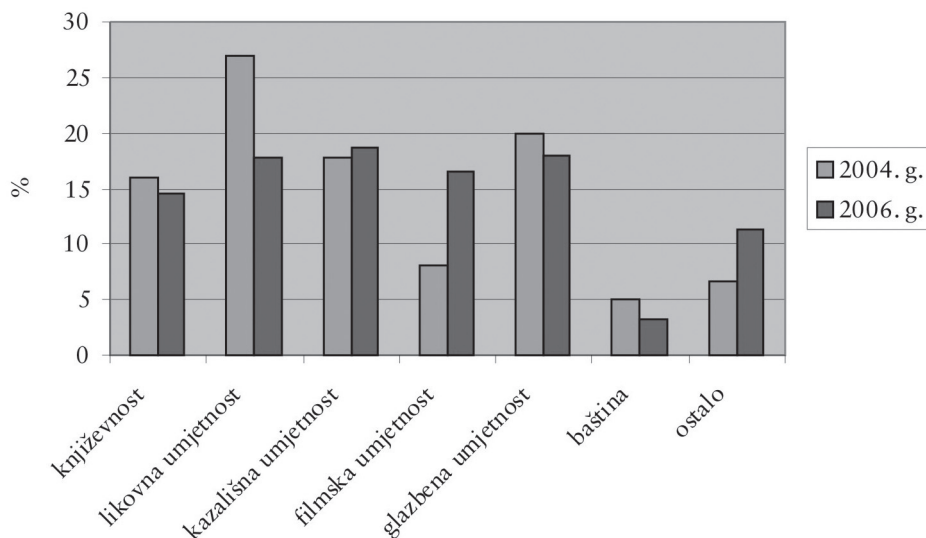
Tablica 3. Prikaz nekih elemenata članka u kulturnoj rubrici novina Novi list tijekom 2004. i 2006. g.

		Godina			
		2004		2006	
		f	%	f	%
Površina članka	Mali	412	63.38	381	64.47
	Srednji	177	27.23	148	25.04
	Veliki	61	9.38	62	10.49
	Ukupno	650	100	591	100
Naslov	Mali	207	31.85	143	24.20
	Srednji	306	47.08	278	47.04
	Veliki	137	21.08	170	28.76
	Ukupno	650	100	591	100
Podnaslovi	Da	140	21.54	120	20.30
	Ne	510	78.46	471	79.70
	Ukupno	650	100	591	100
Slika	Da	483	74.31	450	76.14
	Ne	167	25.69	141	23.86
	Ukupno	650	100	591	100

