
Ima li granice slobodi medija?

STJEPAN MALOVIĆ*

Sažetak

Autor analizira pad profesionalnih standarda u svjetskom i hrvatskom novinarstvu u svijetlu problema slobode medija. Pokazuje se da se stvara jedan zatvoreni krug u kojem novinari svakodnevno prave greške koje koriste stranke na vlasti kako bi ograničile slobodu medija, ali i vlasnici medija koji su često povezani sa njima. Autor drži da bi zbog snage koju mediji danas imaju, njihova vlasnička struktura trebala biti transparentna. Pored toga, trebalo bi regulirati odnose novinara i vlasnika medija što bi moglo dovesti do odgovornijeg novinarstva.

Ključne riječi: mediji, sloboda, novinarstvo, profesionalizam

Uvod: Sloboda ili anarhija?

Sloboda medija nije jednom zauvijek određena kategorija, nije ni nešto nepromjenljivo, karakteristično za zemlje napredne demokracije, niti je poklon s neba, pa kad je imamo, tada više ne trebamo brinuti ni o čemu.

Sloboda medija je nježna, osjetljiva biljka, koju trebamo svakodnevno njegovati, brinuti se o njoj i nikada se prepustiti obećanjima političara, vlastodržaca, biznismena, velikih magova, tajkuna, mogula, medijskih baruna i sličnih veoma utjecajnih i moćnih osoba, koje dobro znaju vrijednost medija, a još ih više žele kontrolirati.

Novinari, pogotovo oni koji imaju višegodišnje, neugodno iskustvo rada u zemljama autoritarnih društvenih sustava i kontroliranih medija, sanjaju o slobodi novinara zemalja zapadne demokracije. Oni pak, suočeni s negativnim iskustvima korporativnog novinarstva i globalizacije, podvrgnuti pritisku vlasnika i agresivnog *infotainmenta*, upozoravaju na to kako je krhka sloboda medija i kako je teško izdržati sve prijetnje kojima su mediji i novinari izloženi.

I, kao da ovogodišnji primjeri medijskih skandala idu na ruku onima koji tvrde kako su se novinari otrgnuli svakoj kontroli, pa lažu, izmišljaju i manipuliraju, a glorificirana sloboda medija pretvorena je u anarhiju, koju treba dovesti u red.

* *Stjepan Malović*, izvanredni profesor Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu na predmetu Tisak.

Primjeri lošega novinarstva doista su neugodni: *New York Times*, prototip kvalitetnog novinarstva priznao je netočno izvještavanje:

“Pod naslovom *The Times and Iraq* urednici su objasnili čitateljima da su istragom otkrili čitav niz primjera u reportažama iz proljeća 2003. godine koji pokazuju da ti članci nisu bili tako temeljiti kako su trebali biti. Urednici su preuzeli dio odgovornosti, priznavši da su sami trebali biti skeptičniji prema napisima svojih novinara, ponajprije dopisnice Judith Miller, koja je iz Iraka pokrivala lani goruću temu oružja masovnog uništenja”.¹

Ništa bolje nije bilo ni s *USA Today*, najprodavanijim američkim dnevnom listom. Glavna urednica Karen Jurgensen podnijela je ostavku zbog lažnih reportaža Jacka Kelleyja, koji se inače proslavio i reportažama iz rata u Hrvatskoj.

Smjena se dogodila i na čelu najuglednije javne radiotelevizije, BBC-u. Mark Thompson zamijenio je Grega Dykea, “koji je podnio ostavku nakon oštrih kritika sudskog povjerenstva koje je istraživalo tvrdnje BBC-ovih novinara da je britanski premijer Tony Blair “prenapuhao” izvješća o iračkom oružju, kako bi opravdao rat u toj zemlji. Afera je poprimila osobito velike razmjere nakon što je utvrđeno da je izvor informacija za BBC bio britanski državni stručnjak David Kelly, koji je nedugo nakon izlaska svojeg imena u javnost počinio samoubojstvo”.²

Bile su to vrlo neugodne afere, koje su imale velike reperkusije na svjetsko javno mnijenje, a ostavile su i dubok trag na kredibilitet medija. Ako mediji tako visokih profesionalnih standarda, poput BBC-a i *New York Times*-a, objavljuju neprovjerene informacije, što li je tek s tabloidima? Jesu li i hrvatski mediji imali sličnih propusta? Ili su osvjetlali obraz?

