



PRINOS ANALIZI TEMELJNIH ODNOSA MEDIJA I KULTURE U HRVATSKOM DRUŠTVU

Srećko LIPOVČAN
Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb

UDK: 316.77(497.5):008
Prethodno priopćenje

Primljeno: 2. 7. 2003.

Autor polazi od činjenice sveprisutnosti moćnih industrija masovnih medija i potrebe njihova svestranog istraživanja, oprimgjerujući to na hrvatskoj kulturi kao segmentu naše društvene zbilje, jer naglašuje ontološki status kulture u društvu, koje društvo i "kultura" proizvodi. Nakon ekspliciranja temeljnih pojmova (mediji, kultura) i osnovne podjele medija (tiskani; elektronički; novi mediji) upozorava se na, dijakronički promatrano, višejezičnost naših komunikacijskih modela te informira o teorijskim pristupima osnovnoj medijskoj jedinici, tekstu, sa stajališta znanosti o književnosti, odnosno novinarstva. Predlaže se – kao jedan od mogućih – istraživački model kojim se ekspliciraju četiri temeljne razine na kojima se odnosi medija i kulture ostvaruju (informiranje; kritička recepcija; mediji kao prostori realizacije kulturnih tvorbi; mediji – zrcalo i vrelo za povijest hrvatske kulture).

✉ Srećko Lipovčan, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar,
Marulićev trg 19/1, p. p. 277, 10001 Zagreb, Hrvatska.
E-mail: Srecko.Lipovcan@pilar.hr

UVODNA NAPOMENA

909

Postuliranje trajnog interesa (nekog) društva za prostor slobodnoga intelektualnog stvaralaštva implicira i opravdano zanimanje za što primjerenije medijsko posredovanje kulturnih vrednotâ kao niske intelektualnih/duhovnih tvorbi. Kulturu razumijevamo kao relevantan segment zbilje zbog njezina ontološkog statusa: ona nije segment "društvene potrošnje", jer (i) ona "proizvodi" to "društvo". To podrazumijeva odgovornost, ozbiljnu brigu (i) za odnos "medija" prema kulturi, odnos adekvatan njezinu ontološkom statusu. Ova odgovornost ima specifičnu težinu u slučajevima kulturâ koje imaju rela-

tivno malen broj govornika u odnosu na govornike tzv. "velikih" jezika. I to je razlog što o ovom govorimo na primjeru jedne takve konkretne – hrvatske – kulture.

Osnovni razlog za opravdanu brigu jest praksa moćnih, planetarno sveprisutnih industrija masovnih medija, koju je praksu jedan ugledni teoretičar medija nedavno opisao ovako: "U općoj ekspanziji tehničke komunikacije i medija, ljudska komunikacija i spoznaja zbilje sve više potpadaju pod utjecaj medijalizirajućih tendencija, pa se u autentičnu spoznaju zbilje sumnja, a autentičnom se počinje smatrati druga zbilja, medijski posredovana (...) Medijska kultura – još prije nekoliko godina *contradictio in adiecto* – danas vrijedi kao dominantna, u najmanju ruku najvidljivija forma prisvajanja i konstruiranja zbilje" (Kübler, 2001., 41). Postupajući na taj način, moćne industrije masovnih medija radikalno mijenjaju temeljni smisao i ulogu, "razlog postojanja" medija, njihovu funkciju posredovanja autentične zbilje (dakle i kulture), kako bi na taj način istodobno promijenile i svog recipijenta, "stvorile" takvu "publiku" koja (više) nije kadra razlikovati autentično od neautentičnog (virtualnog). Ako je točno da je danas "sve više" na djelu "opća ekspanzija medijalizirajućih tendencija", onda valja podsjetiti na to da do toga ipak nije došlo naglo i neočekivano. Na tu "drugu zbilju" upozorava još Heidegger sintagmom "doba slike svijeta", iako tada nije mogao ni naslućivati tehnološke pretpostavke na početku trećega tisućljeća. S drugoga kraja svijeta, tamo gdje je industrija masovnih medija i rođena, koje desetljeće kasnije stigao je na tu promišljenu skepsu arogantan McLuhanov odgovor: "Medij je poruka".¹ Nedvojbeno je: od medija kao poruke – samo je jedan korak do dominacije "druge zbilje".

Takvo stanje stvari nalaže potrebu kontinuiranoga kritičkog istraživanja, analize medija u "postmodernom" vremenu,² pa pitanje ne glasi "Trebalo li proučavati (i) odnose medija i kulture?" nego: "O kakvim je tu odnosima riječ, što to jest, što valja proučavati i kako to valjano napraviti". Razumije se, i u okviru ovakva razumijevanja problema mogući su mnogi modeli. Ovdje se izlaže jedan od njih.

OKVIR I METODOLOŠKI PRISTUP.

"MEDIJ I, "KULTURA": TEMELJNI POJMOVI I NJIHOVA ZNAČENJA

Želimo li promotriti što bi to trebalo biti medijsko posredovanje kulturnih vrednota, tada zapravo želimo govoriti o odnosu "medija" i "kulture" na konkretnom hrvatskom primjeru, i to s gledišta "interesa kulture" (kao relevantnoga segmenta zbilje).³ Time je određeno temeljno motrište za polazišne teze koje bismo mogli formulirati ovako:

– različiti statusi "kulture" i "medija" ponajprije znače: u natič visoku stupnju uzajamne upućenosti – oni nisu ni isto- vrsni ni identični, dakle ni njihovi interesi to ne mogu biti

– "kultura" i "mediji" odnose se jedno prema drugome na različitim razinama i susreću na različit način. Ti odnosi nisu ni jednosmjerni ni jednosložni: njihova složena narav ponajprije ovisi o statusu i kompleksnosti svakoga od pojmova članova, a onda i uvijek novih situacija u kojima stupaju u neku svezu.

Ako želimo odrediti narav tih odnosâ – imajući u vidu maloprije spomenutu praksu moćnih medijskih industrija – valja se vratiti na početak i promotriti izvorna značenja temeljnih pojmova, posebice medija, jer je tu evidentno došlo do, slobodan sam poslužiti se asocijacijom, "zaborava bitnoga". Stoga stvari valja vratiti na početak.