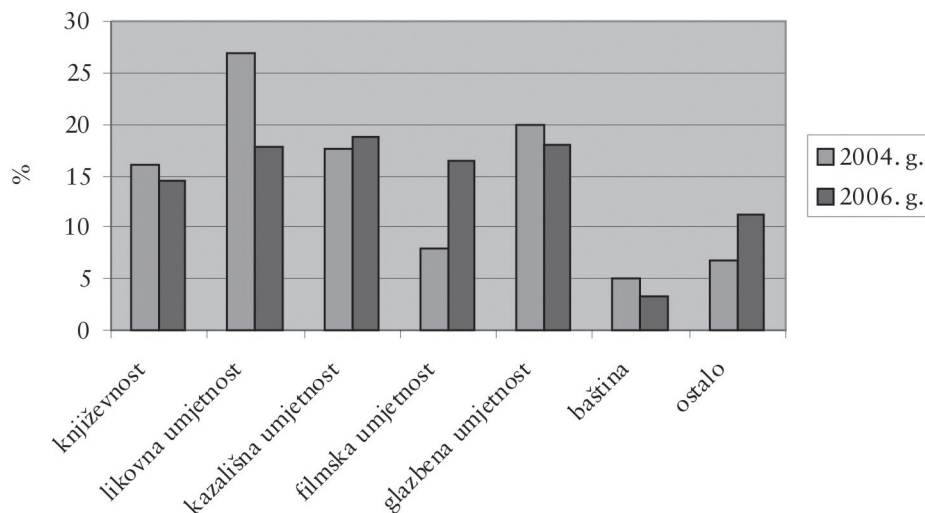
Smanjenje broja kritičkih rasprava o kulturnim događanjima ukazuje na prezentiranje novosti iz kulture na jednostavniji način. U njemu prevladavaju zanimljivosti koje najčešće imaju marginalnu društvenu vrijednost, ali su privlačnije široj publici. Princip "javnosti" zamjenjuje se tako principom "publicity", koji se zasniva na konformizmu i proizvedenoj suglasnosti (Habermas 1969., prema Peruško Čulek, 1999). Ovakve, tržišno orijentirane medijske strategije smanjuju mogućnost izbora različitih sadržaja i ideja te vode k standardizaciji kulturnog sadržaja. Mediji se pretvaraju u promicatelje zabave, a zanemaruju ulogu medija kao kritičke savjesti društvenih zbivanja (Malović, 2005). Danas, u vrijeme globalizacije, utjecaji iz razvijenih zemalja sve su jači pa se proces tabloidizacije kao svjetski trend javlja i u Hrvatskoj (Vilović, 2005). U *Novom listu* također je uočeno da su najzastupljeniji članci malih dimenzija. Oko 76% priloga popraćeno je različitim grafičkim elementima u 2006. godini (Tablica 3.) Zanimljivo je da se način opremljenosti članka nije promijenio tijekom vremena.

U obje analizirane regionalne dnevne novine 2006. godine više se medijskog prostora posvećuje filmskoj i kazališnoj umjetnosti i glazbi (u *Novom listu*) a manje književnosti, likovnoj umjetnosti i baštini.

Provedene su i dodatne analize, koje zbog svog opsega ovdje nisu prikazane, a govore u kojim je segmentima došlo do promjene prezentacije umjetnosti s obzirom na njezine lokalne, regionalne, nacionalne ili međunarodne karakteristike. Tako su u *Slobodnoj Dalmaciji* teme o kazališnoj i filmskoj umjetnosti, književnosti i glazbi češće nacionalnog i međunarodnog karaktera u odnosu na 2004. godinu, dok se u *Novom listu* prilozi o filmskoj, kazališnoj i glazbenoj umjetnosti više usmjeravaju na lokalne i regionalne teme. Književnost je u *Novom listu* 2006. godine u odnosu na 2004. godinu više zastupljena



Slika 1. Prikaz zastupljenosti kulturnih priloga s obzirom na vrstu umjetnosti u Slobodnoj Dalmaciji tijekom 2004. i 2006. g



Slika 2. Prikaz zastupljenosti kulturnih priloga s obzirom na vrstu umjetnosti u Novom listu tijekom 2004. i 2006. g

člancima koji govore o međunarodnoj književnosti. Članci o likovnoj umjetnosti prolaze drugi oblik transformacije: u 2006. godini u odnosu na 2004. godinu više se piše o nacionalnoj likovnoj umjetnosti nego o lokalnoj i regionalnoj. Treba imati na umu da je u ovom radu analizirana samo rubrika kulture, koja je po svojoj strukturi specifična, odnosno usmjerena na elitne kulturne događaje a ne na popularnu kulturu. Također, riječ je o jedinoj rubrici u analiziranim novinama koja je ove vrste, iako se manji broj članaka o nekim od spomenutih aspekata kulture može naći i u drugim rubrikama. S obzirom na navedeno, postoje poteškoće u donošenju širih zaključaka o prezentaciji kulture u novinama.

Promjene zabilježene u slučaju *Slobodne Dalmacije* ukazuju na promjenu fokusa pri odabiru vijesti unutar zadanog vremenskog perioda, koji je utjecao i na promjenu izgleda novina. Općenito se može reći da se u analiziranom segmentu taj list približio zahtjevima globalnog tržišta, gubeći pritom svoj lokalno-regionalni karakter.