Na žalost, svjetski trend pada profesionalnih standarda nije mimoišao Hrvatsku, čiji mediji vrve skandalima, senzacijama, ali i neprovjerenim informacijama, manipulacijama i slično. I u nas ugledni mediji, ne samo senzacionalistički, poput *Feral Tribune*-a, objavljuju neistinite informacije, koje su prisiljeni demantirati. Tako je *Feral* u broju 697 od 2. travnja 2004. objavio crticu pod naslovom “Šeks na eks” i opremom “Predsjednik Sabora mrtav pijan na premijeri *Konjanika* uzurpirao sanitarni čvor s tjelesnim čuvarima”. Vijest je bila prava “bomba” i prepričavala se naveliko. Malo tko je prepričavao sadržaj okvira na dnu stranice *Ferala* od 16. travnja gdje je objavljen tekst pod naslovom “Premijera bez Šeksa” u kojem odvjetnik Miroslav Šeparović demantira vijest, a uredništvo pak objavljuje ispriku.³

Primjera ima još, ali i ovi dovoljno ilustriraju, najblaže rečeno, nedopustivo nisku razinu profesionalnosti. Dakako, odmah su se javili kritičari medija, koji su iskoristili prigodu za obuzdavanje novinara i discipliniranje medija. Pozabavit ćemo se uglavnom domaćim pritiscima na medije, jer su, nakon prvih, pozitivnih iskustava vladavine nove vlasti, pokazali zabrinjavajući trend, pa je tako Vijeće za medije HHO-a izdalo 31. svibnja 2004. priopćenje za javnost u kojem upozorava na:

¹ <http://www.hej.hr>, 1. lipnja 2004.

² Imenovan novi glavni direktor BBC-a, <http://www.hej.hr>, 21. svibnja 2004.

³ Premijera bez Šeksa i Isprika, *Feral Tribune*, 16. travnja 2004., str. 41.

“(…) zabrinjavajuće gomilanje pritisaka na novinarstvo u rasponu od intervencija iz samoga vrha do učestalog premlaćivanja pojedinih novinara (…)

(…) Zabrinjavajući niz incidenata, koji je počeo prosinačkim upadom tadašnjega glasnogovornika HDZ-a u televizijsku emisiju ‘Forum’, a nastavio se intervencijom ministra Žužula u HINI, brzopletom inicijativom promjene Zakona o HRT-u, pa fantomskom Hebrangovom listom potkupljenih novinara koji pišu o zdravlju, njegovim pritiskom na redakcije ‘Nedjeljom u 2’ i ‘Dnevnik’ HTV-a, potom ocjenom predsjednika Sabora da ti postupci ne ugrožavaju slobodu informiranja, nije više ograničen na sferu politike. Slučajem *Fokus* taj se niz prelio na odnose vlasnika i novinara, a još prije – i to gotovo posve neprimjetno – na odnose medija i oglašivača: nedavno se doznalo da je jedna velika tvrtka zbog kritičkih članaka uskratila oglašavanje *Večernjem listu*. Posrijedi je uspostavljanje retrogradnoga trenda suzbijanja kontrolne i kritičke funkcije medija, za koji je odgovorna u prvome redu politička vlast u zemlji”.

Krug se tako zatvara. Istina je da novinari griješe, ali to vlastodršci maksimalno koriste, nastojeći slobodu medija ograničiti što je više moguće u svoju korist, a na štetu javnosti, kojoj sloboda medija jedina jamči informaciju o tome što se zaista zbiva.