Pojam *medija* dolazi od latinske imenice srednjega roda, *medium*. Prvozabilježeno, osnovno značenje – sredina, polovica – iznijelo je i niz izvedenica: ono što je u sredini, to i spaja, pa otuda još i u latinskome prvo ključno značenje – po-srednik. Istovažno je i drugozabilježeno značenje – objava. *Medium* je, tumači Divković, ono što je "... javno i svim pristupačno, očividno, jasno, od svih viđeno, svima znano, poznato...". Stoga on latinsku frazu *in mediam aliquod proferre* prevodi: "iznijeti nešto na vidjelo, objaviti" (Divković, 1980., 637-639). Ključna je riječ *nešto*.⁴ Imamo, dakle, izravno iz klasičnoga latinskog jezika, dva i danas aktualna, temeljna značenja: medij je posrednik i objava (nečega).⁵ Izvedenih značenja ima više.⁶

Pojam *kulture* u latinskom je jeziku prvotno označavao pradavnu, jednu od prvih ljudskih stvaralačkih djelatnosti: obrađivanje, težanje, rađenje (tla, njive); pojam ubrzo stječe i preneseno značenje: čudoredna obrazovanost, oplemenjivanje. U jednini pridjev *cultus* znači (onaj koji je) težan, a množina *culta* već je supstantivirana: pitomina, težana zemlja; *cultus* je potom – istim prijenosom značenja – i onaj koji je naobražen, uglađen. *Cultus*⁷ kao imenica slijedi ista značenja, ali donosi i nova: njegu i vježbanje duha.

Kako je već istaknuto, odnose o kojima je riječ želimo razmatrati sa stajališta interesa i afirmiranja (hrvatske) kulture kao duhovne i društvene činjenice u najširem smislu te riječi. Stoga, kad neke definicije upućuju da pod kulturom valja npr. smatrati "ukupnost duhovnih i umjetničkih izražajnih oblika jednog naroda (umjetnost, znanost itd.)", valja posebno naglasiti da se to ne odnosi samo na ono već dovršeno, tradicijski stečeno, na ono što je već stvoreno (kulturna tradicija), nego uvijek i na aktualnu dimenziju, jer kultura – možda bi se tako moglo reći – jest potreba njegovanja (duha) i skrbljenja kao stalne zadaće povijesne (ljudske) prakse.⁸

"MEDIJI": TEMELJNA PODJELA

Nema razloga ne prihvatiti uobičajenu podjelu medija na (a) tiskane, (b) elektroničke i (c) nove medije, jer ona nije formalna, nego se zasniva na respektiranju tehnoloških pretpostavki.

U tiskane medije ubrajamo – nakon knjige – dnevnu, tjednu, polumjesečnu ili mjesečnu periodiku (novine, magazini te, za kulturu osobito važni, časopisi), a u elektroničke medije radio i televiziju. Fotografija i film mediji su *sui generis*, a novi je medij internet. Imajući pred očima ovakvu osnovnu podjelu koja respektira tehnološke preduvjete u povijesnom razvoju, zamjećujemo da je jedno od izražajnih sredstava – iako ne uvijek, odnosno ne u svima njima i u istom statusu (ili "ulozi") – zajedničko (gotovo) svim medijima. To je jezik, riječ organizirana u tekst. Za tiskane medije se (neki tekst) piše da bi ga se čitalo, na radiju se (neki napisan ili "u glavi formuliran" tekst) govori da bi ga se slušalo, na televiziji se i kazuje (neki tekst) i pokazuje prostor iskaza (da bi se i slušalo i gledalo). Osim u fotografiji – redovito se susrećemo s tekstom, pa tako i u filmu (nijemom i tonskom).⁹

Jezik kao izražajno sredstvo implicira nekoliko činjenica, a prva je i najvažnija ta da tekstove valja proučavati kao ono što jesu, dakle: tekstovne vrste, žanrove, oblike. Ta "interna" zadaća ima istodobno i svoju "eksternu": riječ jest ono što je "zajedničko" i kulturi i medijima: organizirana kao tekst – "funkcionira" i tamo i ovdje, jest i jedno i drugo istodobno, a ipak – nije isto. To proizlazi iz različite biti (ontološkoga statusa) kulture i medija, i to unatoč visoku stupnju povijesno dokumentirane uzajamne upućenosti, pa i snažnih genoloških sveza, o čemu će još biti govora.

Pokazat ćemo kako mediji i kultura stupaju u odnose na različitim razinama i da ih oduvijek karakterizira stanovita napetost i dihotomija: to su unutarne dinamične sastavnice društvenoga života kao cjeline materijalnih i duhovnih pretpostavki. Jest, doduše, neka kulturna tvorba rezultat "slobodne volje", znanja i darovitosti autora, ali istodobno ovisi o tehnološkim mogućnostima, kao što je evidentno baš na dugome povijesnom putu i "medija" i "kulture": od glinenih pločica do prvoga tiskarskog stroja, od klasične strojevine tehnike do elektroničkog signala, od analognog do digitalnog itd.

S tih općih polazišta izložiti ćemo i dokumentirati različite tipove posredovanja kao četiri temeljne razine odnosa medija i kulture. Kompatibilne su, ali funkcionalno različite, prve dvije: informiranje o kulturi i kritička recepcija kulturnih vrednotâ. Na trećoj razini odnosa mediji se pojavljuju kao prostori realizacije kulturnih tvorbi. Na četvrtoj razini – koja materijal prve i druge razine podrazumijeva kao građu – mediji su vrelo za poznavanje tradiranih kulturnih vrednota. Prije nego što potanje izložimo svaku od navedenih razina, podsjećamo na to da smo već kazali kako je u središtu odnosa nešto što "pripada" i medijima i kulturi – riječ, dakle tekst – a da problem analiziramo u prostoru jedne konkretne, hrvatske, kulture.

VIŠEJEZIČNOST HRVATSKIH KOMUNIKACIJSKIH MODELA

Ne ulazeći u širu eksplikaciju, podsjećamo na to da u temeljima današnjega jezičnog standarda ne leži samo bogatstvo narječja i podnarječja nego i plodno, stoljetno supostojanje nekoliko "funkcionalnih" jezika i pisama (u hrvatskoj književnosti, znanosti i općedruštvenoj komunikaciji). Ti su temelji, mogli bismo reći, troslojni:

(a) Unatoč nužnosti standardizacije ("stvaranja" jedinstvenoga, kako se tada govorilo, "književnog" jezika), do koje je završne faze stjecajem povijesnih okolnosti došlo tek u doba hrvatskoga nacionalnog pokreta ("preporod", od tridesetih godina 19. stoljeća, početak procesa prve hrvatske modernizacije) – život štokavskih, čakavskih i kajkavskih idioma trajno je bio i ostao prisutan u dubinskim slojevima svijesti.¹⁰ Iz supostojanja hrvatskih "govora" generiraju se uvijek iznova svježi prinosi koji uklanjaju naslage rutine, jer u sebi nose neposrednost i "istinitost situacije".¹¹