Načelno gledano, može se očekivati da će s razvitkom demokratskih odnosa u hrvatskom društvu uloga regionalnih novina rasti. To se može očekivati zbog mogućnosti njihove veće specifičnosti u obradi pojedinih tema i pridavanja većeg značaja regionalnim posebnostima, koje bi trebale imati stvaralački doprinos u formiranju javnog mnijenja. Na primjeru *Slobodne Dalmacije* vidimo, međutim, da se događa upravo suprotno. Nakon preuzimanja ove novine od strane transnacionalne korporacije koja u Hrvatskoj ima središte u glavnom gradu Zagrebu, ove regionalne novine izborom tema i načinom obrade sve su više nalik visokonakladnim dnevnim novinama koje nisu specifične za regiju u kojoj *Slobodna Dalmacija* izlazi.

Ovakav se razvoj uklapa u postavke teorijskih rasprava na temu. Prema tim teorijama, načelno gledano, unutar velike medijske korporacije koja u svom vlasništvu ima različite

tiskane medije, informacije se odabiru i prerađuju u samo jednom uredničkom središtu, smanjujući tako mogućnost izbora naslova, programa ili ideja (Peruško, 2003). Osim što smanjuje mogućnost izbora između različitih medijskih proizvoda, koncentracija vlasništva dovodi i do standardizacije kulturnog sadržaja i do standardizacije novinskih formata.

U ovom kontekstu, teoretičari demokracije ističu kontradikciju između ideala medija kao generatora javne sfere i realnosti koncentriranja privatnog vlasništva. Kako je već rečeno, koncentracija privatnog vlasništva u medijima u pokušaju ograničavanja javne sfere ima za cilj kontrolu proizvodnje i distribucije kulture (Golding i Murdock, 2000). Koncentracija vlasništva u medijima unosi novi element u već poznatu raspravu o zlouporabi medijske moći, odnosno tko kontrolira medije i njihov sadržaj i kakav učinak oni imaju (Golding i Murdock, 2000). Kad se bavimo pitanjem moći koju te organizacije imaju nad društvom u cjelini, razmatraju se dva ključna elementa: struktura vlasništva i njihova kontrola nad medijima te odnos između državne regulacije medija i komunikacijskih institucija (Golding i Murdock, 2000). U Hrvatskoj još uvijek nije uspostavljena ravnotežu između privatnog i javnog interesa masovnih medija (Zgrabljić, 2003), stoga bi koncentracije privatnih i tržišno orijentiranih medijskih korporacija mogle imati značajne posljedice na kulturni pluralizam ukoliko se ne razvije kritička javnost¹² i ne donesu zakoni koji bi omogućavali medijsku raznolikost i zaštitu od medijske koncentracije.

Teoretičari koji se bave pitanjem moći unutar medijskih organizacija, a ne moći koje organizacije imaju u širem kontekstu, ističu da osnovne karakteristike ekonomije medija (tržište, državni regulacijski sustav, korporativna struktura) oblikuju i daju prednost cijelom nizu mogućnosti, no unutar tog konteksta individualni i kolektivni akteri rade na ostvarenju svojih interesa (Murdock 1982., prema Street 2003).

Dolazak stranog vlasništva u medije i globalizacija medija nameće pitanje njihova utjecaja na lokalnoj razini i pitanje očuvanja kulturnih specifičnosti. Internacionalizacija i globalizacija medija imaju kontroverzne posljedice na kulturu.