Određenje slobode medija

Sloboda izražavanja, a time i sloboda medija, veoma je precizno regulirana u svim ustavima, proklamacijama, deklaracijama i zakonima. Nema nijednoga zakonskog akta u svijetu kojim bi se ograničavala sloboda izražavanja. Čak i u najrigidnijim autoritarnim društvima postoji preambula kojom se jamči sloboda izražavanja. Ograničenja su puno mudrije i brižljivije skrivena u različitim podzakonskim aktima i uredbama, kojima se anulira ono, što je na velika zvona obznanjeno Ustavom ili sličnim deklaratornim aktom. Najbolje sročena ustavna načela slobode izražavanja možemo naći u ustavu bivšega SSSR-a i Francove Španjolske, političkim sustavima poznatim po svemu, samo ne i slobodi izražavanja.⁴

Najpoznatiji i najkraći tekst kojim se određuje sloboda izražavanja jest Prvi amandman Ustava SAD-a, koji kaže da Kongres neće izglasati nijedan zakon koji će uskratiti slobodu govora ili tiska. Ove kratka i jednostavna rečenica duboko odražava shvaćanje slobode medija i ulogu države. Temeljna prava čovjeka su sloboda govora, a izvedeno iz toga i sloboda tiska, jer se suvremena komunikacija odvija putem medija. Svi drugi akti znatno su opširniji i detaljniji. Paradoksalno je da, što ima manje slobode, to su zakonska rješenja opširnija.

Opća povelja o pravima čovjeka u svom poznatom Članku 19. također jednostavno određuje slobodu tiska:

“Svako zakonsko ograničenje slobode izražavanja je kršenje međunarodnog prava i standarda te se mora ukinuti”.

⁴ Malović, 2003.: 19.

Münchenska deklaracija iz 1971. godine određuje pravo na informaciju kao jedno od osnovnih prava svakoga ljudskog bića, a Sabor Republike Hrvatske prihvatio je akte Savjeta Europe 1990. godine koji obvezuju ukupnu politiku Vlade i ministarstava u oblasti informiranja da se temelje na principima slobode izražavanja.

I Kodeks časti Hrvatskoga novinarskoga društva precizira da je "Pravo na informaciju, slobodu izražavanja i kritiku, jedno od temeljnih prava svakoga ljudskog bića, bez obzira na spol, rasu, nacionalnu pripadnost, vjeroispovijest i političko opredjeljenje" te dodaje kako: "U političkim sukobima treba uvažavati građanska prava i slobode sudionika, te nastojati ostati nepristran".

Cijena za slobodu novinarstva je visoka i skupo se plaća. To je najvidljivije na Internetu, mediju koji ne poznaje ograničenja ni regulaciju, pa se uz vrlo kvalitetne i vrijedne *web* stranice može naći i najgore smeće, glupost, ali i stravični izljevi mržnje, rasizma, netolerancije, pa i pedofilije. Takvi sadržaji izazivaju reakcije, pa brojne građanske udruge, ali i vlade, žele ograničiti slobodu objavljivanja takvih sadržaja na Internetu. Svjetske medijske i novinarske udruge odupiru se tomu, svjesne štetnosti takvih sadržaja, ali još bolnije svjesne kako svako ograničavanje slobode medija, bilo ono izazvano dobrim i plemenitim namjerama, u konačnici završava gušenjem slobode medija u cjelini. Manja se šteta nanosi objavljivanjem nekih neprihvatljivih sadržaja negoli limitiranjem i normiranjem što se smije, a što ne smije objaviti.

Ovaj načelni stav je temeljna pozicija i zadnja linija obrane slobode medija i svi kojima je sloboda medija doista na duši ne odustaju od njega. Ponavljamo, cijena je koji put veoma visoka, ali zloraba sloboda medija može se i na druge načine sankcionirati, a to je regulacija i samoregulacija profesije.