(b) Postoji i drugi vid višejezičnosti hrvatskih komunikacijskih modela i kulture u povijesnoj perspektivi. Naši su pisani spomenici od samoga početka, dakle od razdoblja ranoga srednjeg vijeka pa sve do 19. stoljeća, pisani trima jezicima i trima pismima. Pisma su bila glagoljica, latinica i hrvatska ćirilica (bosančica/bosanica), a jezici hrvatska redakcija staroslavenskog, hrvatski i – latinski. Na nekim se spomenicima pisma i jezici prožimaju, na nekim dokumentima tekst je pisan jednim, a zabilješka na margini drugim pismom, supostojeći tako u zbiljskom životu tih davnih dana.¹²

(c) Na istom tlu nastaju – tijekom stoljeća – i jezične tvorbe/umjetnine na još nekim "stranim" jezicima, na talijanskom u mediteranskom i na njemačkom u kontinentalnom, srednjoeuropskom prostoru. Danas, kad je *lingua franca* engleski jezik, gotovo smo i zaboravili činjenicu da nekada (ni u nas, a ni drugdje u svijetu) engleski – osim, razumije se, u anglosaskim zemljama i njezinim kolonijama – nije imao ulogu koju ima danas. A riječ je o mnogim stoljećima hrvatske povijesti. Nakon univerzalnoga latinskog, u znanosti je – i u prirodnim i u humanističkim, odnosno društvenim znanostima, posebice od 19. stoljeća – to bio njemački. Tako je bilo još do prije stotinu godina, a stanje se radikalno promijenilo tek nakon 1945. Stoga, kada odnose medija i hrvatske kulture promatramo sinkrono, dobit ćemo jednu sliku, a kada uznastojimo oko dijakronijskog uvida – slika će biti drugačija.

Taj raznolik i plodan suživot dokumentira jednu od najvažnijih protega hrvatske kulture, njezinu otvorenost spram svijeta i komuniciranje sa svijetom, uvjetovanu, razumije se, i specifičnim geopolitičkim položajem hrvatskih zemalja.

"LITERARNI UPORABNI OBLICI"

Ovaj je ekskurs u književno-teorijska pitanja potreban zato što i našu zadaću, analizu medijskoga posredovanja, ne možemo obaviti ako ne znamo što istražujemo. Iako, kako je naglašeno, "medijska poruka" danas nije samo verbalna, ipak je osnovna jedinica neke poruke – tekst. Tipologija tekstova jest ključ koji ne otvara uvid samo u njihovu narav nego i svrhovitost, funkcionalnost. Osnovnu razdiobu možemo napraviti ako ponajprije razlikujemo književne tekstove (fikcijski tekstovi – fikcija) od znanstvenih tekstova (fakcija – od *factum*, činjenica).¹³ Međutim, postoji i treća, relativno velika skupina (različitih tipova) tekstova koji u strogom smislu riječi nisu ni književni ni znanstveni. Ovdje se zalažemo da njihov naziv bude literarni tekstovi.¹⁴

Pogledajmo najprije što o vrstama tekstova kažu tradicionalni teorijski koncepti od sredine prošloga stoljeća. Unatoč razlikama, svi oni ograničuju pojam literature/književnosti na takozvanu "lijepu književnost", beletristiku (*die schöne Literatur; les belles lettres*), a zapravo na pjesništvo: epsko, lirsko i dramsko.¹⁵ Tako Kayser obrazlaže da se tekstovi "lijepe književnosti" razlikuju od svih drugih tekstova po tome što imaju sposobnost "inicirati" (stvoriti) "...svojevrstu vlastitu predmetnost",¹⁶ pa je iz obzora svoga znanstvenog razmatranja, kako piše, izbacio "...djela znanstvenika, govornika, novinara" (Kayser, 1971., 16). U biti, govorimo li o vrstama i oblicima, i naša se znanost o književnosti, sve donedavno, malo bavila tekstovima koji bi prelazili granice ove trijade.¹⁷ Ovakav, suženi pojam literature i, samim time, interesa znanosti o književnosti izazvao je još početkom šezdesetih godina otpor i vrlo burnu diskusiju u germanistici. Rezultati su rezimirani u knjizi *Literarni uporabni oblici* H. Belkea (1973.).¹⁸ To su tipovi tekstova "...koji su prije svega određeni svrhom koja leži izvan njih samih, nekom pragmatičnom svrhom" (isto, 11). Belke se u bitnome oslonio na model jezikoslovca K. Bühlera i potom uputio onim smjerom što ga je u svojim spisima o problemima poetike i estetike naznačio J. Mukařovský (1967.; 1970.). Češki strukturalist govori o četiri funkcije jezičnoga znaka. Tri su "praktične": prikazbena, ekspresivna i apelativna. "Praktične" su zato što slijede neku izvanjezičnu svrhu. Četvrta je funkcija "estetička", a razlikuje se od prvih triju po tome što se usmjerava na "kompoziciju jezičnog znaka" (isto, 1970., 48). Isti autor potom piše: "Posredovanjem prvih triju funkcija zadobiva primjena jezika praktično polje djelovanja; četvrta se funkcija, naprotiv, otima neposrednoj svezi s praksom" (isto, 49). I za ovu je analizu vrlo instruktivno sljedeće njegovo mišljenje: "Nikada se ne događa da u nekom, posve autonomnom, umjetničkom iskazu potpuno iščezne praktična funkci-

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 12 (2003),
BR. 6 (68),
STR. 909-925

LIPOVČAN, S.:
PRINOS ANALIZI...

ja (...); svako je pjesničko djelo, u najmanju ruku virtuelno, i prikaz i izraz i poziv; često baš ove, praktične funkcije, snažno dolaze do izražaja u nekom umjetničkom djelu, prikazbena na primjer u romanu, izražajna u lirici". Relevantno je za našu problematiku i ovo: "Vrijedi i obratno: ni jedna praktična djelatnost nije potpuno lišena estetičke funkcije; ona u najmanju ruku potencijalno sudjeluje u svakoj ljudskoj djelatnosti; u svakodnevnu govoru, primjerice, svaka radnja pri kojoj u prvi plan izbijaju semantičke sveze što organiziraju i proživljavaju kontekst, budi estetičku funkciju." (isto, 1970., 49). Belke ovako razvija njegove postavke:

"Prevladava li sveza s kontekstom, onda dominira estetička funkcija; ima li pak prednost odnos između označenoga i zbilje – dominira praktična funkcija. U pjesništvu ima neprijepornu prednost estetička funkcija, u uporabnoj pak literaturi uz nju, u pojedinim oblicima, dolazi do izražaja neka praktična funkcija" (isto, 61). Predložio je klasifikaciju i opis "etabliраних" uporabnih literarnih oblika prema kriteriju dominantne praktične funkcije. Kako bi pokazao funkcionalnost njihovih literarnih elemenata, razlikuje četiri skupine (isto, 78-157; usp. i Müller, 1980., 5-14), od kojih su za naše razmatranje važne tri; to su tekstovi s funkcijom informiranja, vrednovanja i apelacije.