S jedne strane, međunarodna distribucija kulturnih proizvoda može obogatiti lokalnu kulturu ako se isti koriste na nov i kreativan način, međutim, ti procesi mogu i ugroziti razvoj lokalne kulture.¹³ U istočnom dijelu Srednje Europe posljedice ovih procesa su

¹² Rezultati istraživanja o utjecaju globalizacije i transnacionalnih medija na Istočnu Europu koje je provedeno i u Hrvatskoj, pokazali su da hrvatski građani nisu prepoznali utjecaj globalnih medija na sadržaj vijesti, zabave i reklama u lokalnim medijima, dok su medijski djelatnici smatrali da postoji efekt globalnih medija na spomenute segmente sadržaja u lokalnim medijima, te su procijenili da je utjecaj globalnih medija na kulturne aspekte društva veći nego što su to procijenili građani (Gher i Bharthapudi, 2003). Iako izvještaji o stranom vlasništvu u Hrvatskoj ukazuju na širenje transnacionalnih medijskih kompanija i povećanja stranog sadržaja i stranog programa u medijima, taj problem prema rezultatima navedenog istraživanja u javnosti nije percipiran kao takav, što ukazuje na nedovoljno razvijeno civilno društvo i nedostatak kritičkog promišljanja građana. U Hrvatskoj je također vidljiv nedostatak

javne komunikacije i angažiranosti civilnog društva u kreiranju medijske politike općenito (Zgrabljić, 2003) i nedostatak javne rasprave oko aktualnih tema i preispitivanja društvene stvarnosti. Zanimljiva je bitna uloga medija kao posrednika između različitih političkih i društvenih aktera koji potiču na društvenu raspravu (Peruško, 1999) koja je ionako limitirana kao posljedica privatizacije i sve snažnije komercijalizacije medija.

¹³ U literaturi najčešće nalazimo dva pristupa koji govore o globalizaciji kulture. Jedan je makro pristup koji govori o kulturnom (medijskom) imperijalizmu koji smatra da kulturna globalizacija dovodi do nestajanja nacionalnih kulturnih vrijednosti. Drugi je mikro pristup koji pokušava objasniti način na koji se konzumacija globalnih kulturnih proizvoda integrirana u svakodnevni život (Lizardo, 2007).

predominantno negativne upravo zato što su građani postali samo primatelji medijskih poruka, ali ne i akteri (Splichal, 2000). Međutim, načine iskorištavanja i interpretacije kulture ne određuju samo oni koji kontroliraju produkciju i distribuciju kulture; oni su i posljedica lokalnog konteksta i lokalnih okolnosti (Street, 2003). Upravo postojanje snažnih lokalnih kulturnih identiteta omogućuje uspješno uključivanje u globalne procese, a koncentracija transnacionalnih medijskih korporacija u hrvatskom kontekstu i utjecaji koje imaju na način prezentacije kulture, može dovesti do promjena samog regionalnog karaktera kulture.

4. ZAKLJUČAK

Analizom sadržaja kulturne rubrike regionalne novine *Slobodna Dalmacija* dobio se relevantan uvid u način prezentacije kulture i odnos medija prema kulturi s obzirom na promijenjenu strukturu vlasništva tog dnevnog lista. Na temelju rezultata istraživanja može se zaključiti da se i u Hrvatskoj, nakon što novine prijeđu u transnacionalno korporacijsko vlasništvo, smanjuje prostor za kritičke tekstove o regionalnim kulturnim temama. Na taj se način limitira mogućnost stvaranja i održavanja aktivne javne sfere u korist jačanja globalnog svijeta potrošnje. Istraživanje, naime, pokazuje da ulazak transnacionalnog korporacijskog vlasništva i u hrvatskim medijima dovodi u pitanje ideju medija kao generatora javne sfere i pridonosi sve snažnijoj komercijalizaciji medija kao i u zemljama s dužom tradicijom koncentracije transnacionalnog korporacijskog vlasništva u medijima.