Kredibilitet, regulacija i samoregulacija

Novinari imaju golemu moć koje kadšto nisu ni svjesni. Objavljena poluistina ili dezinformacija može razoriti nečiji društveni ugled, obiteljski život pa čak dovesti i do katastrofalnih posljedica. Odgovorni novinari i urednici u kvalitetnim medijima vrlo pomno provjeravaju sve činjenice prije objavljivanja i nastoje predvidjeti posljedice objavljenog teksta. Dvojbe novinara kadšto su iznimno velike, jer su bolno svjesni kako će objavljivanje nekih činjenica prouzročiti teške posljedice za neke osobe, a često i za veći broj ljudi. Ako razotkrivanje neke gospodarske afere dovede do bankrota tvrtke, tada je novinar neposredno odgovoran za gubitak posla desetaka nedužnih ljudi koji stradavaju samo zbog malverzacija svoje uprave. Novinar može predvidjeti posljedice pa je u dvojbi treba li objaviti i prokazati nesposobne, budući da bi to platili gubitkom posla nedužni uposlenici. Ne objavi li se istina o malverzacijama, krivci će ostati nekažnjenima pa čak i uživati u plodovima svoga neznanja, nesposobnosti ili pak malverzacija.

Dužnost i pravo novinara jest da istraži nepravilnosti te o njima izvijesti javnost, kako bi se one ispravile i javnost znala što se zbiva. Novinaru je potrebna sloboda i pravo pristupa informacijama kako bi kvalitetno obavio svoj posao. Tu slobodu omogućuje demokratski društveno uređenje, a profesionalni standardi određuju način kako se prikupljaju i objavljuju informacije. Teorijski je to jasno, ali ...

Što se zbiva kad novinar loše obavi posao, ili, još gore, namjerno dezinformira, ili pak biva manipuliran, ili pak njegovi vlasnici određuju kako i o čemu će se kritički izvještavati?

Mediji su prepuni primjera kojima se pojedinci vrlo oštro optužuju, mediji čak i presuđuju, a nakon toga ne slijedi adekvatna zakonska sankcija, nego legitimni društveni mehanizmi u potpunosti odbacuju takve objede. Jesu li novinari drastično pogriješili, je li pravosuđe korumpirano ili postoje snage koje su iznad legalnih tijela, pa čak i jače od medija?

Snaga medija je strahovita. Objavljivanje slike i vijesti na naslovnoj stranici novina o uhićenju uglednoga gospodarstvenika izaziva trenutačne reakcije. U poslovnom svijetu takva osoba i tvrtka koju predstavlja gube ugled i povjerenje, što se odražava na poslovanje. Okolina se pak distancira od takve osobe, a članovi obitelji izvrgnuti su društvenoj osudi. Supruga i djeca također plaćaju kaznu zbog javne osude. Kažu da novinarska vijest živi vrlo kratko, samo jedan dan, što je djelomice točno, jer ostaje loš glas o toj osobi. Pravosudni postupak objavljivanjem vijesti tek počinje i polako se nastavlja daleko od očiju javnosti. Može se dogoditi da nakon godinu-dvije ta osoba bude oslobođena svih optužbi. Vijest o tome više se ne probija na naslovnicu, ona je mala, jedva vidljiva, u svakom slučaju nema snagu prve, negativne vijesti. Šteta je za tu osobu goleme i teško nadoknadiva, čak i kad dobije sudsku zadovoljštinu.

Što napraviti? Ne objavljivati do pravomoćne sudske presude? To nije moguće, jer uloga medija je posve drukčija. Mediji moraju odmah reagirati, procijeniti i odlučiti kako će objaviti.

Podsjetimo se nedavnih medijskih afera: Granić i Bago, podmićivanje ili namještaljka? Bila je to udarna vijest u svim medijima. Brojna su pitanja ostala bez odgovora i predmet je prešao u djelokrug pravosuđa. Hoćemo li u trenutku objavljivanja ovog teksta znati do čega je došla službena istraga? Hoće li rezultati istrage poništiti naše prve dojmove kad smo pročitali vijesti i podsvjesno donijeli svoj zaključak o Graniću i Bagi? Negativci, naivci, ili ...?

Afera "Grupno" buknuła je 2000. godine, ali do danas ne silazi sa stranica nekih medija. Pravosuđe je svoje reklo, ali priča se neprekidno podgrijava. S pravom ili ne? Suđenje Kutli nalikuje meksičkoj televizijskoj noveli, a javnost je odavno negativno ocijenila njegovu ulogu u razvitku medija u Hrvatskoj. S pravom ili ne?