TIPOLOGIJA S GLEDIŠTA ZNANOSTI O NOVINARSTVU

Govoreći o vrednovanju kulture u medijima, govorimo na vlastito o novinarstvu, pa valja ukratko pogledati kako tipološki uvid izgleda sa stajališta te struke.

Znanost o novinarstvu neće, razumije se, slijediti metodologiju znanosti o književnosti. Ali kada govori o "oblicima novinarskog izražavanja" i precizira "novinarske žanrove" (dakle tipove tekstova koji se rabe u medijima, posebno tiskanim), mora uvodno konstatirati sljedeću činjenicu: "Tijekom više stoljeća novine su nastale kao sinteza literarno-znanstvenog diskursa..." (Sapunar, 1994., 72). Evo "genološke veze" koju smo na početku samo spomenuli.¹⁹ No kako se to u novinarstvu dobro znade, "osnovna jedinica", njegov prvi i najizvorniji "žanr" (u našem razmatranju: tip teksta), nije stigao ni iz književnosti ni iz znanosti, nego je originalan u pojavi novina kao posrednika novine, odgovarajući na prvi zahtjev javnosti koja želi znati što je "novo": to je vijest.²⁰

Dakle, s aspekta novinarstva broj i tumačenje žanrova (tipova tekstova) drugačije je zamišljeno i strukturirano. Za naše je potrebe svrsishodno respektirati stajališta obiju disciplina iz kojih potječu temeljni pojmovi (mediji, kultura): izraditi popis oblika koji će biti kombinacija tipova tekstova iz jedne i druge, da tako kažem, "kolone" – i one književno-

znanstvene i one novinarske. Popis koji ćemo dobiti temeljit će se na kriteriju funkcionalnosti u smislu Belkeove pragmatične svrhe, odnosno na određivanju dominantne praktične funkcije svakoga od njih. Razlog za ovakav postupak ne leži u pukoj želji za konstituiranjem još jednoga kanona oblika, nego u potrebi određivanja tipova višedimenzionalnih odnosa između medija i kulture.

DOMINANTNE FUNKCIJE

Zašto govorimo o dominantnoj funkciji? Zato što valja imati na umu da u zbilji, analogno jezičnom znaku, nema idealno "čistih oblika". Svaki tekst, u načelu, sadrži nekoliko funkcija, a ona koja preteže, koja nekom tekstu daje njegov glavni značaj (karakter), jest dominantna. Pokazalo se kako se živa riječ opire Prokrustovoj postelji nekog operativnog modela i onda kad je on najpromišljeniji, pa možemo kazati da (svako pojedino) djelo zahtijeva prilagodbu (nekog općeg) modela cjelini svoje literarne biti. Ta prilagodba ne može biti mehanička primjena modelnih instrumenata, jer je riječ o složenom i dinamičnom procesu, o dijalogu općeg i posebnog u proходу kroz neki tekst. Tek potanka analiza konkretnoga teksta može odgovoriti na pitanje o kojoj je dominantnoj funkciji riječ te u kojoj su mjeri relevantne i subdominantne funkcije; tek tada možemo odrediti o kojem je uporabnom obliku zapravo riječ. Raspravljajući o književnim sustavima, istaknuti naš germanist svjetskoga glasa i teoretičar književnosti Viktor Žmegač upozorio je: "Prihvaćajući određenu terminologiju ili neku periodizaciju, moramo imati na umu da se u stvarnosti nikad ne javlja čist, 'destiliran' stil; takva je predodžba tek apstrakcija književnopovijesne sinteze" (Žmegač, 1986., str. 501).²¹

ČETIRI RAZINE POSREDOVANJA/ OSTVARIVANJA ODNOSA MEDIJA I KULTURE

Informiranje. Posredovanjem informacija afirmira se (živa) povijest i suvremenost (hrvatske) kulture, dominantna je dakle obavijesna funkcija.

Kada mediji ažurno, objektivno i kompetentno informiraju javnost o (a) relevantnim kulturnim događajima/zbivanjima; (b) umjetnički, kulturološki ili znanstveno posebno vrijednim tvorbama (umjetnička/znanstvena djela) te (c) raznovrsnim problemima koje život donosi u "svijetu kulture" (materijalnim, kadrovskim, organizacijskim, koncepcijskim itd.), onda, nema sumnje, obavljaju jednu od svojih temeljnih zadaća. Sa stajališta interesa hrvatske kulture, ova je informacijska zadaća medija izvanredno važna, posebice stoga što, bar načelno, omogućuje sustavnu "prisutnost" kulture kao niske stalno postojećih djelatnosti i njezinih "rezultata" (kulturne

tvorbe), a ne samo (isključivo) posebno vrijednih postignuća. Spomenuli smo kriterije: ažurno, objektivno, kompetentno. Oni su važni zato što je već i sama objava neke informacije u medijima vrednovanje: iz mnoštva drugih izabrana je te posredovana/objavljena baš ona, a ne neke druge. Novinari su, po logici stvari, i u svojem osnovnom poslu uvijek u poziciji izabiranja. Tako, na primjer, kažu: nije sve vijest. No za poslenike u kulturi, važno je ovo: nije samo na novinarima, motriteljima dnevnih zbivanja, što hoće, a što neće "postati vijest" (ili informacija, dakle oba-vijest). I s gledišta odnosa kulture prema medijima valja naglasiti da ciklus "informacijskog života" počinje ondje, gdje se nešto dogodilo: na izvoru. Unatoč na početku citirane ocjene o "drugoj zbilji" – doista se ništa nije "dogodilo" u medijima – dogodilo se u zbilji! U tom je smislu za ukupnost pozicije kulture u društvu isto tako važna sitnotiskana, kratka (oba)vijest o tome npr. gdje se i kada daje neka predstava, koliko i – *post festum* – stručno pisana kritika neke kazališne izvedbe. Svi elementi moraju biti na broju ako se želi uspjeh i ništa nije toliko nevažno da bi se moglo zaboraviti.

Kritička recepcija. Dominantna je funkcija vrednovanja, a govorit ćemo i o jednom od oblika koji ima i izrazitu (subdominantnu) apelativnu funkciju.