Analiza kulturne rubrike *Slobodne Dalmacije* u ovom članku ukazuje na promjenu fokusa prezentiranih kulturnih tema nakon ulaska transnacionalnog korporacijskog vlasništva s lokalno-regionalnog aspekta na teme nacionalnog i međunarodnog karaktera. Privatno vlasništvo kontrolom proizvodnje i distribucije lokalne kulture sprječava jačanje lokalne kritičke javne sfere (Golding i Murdock, 2000). Za razliku od *Slobodne Dalmacije*, u *Novom listu* koji nije promijenio vlasničku strukturu u istraživanom je razdoblju uočen upravo suprotan trend: promjena sadržaja s nacionalnim i međunarodnim kulturnim sadržajima na lokalne i regionalne teme. Budući da je *Novi list* jedna od rijetkih dnevnih novina u Hrvatskoj koja nije u transnacionalnom korporacijskom vlasništvu, analizirani podaci svjedoče kako upravo izostanak takvog vlasništva omogućava promicanje i razvoj kulturnih vrijednosti specifičnih za regiju.

U istraživanju je korištena metoda analize sadržaja kojom su obuhvaćene promjene u nekim kvantitativnim aspektima kulturnih tema i njihovih odnosa u različitim vremenskim razdobljima. Usporedbom dvaju analiziranih listova mogu se vidjeti razlike u načinima na koje novine, s jedne strane, oblikuju a, s druge strane, slijede određene kulturne aspekte kao relevantne društvene teme. Iako metoda analize sadržaja ne omogućava donošenje širih zaključaka o utjecaju promjena vlasničkih struktura na sadržaj novina i dinamiku tih odnosa, preko analize načina praćenja izvještavanja o kulturi ipak se može pratiti proces sužavanja prostora javne sfere nakon ulaska transnacionalnog korporacijskog vlasništva.

Da bi se obuhvatio širi kontekst i utjecaj strukture medijskog sustava na procese globalizacije u Hrvatskoj, u budućim bi se medijskim istraživanjima trebalo usmjeriti i na analize procesa, sadržaja i značenja komunikacije u proučavanim odnosima. Kao što je već rečeno, analiza medija u kontekstu promjene strukture vlasništva u Hrvatskoj nije moguća bez obuhvaćanja tog šireg konteksta i strukture medijskog sustava, uključujući i specifične

nacionalne i povijesne okolnosti razvitka pojedinih medija, strukturu ekonomskog sustava, društvene vrijednosti i tradiciju (Peruško Čulek, 1999). Takva je analiza zahtjevna, ali je nedvojbeno važna i potrebna, jer opisane posljedice promjene vlasništva u medijima mogu imati značajne posljedice na smanjenje regionalne kulturne raznolikosti i promjenu regionalnog karaktera kulture u cjelini. Takav je karakter kulture, međutim, važan jer je uspješno uključivanje u globalizacijske procese moguće upravo na temelju postojanja snažnih lokalnih kulturnih identiteta. Stoga je važno praćenje i kontrola proizvodnje i distribucije lokalne kulture koja se odvija s privatizacijom medija. Hrvatska još uvijek nema jasno definiranu medijsku politiku, pogotovo u odnosu na ulogu koju privatni i javni mediji imaju u generiranju društvenih vrijednosti i identiteta, pa bi izostanak ovakva praćenja i formuliranja javnih politika zasnovanih na njemu, mogla biti velika prepreka uspješnom uključivanju Hrvatske u europske i svjetske integracije.

LITERATURA

Elliott, P. (1982) Intellectuals, the 'information society' and the disappearance of the public sphere, *Media, Culture and Society*, Sage Publication, sv. 4, str. 243-253.

Gher, L.A. i Bharthapudi, K. (2003) *The Impact of Globalization and Transnational media in Easter Europe of the 20 th Century: An Attitudinal study of Five Newly Independent States*.

URL:http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/OldSiteBackup/SubmittedDocument/s/archivedpapers/spring2004/pdf_files/Gher_5%20NIS%20States%20-%20East%20Europe.pdf. (23. lipnja, 2007).

Golding, P. i Murdock, G. (2000) Culture, Communication and Political Economy., u: Curran, J. i Gurevitch, M. (ur.), *Mass Media and Society*, London, Arnold, str. 70-93.

Habermas, J. (1989) *The Structural Transformations of The Public Sphere*, Cambridge, Polity Press.

Keane, J. (1989) 'Liberty of the Press' in the 1990s, *New Formations*. 8, Summer, str. 35-53.