Vjerujemo li novinarima? Kakve su naše reakcije kad pročitatmo senzacionalnu vijest o malverzacijama poznatoga političara? Mahnemo li rukom pa kažemo "Novinari lažu." ili pak "Znao sam da je lopov, ali takav ..."?

Istraživanja o povjerenju u novinare i medije nisu baš ohrabrujuća. Masovni mediji su na dnu ljestvice povjerenja u institucije, barem prema rezultatima istraživanja koje je provela *Idea*, švedska agencija za istraživanje javnog mnijenja u zemljama Jugoistočne Europe.⁵ Samo Bugari smatraju kako su mediji institucija kojoj se najviše vjeruje. U svim ostalim ispitanim zemljama, osim Rumunjske, ne prelaze 35%. Crkva i vojska su

⁵ <http://www.idea.com>

institucije s puno većim povjerenjem građana. Nije nimalo utješno kako su sud i policija negdje približno jednako slaboga kredibiliteta.

Zabrinjavajući su to podatci za profesiju kojoj je povjerenje javnosti najveći saveznik. Mediji bez povjerenja svojih čitatelja, slušatelja i gledatelja teško mogu ispuniti svoje obveze. Bez ugleda i kredibiliteta ruši se uloga i značenje medija. A očito su mediji, barem u zemljama bivše Jugoslavije, uključivši Hrvatsku, izgubili povjerenje.

Uzroke treba ozbiljno, sveobuhvatno i temeljito istražiti, ali očito je kako profesija nešto mora poduzeti.

Hrvatski novinari uočili su negativni trend i gubitak povjerenja, a na svojoj godišnjoj skupštini 2003. godine kao jedan od uzroka istaknuli su manjak poštovanja profesionalnih i etičkih standarda.

Novinari su svjesni kako oni sami ne mogu riješiti sve nagomilane probleme, ali da je nedostatak samoregulacije profesije jedan od bitnih čimbenika koji nedostaje kako bi se profesionalno djelovanje obavljalo na zadovoljavajući način. Naime, uz dužno poštovanje svih ustavnih, zakonskih i drugih regulativa, smatra se kako je samoregulacija profesije najbolje i najdjelotvornije oruđe za poštovanje profesionalnih standarda i etičkih načela. Dobro razvijene medijske sredine, poput Njemačke, Švedske i sl., imaju vrlo razvijene mehanizme samoregulacije profesije. U Švedskoj djeluje ombudsman za medije, koji vrlo uspješno rješava sve konfliktne situacije i vodi računa o etičkoj razini medija. Njemački *Presserat*, uz britanski *Press Council*, primjer su drukčijeg rješenja s istom svrhom i dobrim rezultatima. Ugledni svjetski mediji imaju redakcijske ombudsmane, koji vode brigu o tome kako objavljuju, ali istodobno i štite čitatelje od mogućih manipulacija medija.

Profesija, dakle, ne čeka skrštenih ruku neka rješenja "odozgo", nego poduzima energične mjere kojima procjenjuje, ocjenjuje i osuđuje negativnosti u vlastitim redovima. Svjetska iskustva pokazuju kako sve mjere samoregulacije nisu dovoljne ako je to samo djelatnost novinarske profesije. Svi medijski čimbenici, napose vlasnici i menadžment, moraju biti uključeni u samoregulativna tijela. To u Hrvatskoj trenutačno nije slučaj, pa novinari osuđuju negativnosti svojih kolega, koji to pak čine zato što ih vlasnici i uprava tjeraju na takvo novinarstvo. Pristaju li, osuđuje ih profesija, a odbiju li, izvrgavaju se sankcijama uprave, do otkazivanja suradnje. Samoregulacija je postala gorući problem hrvatskih medija. Novinarske su udruge pokrenule ozbiljne inicijative, ali teško će se ostvariti bez sudjelovanja vlasnika medija, koji se "mudro" drže po strani i beru plodove nepostojanja cjelovitoga i reguliranoga medijskog sustava.