Riječ je o djelatnosti medija koja nastupa tek nakon kompetentnog uvida u odnosne činjenice, u ono dakle što se zbiva ili je stvoreno, a temelji se na, možda najvažnijem, načelu profesionalnog novinarstva: "Činjenice su svete, mišljenje je slobodno". Izdvojili bismo tri podskupine takvih oblika:

a) prva se u odnosu prema kulturnom dobru ostvaruju kao izvorni/legitimni medijski proizvod: na primjer osvrt, komentirani izvještaj, komentar i uvodnik (najčešće u novinama)

b) druga je podskupina oblika koji su stekli suvremeni medijski status, ali su izvorno stvaralački literarni oblici, tj. i sâmi su kulturna tvorba *par excellence*: tu je najprije manje zahtjevan prikaz i mnogo zahtjevnija kritika (književna, kazališna, glazbena, likovna itd.). Izrazitu stvaralačku težinu, ali isto tako i medijsku funkciju, imaju ogled (internacionalizam: esej) i podlistak (internacionalizam: feljton)

c) u trećoj su podskupini oblici koji, uz to što vrednuju, imaju i naglašenu apelativnu funkciju (primjer: polemika).

Za razliku od tiskanih medija, elektronički mediji – radio i televizija – imaju mogućnost izravnog "uključivanja", "prenošenja" onoga što se upravo toga trenutka zbiva (tzv. "live"). Na razinama odnosa o kojima sada govorimo, oni tako "neposredno" posreduju "informaciju": kazališnu predstavu, koncert, neki skup itd. Ako je riječ o izravnom prijenosu nekoga

umjetničkog događaja, onda je riječ o "živoj izvedbi", a time smo se približili i trećoj razini naših odnosa.

Mediji – prostori stvaranja kulturnih tvorbi. Mediji to postaju onda kada se neka kulturna tvorba realizira/stvara u njima samima.

U osnovi postoje dvije mogućnosti. U prvoj se u prostoru medija pojavljuju ostvaraji "kao takvi". Primjeri su brojni: to je književni tekst (pjesma, kratka priča, ulomak/poglavlje veće prozne cjeline itd.) koji se objavljuje u novinama i časopisu, koji je pročitao u specijaliziranoj radioemisiji ili pročitao i vizualno aranžiran u posebno za to pripremljenom TV studiju ili u eksterijeru (npr. emisije poezije i proze). Tu se već stvorene (oblikovane) kulturne tvorbe posebno prilagođuju/adaptiraju za medije. "Prilagodba" je uvijek nužna: postoji isto tako na stranicama dnevnih ili tjednih novina, odnosno časopisa,²² koliko i na radio-valovima i na TV ekranu. Druga mogućnost: stvaralac od početka računa na specifičnost pojedinog medija: neki se književni tekst zamišlja i piše za određeni medij, na primjer za radio ili za TV. To su originalni medijski oblici, npr. radiodrama (dramaturški jednostavniji oblik: radioigra) i televizijska drama.²³ Uz već spomenute radijske ili televizijske književne žanrove, elektronički mediji velik dio svoga programa posvećuju glazbi, a televizija i likovnim umjetnostima.²⁴

Mediji – zrcalo i vrelo za povijest hrvatske kulture. Na djelu je razmatranje i proučavanje kulturne tradicije.

Mediji su, kako ih mi ovdje shvaćamo i u oblicima u kojima ih promatramo, proizvodi novije povijesti. O periodici²⁵ može se govoriti tek od početka 17. stoljeća, a od 18. stoljeća novine – uz letke i brošure – postaju nezaobilaznim sredstvom informiranja u europskim, kasnije i izvaneuropskim, zemljama. U nas su se prve novine pojavile u drugoj polovici 18. stoljeća.²⁶ Od prvih desetljeća 19. stoljeća tiskani nam mediji mogu odgovoriti na pitanje kako se u njima ogledala tada suvremena hrvatska kultura, ali i ona (tada već) tradicijska. Valja odmah kazati: novine i časopisi u Hrvatskoj su punih stotinu godina imali prvorazrednu ulogu u razvoju hrvatske kulture, dakle znanosti, umjetnosti i, osobito, jezika.²⁷ Ne poznavajući tih medija, ne poznajemo ni dobar dio hrvatske kulture toga vremena. Samo se jedan medij rano priključio tiskovinama, a i sam je u njima našao svoje mjesto: fotografija. Njoj će se, krajem 19. stoljeća, priključiti epohalni izum filma. Od 20-ih godina prošloga stoljeća u Hrvatskoj će, ubrzo nakon pojave u svijetu, proraditi i radio, a sredinom pedesetih, također u Zagrebu, i televizija. I radio i televizija bili su prvi na prostoru cijele Jugoistočne Europe, a ne samo međuratne (odnosno poslijeratne) Jugoslavije.²⁸

BILJEŠKE

¹ Tu je krilaticu u nas svojedobno, krajem 60-ih godina prošloga stoljeća, osobito često i trijumfalno citirao jedan naš, moćnim (američkim) masovnim medijima fasciniran, "medijski djelatnik", kritičar u tada najjačim "državnim" novinama. Karakteristično je da je isti kritičar u isto vrijeme "progonio" pojedine vrednote tradicionalne (europske) kulture, upravo "ratovao" protiv njih (npr. nekih skladatelja 19. stoljeća!), kvalificirajući ih konzervativnim i nepodobnim (za našu "socijalističku stvarnost", to se podrazumijevalo, dakako). Ne znam koliko je bio svjestan činjenice da je McLuhanova pozicija rezultat ne samo jednoga posve drugačijeg poimanja kulturnih vrednota nego i drugačijeg statusa kulture (u američkom društvu), drugačijeg od onoga koji je bio etabliran u Europi. Međutim, još je važnije da su McLuhanovi "sljedbenici" i "propagatori" u pravilu "zaboravljali" upozoriti kako slavnog citiranog autora u njegovim "analizama" nisu uopće zanimala kategorije sadržaja, proizvodnje, načina recepcije i utjecaja medija, da je McLuhan – upravo apstrahirajući od svakog sadržaja – ambiciozno zaključivao i o povijesnim procesima, npr. i ovakvim tvrdnjama: "Tiskarstvo je u 17. stoljeću stvorilo individualizam i nacionalizam" (u knjizi *Die magischen Kanäle. Understanding Media*, 1992., 31, cit. pr. Schanze 2001., 32).

² U širem smislu to je analiza funkcioniranja cijelih sustava, u užem – analiza pojedinih medijskih proizvoda i, napokon, tipova odnosa medija prema najvažnijim segmentima društvene zbilje. Takve su analize na djelu s gledišta mnogih samostalnih disciplina, npr. semiotike, komunikologije, znanosti o publicistici i o književnosti, jezikoslovlja, estetike, sociologije itd. (Kübler, isto, 43). U nas uglavnom još uvijek čedna, literatura o "medijima" je u svijetu, bez "vladajuće" paradigme ili "kanona", već narasla do nepreglednosti. O sustavnom pristupu toj problematici svjedoče i dva najnovija izdanja s njemačkoga jezičnog područja. Tako popis literature koju Wilke (2000., 359-420) navodi na kraju svoga opsežnog djela o osnovnim smjerovima povijesti medija i komunikacije donosi više od 1400 bibliografskih jedinica. Vrlo je instruktivan i "Priručnik za povijest medija" (Schanze, 2001.), već i zbog uvida u bogatu literaturu na kraju svakoga od ukupno 18 poglavlja što su ih pisali različiti autori, specijalisti za pojedine aspekte sistematskih koncepata i integralnih medijskih teorija.