Lizardo, O. (2007) *Globalization and culture: A sociological perspective*.

http://www.trentuniversity.ca/globalpolitics/documents/Lizardo_07_8.pdf (27. lipnja 2007).

Malović, S. (2004a) *Medijski prijepori*, Zagreb, Izvori.

Malović, S. (2004b) Hrvatska, u: Vilović, G. Malović, S. i Kanižaj, I. (ur.) *Utjecaj vlasništva na nezavisnost i pluralizam medija*. Zagreb, Sveučilišna knjižara u suradnji s ICEJ.

Malović, S. (2005) *Ekonomski pritisci na medije. Prava igra tek počinje*. URL:www.mediaonline.ba/ba/pdf.asp?ID=398&n=PRAVA%20IGRA%20TEK%20POČINJE. (15. lipnja, 2007).

Milas, G. (2005) *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*, Naklada Slap, Jastrebarsko.

Peruško, Z. (2003) Medijska koncentracija: izazovi pluralizmu medija u Srednjoj i Istočnoj Europi, *Medijska istraživanja*, Zagreb, god. 9, br. 1, str. 39-58.

Peruško Čulek, Z. (1999) *Demokracija i mediji*, Zagreb, Barbat.

Primorac, J. (2004) Joos Smiers: Arts Under pressure: promoting Cultural Diversity in the Age of Globalization, Published by Hivos, The Hague, Zed Books, London and New York, 2003, *Medijska istraživanja*, Zagreb, god. 10, br. 1, str. 83-101.

Splichal, S. (2000) Reproducing Political Capitalism in the Media of East-Central Europe, *Medijska istraživanja*, god. 6, br. 1, str 5-17.

Street, J. (2003) *Masovni mediji, politika i demokracija*. Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Thompson, M. (1995) *Kovanje rata: mediji u Srbiji, Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini*, Zagreb, Hrvatski helsinški odbor za ljudska prava.

Vilović, G. (2003) Istraživačko novinarstvo, tabloidizacija i etika, *Društvena istraživanja*, Zagreb, god. 12, br. 6, str. 927-956.

Zgrabljčić Rotar, N. (2003) Hrvatska medijska politika i javni mediji, *Medijska istraživanja*, Zagreb, god. 9, br. 1, str. 59-75.

TRANSNATIONAL OWNERSHIP AND LOCAL CULTURE: CONTENT ANALYSIS OF TWO CROATIAN DAILY NEWSPAPERS

SUMMARY

Based on the content analysis of type and profile of articles in cultural sections of two Croatian daily newspapers, this paper deals with the issue of changes in media ownership and the influence these changes have on media as generators of critical public sphere and actors in fostering regional cultural characteristics. This analytic focus is based on the hypothesis that successful integration into globalization processes is possible only if strong local cultural identity is present. Two Croatian regional daily papers with different ownership structure were analysed. The character of articles in cultural section was taken as an indicator of editorial politics change that came to life with media privatization processes. The analysis dealt with in articles *Slobodna Dalmacija*, daily newspapers from Split, year before *Slobodna Dalmacija* came under transnational corporate ownership (2004.) and year after the change (2006.). Daily newspapers *Novi List* from Rijeka, was analysed in the same time frame, since *Novi List* has different ownership structure than *Slobodna Dalmacija*.

For *Slobodna Dalmacija* analysis reveals the change in forms of presented cultural themes from local-regional aspect to national and international character along with fewer number of critical articles. In *Novi List*, that did not undergo an ownership change, trend is quite the opposite; articles content changes from national and international towards local and regional themes with no specific change in critical approach in published material. Since *Novi List* is one of the rare daily newspapers in Croatia that has no transnational corporate ownership, analysed data suggest that the absence of such ownership enables and promotes development of cultural values specific for one region while maintaining critical local public sphere.

KEY WORDS: *Content analysis, Croatian society, culture, media, public sphere, transnational ownership.*