U Hrvatskoj je 2003. godine donesen paket medijskih zakona, ali većina je odmah poslana na "popravni" ispit i u novu zakonsku proceduru, tako da je medijski sustav ne samo bez prave samoregulacije, već i cjelovite zakonske regulative. Ne začuđuje stoga što je većina međunarodnih institucija, kao što su *Reporters Sans Frontier*, IPI, *Freedom House* i drugi, loše ocijenila medijsku scenu u Hrvatskoj u 2003. godini.

Uloga i utjecaj vlasnika, oglašivača i političara

Globalizirano medijsko tržište te sprega vlasnika, oglašivača i političara presudno utječu na razvitak medija u svijetu pa tako i u Hrvatskoj.

Većina medija u svijetu je u privatnom vlasništvu, a vlasnici dionica su brojni pojedinci. No, suvremeni trend je okrupnjivanje vlasništva pa tako snažne međunarodne medijske korporacije vladaju svjetskim medijima, a pojavili su se medijski moguli, koji su izrasli u iznimno snažne pojedince koji kroje sudbinu svijeta. Neki su, poput Berlusconi, svojoj medijskoj snazi dodali i političko žezlo. Drugi, poput Murdocha, presudno utječu na to hoće li neki političar pobijediti na izborima. Teško bi Blair uspio bez njegove potpore.

I u Hrvatskoj su se pojavili medijski moguli, ne tako snažni kao spomenuti, ali u našim relacijama vrlo utjecajni. No, pregled vlasništva medija u Hrvatskoj još je uvijek skriven od očiju javnosti. Podatci o pravim vlasnicima medija skriveni su iza brojnih fiktivnih i stvarnih kupoprodaja. Iako je novi Zakon o medijima te Zakon o elektroničkim medijima vrlo jasno odredio kako se vlasnička struktura mora javno objaviti, to se još nije dogodilo.

No, u Hrvatskoj postoje dvije specifičnosti. Najveći vlasnik medija još uvijek je država, u svim svojim izvedenicama, što je besmisleno. Država nema razloga biti vlasnikom medija. Jedini razlog zašto to čini jest kontrola medija. Drugi veliki vlasnik je Katolička crkva, koja također razvija vlastite medije nezadovoljna tretmanom Crkve u masovnim medijima, pa traži svoj put do javnosti.

Karakteristično je kako ovakva vlasnička struktura pogoduje shvaćanju medija kao propagatora ili glasnogovornika neke skupine ili ideje. Masovni mediji u Hrvatskoj imaju slobodu objavljivanja, ali i jasno određenu ulogu. Prepoznatljivo je koga mediji podupiru, što nije nimalo strano privatnom vlasništvu. Svaki vlasnik medija ima pravo odrediti uređivačku politiku koju će provoditi. Može biti lijevo, desno, u centru ...

No, zauzimanje strane je nedopustivo u informiranju, to je moguće samo u komentaru. To je strogo novinarsko pravilo. Novinari moraju, kako to jasno definira Lance W. Bennett, izvještavati "istinito, točno, pošteno, nepristrano i uravnoteženo".⁶

No, neki mediji u nas vrlo jasno zauzimaju stranu dok izvještavaju, što se kosi s pravilima struke. Urednici provode takvu politiku, budući da su oni češće zadnji u hijerarhiji menadžmenta, a ne najviši u hijerarhiji novinara.

Urednici su slaba karika hrvatskog novinarstva i na njima se slamaju profesionalni standardi. Manipuliranje medijima najlakše se ostvaruje preko urednika koji služe različitim opcijama, centrima moći i drugim strukturama koje manipuliraju medijima, a time i javnosti.