³ Moguć je, razumije se, i drugačiji okvir i metodološki pristup – s gledišta interesa medija, odnosno novinarstva kao profesije.

⁴ Medij "iznosi na vidjelo" nešto, to nešto je nešto drugo, sâm medij dakle ne može biti to "nešto"; dakle, medij ne može biti "poruka".

⁵ Da bi mogla biti posredovana, poruka se mora "materijalizirati", a to je – sve do pronalaska elektroničkih medija – značilo: objaviti (u smislu: publicirati). Iz uporabe je nažalost iščezla odlična Šulekova kovanica obnarodovati (tako je svojedobno bio preveo njemački glagol "publizieren"), odlična zato što upućuje na prvotno značenje: *publicus*, naime, dolazi od *populus*, a taj je "narod" – javnost u onome smislu u kojem je formulirano i ime rimskog imperija (*Senatus populusque romanus* – SPQR, Senat i rimski narod). Rimske "diurne", objave, preteča su mnogih kasnijih "službenih novina".

⁶ U jednom se književnoteorijskom priručniku (*Rečnik*, 1985., 413) kaže da je medij sredstvo, posrednik koji omogućuje komunikaciju. U tom smislu autor natuknice B. Milanović govori i o "različitim medijima pojedinih umetnosti" te npr. ističe da je "jezik osnovni medij književnosti". Upozorava također, što neće biti bez interesa za kasnija razmatranja, da je važan i aktualan problem prenošenja umjetničkog djela iz jednog medija u drugi, pa daje primjer romana kao drame ili filma, tj. dramatizacije ili njegove filmske adaptacije. Napokon, na tragu ove posljednje tvrdnje, Milanović smatra da medij sve više znači skup izražajnih sredstava karakterističnih za određene umjetnosti ili njihove pojedine vrste. U uporabi su i pojmovi televizijskog i filmskog "jezika". Egzemplarno tu metaforiku nalazimo kod filmskog teoretičara Béle Balásza u knjizi *Duh filma*: "Jezik filma nezadrživo se profinilo... Htio bih sada skicirati neku vrst gramatike toga jezika. Možda i stilistike i poetike" (*Der Geist des Films*, 1972.), dok André Bazin govori o "kinematografskom jeziku" (*Was ist Kino?*, 1975.; cit.: Schanze, 2001., 19, 20). I jedan suvremeni rječnik hrvatskoga jezika obavješćuje da je medij sredstvo i (usmeni, pismeni) način iskazivanja nečega, sredstvo komunikacije (Anić, 1991., 331). Polazeći od osnovnih značenja (sredstvo; posrednik), jedan će suvremeni njemački rječnik uporabu našega pojma zabilježiti i u nastavi. Nastavna su sredstva npr. knjiga, film, magnetofonska vrpca, televizija itd. (Wahrig, 1986., 873). U jednom priručniku novinarstva mediji su definirani i kao "tehnički prijenosnici informacija na daljinu", kao "materijalni supstrat pomoću kojeg se informacije posreduju u komunikacijskom procesu" (Sapunar, 1994., 24, 43).

⁷ Divković, ib., str. 264. *Cultus* Rimljanima znači i štovanje (bogova), pa odatle i pojam *kulta* u suvremenim jezicima.

⁸ Jer ako to nije, onda je i njezina tradicija besmislena, "nepotrebna", onda je ona samo prolazni, "modni" hir: zato sve ahistorijske koncepcije zapravo teže eliminiranju i iz sadašnjosti i iz budućosti. Samo po sebi se razumije da pojam suvremene hrvatske kulture pokriva svekoliki aktualni "kulturni život", što znači i tvorbe (djela) kojoj autori nisu samo domaći stvaraoci.

⁹ Dakako, ima i drugačijih sistematizacija. Neki autori nakon tiskanih medija navode sliku (statička: fotografija; pomična: film), ton (radio, gramofonska ploča, magnetofonska vrpca/kaseta, CD) te ton i sliku (zvučni film, televizija, video). Valja upozoriti da su ovakve sistematizacije "privremene": ugrožava ih razvoj mikroelektronike, digitalizacije, elektronskog umrežavanja, medijalne konvergencije, interneta i multimedijalnih mogućnosti (Kübler, 2001., 41).

¹⁰ Intervencije ideologije u ontološku sferu ostaju samo vremenski ograničeni pokušaji. Najbolji je primjer za to "uspon i pad" tzv. hrvatskih *vukovaca* s njihovim "štokavskim purizmom" i pokušajem konstruiranja zajedničkoga standarda za prostore na kojima živi nekoliko južnoslavenskih naroda. Njihova radikalna borba protiv hrvatske kulturne tradicije kao cjeline (favoriziranjem samo jedne, ali "reformirane", jezične sastavnice) i, potom, njezino niveliranje s izvanhrvatskim tradicijama, imalo je izvanjezičnu svrhu. Trebalo je postati "znanstvenim" argumentom za politički projekt "narodnog jedinstva" (južnoslavenski unitarizam). Unatoč snažnoj potpori raznih "državnih politika" (najprije Khuena, a potom i obiju jugoslavenskih državnih zajednica) – povijesni je razvoj otišao u drugom smje-

ru. Karakteristično je da i oni koji danas tvrdoglavo inzistiraju da su "hrvatski i srpski jedan jezik" – ne mogu sakriti da im je politički deziderat (nekakva) jugoslavenska državna konstrukcija, a malo vode računa o tome da je, sociolingvistički, posve nevažno koliko su neki jezici "slični", "bliski" (ili nisu).

¹¹ Pjesništvo, nekad zvano "dijalektalno", u tom je smislu, baš kao i npr. klapsko pjevanje, poučan primjer, a razni oblici argota/slenga to uvijek iznova potvrđuju u svakom naraštaju urbanoga stanovništva.

¹² Uvid u tu složenu cjelinu dala je izložba pod naslovom "Drei Schriften – drei Sprachen. Kroatische Schriftdenkmäler und Drucke durch Jahrhunderte" (Tri pisma – tri jezika. Hrvatski pisani spomenici i tiskana djela kroz stoljeća), postavljena u berlinskoj Državnoj knjižnici, središnjoj njemačkoj slavističkoj biblioteci, od travnja do lipnja g. 2002. Središnje je mjesto zauzimala glagoljica, najstarije slavensko pismo uopće. Tom je prigodom tiskana i istoimena publikacija na njemačkom jeziku. Ista izložba bit će u siječnju 2004. otvorena u Kraljevskoj biblioteci u Bruxellesu, publikacija izlazi na francuskom i engleskom jeziku te, nekoliko mjeseci kasnije, ponovno u Njemačkoj, u Stuttgartu i Karlsruheu.

¹³ Tu će se rijetko tko moći zabuniti i, na primjer, Šenoino *Zlatarovo zlato* proglasiti faksijskim tekstom, jer je evidentno da ta knjiga nije znanstveno (u ovom slučaju: historiografsko) djelo. Posve je drugo pitanje koliko nam taj roman više ili manje vjerno govori o vremenu u kojem se radnja zbiva. Fiksijsko djelo toga žanra (povijesni roman), koliko god autor rabio i povijesnu građu (podatke npr. o Gradecu u to doba, o tome kako funkcionira gradska uprava a kako vlast plemića, gdje je razlog sukoba među staležima itd.), ostaje romanom, dakle književnim djelom *par excellence*. S druge strane, lako ćemo od eminentno književnoga djela razlikovati ono znanstveno, na primjer neku "povijest Hrvatske", koja nam također govori o prošlosti Zagreba i Hrvatske u 16. stoljeću. Dakle, tu u razlikovanju fiksijskoga i faksijskoga nema problema.

¹⁴ Doduše, u svakodnevnoj uporabi u nas su književni i literarni sinonimi, ali kako postoji potreba daljnjega preciziranja, terminom književni u ovoj studiji označujem ono što je fiksijsko (tj. "umjetno" – umjetničko).

¹⁵ Tako je to nakon II. svjetskog rata djelom *Književna umjetnina* (1. izdanje: Bern, 1948.) – ponovno kanonizirao njemački znanstvenik Wolfgang Kayser (1971.), a u knjizi *Temeljni pojmovi poetike* (1. izdanje: 1946.), blizak mu je i švicarski teoretičar Emil Staiger, jer i on govori o lirskom, epskom i dramskom stilu (Staiger, 1971.).

¹⁶ "(...) eine Gegenständlichkeit eigener Art hervozurufen" (Kayser, 1971., 14).

¹⁷ Na primjer: u studiju hrvatske književnosti za Matoša, Ujevića ili Krležu može se čuti da su (također) bili i vrsni polemičari. No teško ćete u nekom našem priručniku naći dostatno obrazloženje za polemiku kao oblik teksta. U pregledima povijesti hrvatske književnosti (od Vodnika i Ježića do Jelčića) ili književnoznanstvenim priručnicima svijetom možemo tražiti nekakav sustavan, teorijski obrazložen i povijesno izložen pregled književne kritike, polemike ili eseja, da ne govorim o drugim oblicima/tipovima literarnih tekstova. Tako je bilo sve donedavno (usp. Uvod, 1986.).

¹⁸ Riječ je o svim onim tekstovima koji se ne daju ubrojiti u "trojstvo", a nazivani su i *Zweckformen* (shodni oblici, oblici koji imaju neku svrhu) ili, razumljivije i na hrvatski prevodljivije, *Gebrauchsformen* – uporabni oblici, kako sam i sâm bio preveo naslov Belkeove knjige kada sam s njom upoznao domaću publiku (Lipovčan, 2002.).

¹⁹ Razumije se, ima i posve drugačijih gledišta: "Mediengeschichte könnte mit Kulturgeschichte gleichgesetzt werden, und umgekehrt, so scheint es, hat Kulturgeschichte keinen anderen Inhalt als die Medien." (Schanze, 2001., 4). Ovakva je pozicija moguća samo zato što Schanze i "kazalište, umjetnost (likovnu), književnost, knjigu, film, radio, televiziju, digitalne medije" smatra "pojednim medijima". Dakako, riječ je o drugačijem razumijevanju pojma "medij".

²⁰ Genezu novinarskih žanrova isti priručnik opisuje ovako: iz vjesti, "(...) svoga prvoga i najizvornijeg žanra (...), iz njega, na njemu i oko njega novinstvo je izrađivalo široku lepezu svoje naracije. Tako su nastali i složeniji novinski oblici kao što su: izvještaj, osvrt, komentar, kritika, članak, feljton i esej kao granični oblik između novinarstva i književnosti, odnosno znanosti" (isto, 73).

²¹ Na temelju ovih prosudbi na Studiju hrvatske kulture (kroatologija) na fakultetu Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu od ljetnog semestra akademske godine 1999./2000. predajem obavezni kolegij "Mediji i hrvatska kultura".

²² Ono što u novinstvu zovemo prijelom (u klasičnom tiskarstvu olovni slog morao se "prelomiti" kako bi se mogao "nastaviti" u drugom stupcu ili na drugoj stranici), zapravo je prilagođivanje (novinskog/časopisnog) prostora (neke unaprijed određene površine/formata "papira") – nekoj posebnoj svrsi: agencijske vijesti se npr. "prelamaju" (što znači "plasiraju"), odnosno tiskaju/objavljuju, obično u užim stupcima dnevnih novina. Kratku priču, na primjer, književni oblik koji nam je stigao iz anglosaske masovne kulture (*short story*), ni urednik ni tehnički urednik novina/magazina neće dati "prelomiti" kao – agencijsku vijest, a uz tekst će često biti tiskana i neka ilustracija ("vinjeta"). Prostor dakle o kojem je riječ specifičan je ili specifično adaptiran baš za pojedine vrste književnih djela namijenjenih objavi u periodici – na primjer, prije nego što se objave u knjizi.

²³ Tih umjetničkih tvorbi prije pronalaska radija ili televizije – nije bilo.

²⁴ Postojanje ove, treće, razine možda je potaknulo citirano stajalište o tome da bi kultura bila ono što jest – medijska kultura.

²⁵ Kad je letak počeo izlaziti redovito, tj. periodično, rođene su novine.

²⁶ Tiskane su na njemačkom jeziku i zvale su se *Kroatischer Korrespondent* (*Hrvatski dopisnik*). Kratko su izlazile u Zagrebu, u doba jozefinskoga prosvijećenog apsolutizma. Samo po imenu (*Ephemerides zagabienses*) poznajemo prethodnika na latinskom jeziku.

²⁷ Ovdje ne možemo navesti ni najpoznatije od njih, pa upućujemo na literaturu: Karlić, 1912., Hergešić, 1936., Horvat, 1962., Novak, 1997., Lipovčan, 2000.¹, 2000.²

²⁸ Najpouzdaniji uvidi pristupačni su u četiri monografska rada dr. N. Vončine (1986., 1997., 1999., 2001.).