Teško je dokazati spregu vlasnika, urednika i političara, ona je skrivena od očiju javnosti, ali je vidljiva na stranicama novinama ili pak u eteru i na ekranima. Još jedan snažni igrač pojavljuje se u kreiranju sadržaja suvremenih medija, a to su oglašivači. Teoretičari sve češće govore o tome kako su mediji samo "nosači" ili ambalaža propagan-

⁶ Bennet, 1996.: 14.

dnih poruka pa nije više oglas dodatak sadržaju, nego je upravo obratno. Propagandni sadržaji bitno oblikuju medije, a informacija je samo dodatak oglasima. Tome nisu odoljeli ni javni servisi, pa je tako Hrvatska televizija, koja se financira iz pretplate, istodobno i najjači oglašivački medij. A u hrvatskim je novinama pak najveći oglašivač novinsko-nakladnička tvrtka *Europa Press Holding*. Začuđujuće? Nimalo, jer najdjelotvornije je koristiti vlastiti medij za promidžbu vlastitih proizvoda. Koliko su mediji moćni oglašivači, najbolje govore podatci o akciji "knjiga". Knjiga, koja je u Hrvatskoj poznata po malim nakladama i slaboj prodaji, postala je bestselerom onog trenutka kad su mediji pokrenuli svoja izdanja. Knjige koje su neprodane ležale u skladištima odjednom su se počele prodavati u desetcima, pa i stotinama tisuća primjeraka u izdanju novina.

Snaga medija vidljiva je i u svim recentnim televizijskim *show* programima kojima se posve nepoznate osobe u vrlo kratko vrijeme pretvaraju u megazvijezde. Različite promocije pjevača-amatera plod su dobro razrađene marketinške promocije, koja nema nikakve veze sa stvarnim vrijednostima. Mediji snažno oblikuju javno mnijenje, ali i oblikuju tržište. Sprega vlasnika medija i marketinških agencija, trgovačkih poduzeća i slično teško je prepoznatljiva, budući da nam podatci o vlasnicima nisu dostupni. Transparentna vlasnička struktura možda bi objasnila mnoge, teško shvatljive uređivačke odluke pojedinih medija.

Ako mediji mogu prodati knjige koje inače nitko nije kupovao, i preko noći stvoriti megapopularnoga pjevača, što se tek može u sprezi s političarima? Predizborne kampanje najbolji su primjer kako mediji mogu manipulirati ili kako se njima može manipulirati.

Diskurs slobode medija tako dobiva nove dimenzije. Nije samo upitno kolike su slobode novinara i kako oni obavljaju svoj posao, te poštuju li profesionalne i etičke standarde, nego i kako se manipulira medijima. Uočavanje mogućih sprega odgovara i na pitanje granica sloboda medija i njihove anarhičnosti.

Zaključak

Složena medijska situacija nije karakteristična samo za Hrvatsku. Novinari svugdje plaćaju skupu cijenu za svoje profesionalno obavljanje posla. Tako je Duško Jovanović, glavni urednik crnogorskoga dnevnog lista *Dan*, ubijen pred ulazom u redakciju. Nešto bolje je prošao Dražen Krušelj, novinar zagrebačkoga *Jutarnjeg lista*, koji je brutalno premlaćen pred vlastitom kućom. Javnost je odmah reagirala pa su tako ubojstvo Jovanovića osudili sudionici svjetskoga kongresa *World Association of Newspapers* koji se istodobno održavao u Istanbulu, a Hrvatsko novinarsko društvo osudilo je napad na Krušelja zahtijevajući "od nadležnih tijela Republike Hrvatske učinkovitu i brzu istragu, pronalaženje krivca i odgovarajuće sankcije".⁷ Naglašavamo ovaj zahtjev, budući da dosad nijedan napadač na novinare nije identificiran, a kamoli kažnjen.

Imaju li novinari snage oduprijeti se ovakvim iskušenjima i jasnim ograničavanjima slobode? Može li profesija sama naći načine ili je potrebna šira društvena akcija? I, ko-

⁷ Priopćenje HND-a, <http://www.hej.hr>,

liko su svjetski trendovi utjecali na medijske slobode? Jesu li ih proširili, suzili ili pak utrlji put novim, nama dosad nepoznatim manipulacijama i spregama?

Pitanja zahtijevaju hitne odgovore, koje pak ne može dati samo novinarska profesija. Nužno je da država konačno postavi jasne okvire u kojima mediji djeluju, ponajprije one zakonodavne. Postaje već smiješnim mijenjati zakon samo zato što se nekome ne sviđa glavni urednik ili programsko vijeće HTV-a ili pak odredbe o koncentraciji usklađivati s aktualnim kupoprodajama novinskih kuća. Novinarstvo se ne može razvijati ako su osnovni podaci o nakladama, slušanosti i gledanosti nepoznati javnosti i prekriveni velom tajni.