LITERATURA

- Anić, V. (1991.), *Rječnik hrvatskoga jezika*. Novi Liber, Zagreb.
- Belke, H. (1973.), *Literarische Gebrauchsformen*. Bertelsmann Universitäts-Verlag, Düsseldorf.
- Divković, M. (1980.), *Latinsko-hrvatski rječnik za škole. Troškom i nakladom kr. Hrvatsko-slavonsko-dalmatinske zemaljske vlade*, Zagreb, Zagreb 1900. (pretisak: Zagreb, 1980.)
- Hergešić, I. (1936.), *Hrvatske novine i časopisi do 1848*. Matica hrvatska, Zagreb.
- Horvat, J. (1962.), *Povijest novinstva hrvatske 1771 – 1939*. Stvarnost, Zagreb.
- Karlić, P. (1912.), *Kraljski dalmatin*. Zadar.
- Kayser, W. (1971.), *Das Sprachliche Kunstwerk. Eine Einführung in die Literaturwissenschaft*, 15. izdanje, Bern.
- Kübler, H.-D. (2001.), *Medienanalyse*. U: H. Schanze (ur.), *Handbuch der Mediengeschichte* (str. 41-71), Alfred Kröner Verlag, Stuttgart.
- Lipovčan, S. (2000.¹), *Osnivanje Hrvatskoga novinarskog društva. Od prvih zamisli i priprava do konstituiranja, 1877. – 1910.*, *Društvena istraživanja*, 6, 913-954.
- Lipovčan, S. (2000.²), *Društvo novinara: između interesa javnosti i zahtjeva vlasti*. U: *Spomenica HND 1910. – 2000.*, 31-60, Press Data, Zagreb.
- Lipovčan, S. (2002.), *Mladi Ujević, politički angažman i rana proza (1909.-1919.)*. Književni krug Split, Split.
- Mukařovský, J. (1967.), *Kapitel aus der Poetik*. Edition Suhrkamp 230, Frankfurt/Main.
- Mukařovský, J. (1970.), *Kapitel aus der Ästhetik*. Edition Suhrkamp 428, Frankfurt/Main.
- Müller, U. (ur.) (1980.), *Journalistische Textformen*. Herder, Freiburg-Basel-Wien.
- Novak, B. (1997.), *Hrvatsko novinstvo [1774 – 1995]*. U: *Almanah hrvatskoga tiskarstva, nakladništva, novinstva, bibliotekarstva i knjižarstva*, 129-227, Zagreb.
- Sapunar, M. (1994.), *Osnove znanosti o novinarstvu*. Epoha, Zagreb.
- Schanze, H. (ur.) (2001.), *Handbuch der Mediengeschichte*. Alfred Kröner Verlag, Stuttgart.
- Staiger, E. (1971.), *Grundbegriffe der Poetik*. DTV-wissenschaft, München.
- Uvod u književnost*, (1986.), Z. Škreb i A. Stamać (ur.), IV. izdanje, Globus, Zagreb.
- Vončina, N. (1986.), *Radio Zagreb 1926. – 1941*. U: *Prilozi za povijest radija u Hrvatskoj*, Treći program, 13/1986., Radio Zagreb.
- Vončina, N. (1997.), *Dvanaest prevratnih godina: 1941. – 1953*. U: *Prilozi za povijest radija u Hrvatskoj*, II., Treći program Hrvatskog radija, Hrvatski radio, Zagreb.
- Vončina, N. (1999.), *TV osvaja Hrvatsku*. U: *Prilozi za povijest radija i televizije u Hrvatskoj*, Treći program Hrvatskog radija, Hrvatski radio, Zagreb.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 12 (2003),
BR. 6 (68),
STR. 909-925

LIPOVČAN, S.:
PRINOS ANALIZI...

Vončina, N. (2001.), RTV Zagreb 1959. – 1964. U: *Prilozi za povijest radija i televizije u Hrvatskoj*, Treći program Hrvatskog radija, Hrvatski radio, Zagreb.

Wahrig, G. (1986.), Deutsches Wörterbuch. Mosaik Verlag München.

Wilke, J. (2000.), Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte. Von den Anfängen bis ins 20. Jahrhundert. Böhlau Verlag Köln – Weimar – Wien.

Žmegač, V. (1986.), Književni sustavi i književni pokreti. U: *Uvod u književnost*, str. 499-525, Zagreb.

A Contribution to the Analysis of the Fundamental Relations Between the Media and Culture in Croatian Society

Srećko LIPOVČAN
Institute of Social Sciences Ivo Pilar, Zagreb

The author begins with the omnipresence of powerful mass media industries and the need to have them universally researched, taking the example of Croatian culture as a segment of our social reality, because it stresses the ontological status of culture in society, which is produced by society and "culture". After explaining the fundamental concepts (media, culture) and the basic divisions of the media (printed; electronic; new media) the author warns of the, diachronically speaking, multilingual quality of our communication models and informs of the theoretical approaches to the main media unit, the text, from the viewpoint of literary science, i.e. journalism. The author suggests – as a possible one – the research model that explains the four basic levels crucial to the realisation of relations between the media and culture (information; critical reception; the media as areas of realisation of cultural forms; the media – a reflection and source of the history of Croatian culture).

Ein Beitrag zur Analyse des Verhältnisses zwischen Medien und Kultur in der kroatischen Gesellschaft

Srećko LIPOVČAN
Ivo-Pilar-Institut für Gesellschaftswissenschaften, Zagreb

Der Verfasser geht von der Tatsache aus, dass die Massenmedien mit den sie hervorbringenden mächtigen Industrien allgegenwärtig sind, und nimmt die kroatische Kultur als Segment unserer gesellschaftlichen Wirklichkeit als

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 12 (2003),
BR. 6 (68),
STR. 909-925

LIPOVČAN, S.:
PRINOS ANALIZI...

Beispiel. Dieses Phänomen muss untersucht werden, denn es betont den ontologischen Status der Kultur in der Gesellschaft, der von Gesellschaft und "Kultur" hervorgebracht wird. Zunächst werden grundlegende Begriffe wie Medien und Kultur erklärt, ferner die allgemeine Unterteilung der Medien in Druckmedien, elektronische und neue Medien. Sodann verweist der Verfasser auf die diachronische Sichtweise und die daraus sich ergebende Mehrsprachigkeit unserer Kommunikationsmodelle und informiert über theoretische Ansatzformen hinsichtlich der Medieneinheit Text, stets ausgehend von den Standpunkten der Literaturwissenschaft bzw. der Journalistik. Es wird ein Untersuchungsmodell – als eines unter möglichen – vorgeschlagen, anhand dessen die vier Grundebenen erläutert werden, auf denen sich die Bezüge zwischen Medien und Kultur abwickeln (Informieren; kritische Rezeption; Medien als Schauplatz der Realisierung von Kulturgebilden; Medien – Spiegel und Quelle der kroatischen Kulturgeschichte).