Vlasnici moraju prihvatiti pravila igre koja vladaju za medije u cijelom svijetu. Odnos vlasnika, menadžmenta i novinara u potpunosti je nereguliran. Ne može vlasnik povući novine iz prodaje ili skinuti neku emisiju s programa jer se njemu ne sviđa. Gdje je neovisnost i samostalnost uređivačke politike, za koju zakonski odgovara glavni urednik, a ne vlasnik. Ako mu se ne sviđa posao glavnog urednika, neka mu da otkaz. Ali prije otkaza, kod zapošljavanja, treba sklopiti s urednikom i novinarima ugovor. A u Hrvatskoj je kolektivni ugovor za novinare još uvijek “na vrbi svirala”.

Odgovorne novine i još odgovorniji nakladnici pokušavaju sve kako bi ojačali kredibilitet svojih izdanja. Jedna od metoda koja se uvodi u suvremeno novinarstvo predložena je na svjetskom kongresu *World Association of Newspapers*, gdje je Jim Chisholm, direktor projekta *Shaping the Future of Newspapers* predložio da svaka redakcija obvezatno pošalje kratki upitnik svakom tko se pojavljuje u novinskim izvještajima u kome ih pita jesu li činjenice, spremne za objavljivanje, korektne!

“Prednosti su goleme – tvrdi Chisholm – Najprije, šaljemo snažnu poruku svakome tko brine o točnosti podataka u novinama. To istodobno daje osjećaj svakome kako ima pravo na svoj odgovor. I, isključuje iz posla svakog neiskusnoga novinara. A dodana vrijednost je, prema mojem iskustvu, to što u svakom trećem odgovoru dobijemo podatke koji vode nekoj novoj vijesti.”⁸

Možete li zamisliti da hrvatski urednici šalju upitnike svima o kojima pišu kojima bi provjerili točnost podataka? A gotovo svaki tekst je temeljen na “dobro obaviještenim izvorima”, a ne na provjerenim činjenicama.

Novinari se moraju ozbiljno zabrinuti zbog niskoga povjerenja što ga uživaju u javnosti i poduzeti takve mjere, kakvima bi se povjerenje u medije vratilo. Tada bi razlika bila uočljiva.

⁸ WAN press release, Paris, 10. ožujka 2004.

Literatura

- Bennet, Lance, W., 1996.: *News: The Politics of Illusion*, Longman, White Plains
- Lani, Remzi (ur.), 2001.: *Exit from Censorship*, Aferdita, Tirana
- Malovic, Stjepan/ Selnow, Garry, 2001.: *The People, Press and Politics of Croatia*, Praeger Publishers, Westport, Connecticut/ London
- Malović, Stjepan/ Ricchiardi, Sherry/ Vilović, Gordana, 1998.: *Etika novinarstva*, Izvori, Zagreb
- Malović, Stjepan, 2003.: *Novine*, Sveučilišna knjižara, Zagreb
- WAN press release
- <http://www.hej.hr>
- <http://www.idea.com>

Stjepan Malović

ARE THERE LIMITS TO THE FREEDOM OF THE MEDIA?

Summary

The author analyzes the deterioration of the professional standards in journalism both globally and nationally (in Croatia) in relation to the problem of the freedom of the media. It seems there is a vicious circle at work here: journalists often commit blunders and these mistakes are then used by the parties in power – as well as by the media owners, often in collusion with these parties – to restrict the freedom of the media. The author argues that due to the power wielded by the media today, their ownership should be transparent. Besides, the relations between the journalists and the media owners should be properly regulated, which might result in more responsible journalism.

Key words: media, freedom, journalism, professionalism



Mailing address: Fakultet političkih znanosti, Lepušićeva 6, HR 10000 Zagreb. *E-mail:* stjepan.malovic@hnd.hr