

# Hrvatska medijska politika i javni mediji

Nada Zgrabljic\*

## SAŽETAK

*Temeljem zakona o javnim medijima i procesa njihove uspostave, u članku se predstavlja hrvatska medijska politika prije najnovijih Zakona o telekomunikacijama i Zakona o medijima. Hrvatska, kao i druge zemlje, ima vlastitu osobitu povijest i strategiju razvoja javnih medija. Na primjeru Hrvatske izvještajne novinske agencije – Hine i Hrvatske radiotelevizije (HRT-a) istražuju se sličnosti naše medijske politike i one drugih tranzicijskih zemalja. Svim je tim zemljama zajedničko što nisu imale tradiciju javnih medija jer su mediji u jednopartijskim sustavima bili pod državnim nadzorom, te se uspostava javnih medija pokazala izazovom i za civilno društvo i za političare. Međutim, s obzirom da nema jedinstvene definicije javnih medija, nema ni jedinstvenog pravila o njihovoj konstrukciji. Sadašnji je smjer hrvatske medijske politike pozitivan i pokazuje pomak od normativnog modela re-nacionalizacije (Splichal, 2000) prema modelu koji će razvijati suvremeniji identitet javnih medija u sustavu hrvatske medijske scene. Transformacija u javne medije je spora, a rezultat je balansiranja između zakona i programskih, tržišnih i organizacijskih zahtjeva koje nameće novo medijsko tržište, a mnogo manje – usmjerenosti na suvremene programske izazove koje omogućuju nove tehnologije. Za sada nije sasvim izvjesno kojim će smjerom krenuti hrvatska medijska politika i javni mediji, a tako je bilo i u drugim zemljama tranzicije prije nego što je javna televizija dobila nacionalnu konkurenciju i jači zamah stranog kapitala (Jakubowicz, 2001). Pluralistički medijski sustav, kao alternativa – medijskoj koncentraciji, medijskom monopolu i oligopolu, može se kreirati samo ispravnom regulacijom javnog i komercijalnog sustava.*

Ključne riječi: civilno društvo, medijska politika, javni mediji, Hrvatska

---

\* Nada Zgrabljic, Hrvatski radio, Prislavlje 3, 10 000 Zagreb, mob: 091 515 55 68, e-mail: nzgrabljic@hrt.hr

## Uvod

Hrvatska se medijska pozornica, u proteklom desetljeću društveno-političkog pomaka od autokracije ka demokraciji, suočava s problemom uspostave zadovoljavajućeg vrijednosnog sustava za kreiranje medijske politike koja će uvažavati specifične političke, kulturološke i ekonomske zadatosti ovog područja, ali i odgovarati europskim demokratskim standardima. Do sada medijska politika još nije u cijelosti definirana, unatoč načelnoj opredijeljenosti vladajuće koalicije za “pluralnost i raznolikost medija u političkom i društvenom sustavu” koji bi i kod nas trebali pridonijeti ciljevima kao što su “sloboda i otvorenost medija različitim idejama, te kritička uloga medija u političkom i društvenom sustavu” (Antunović, 2000: 45). Pokazalo se da to i nije sasvim nesporno pitanje, ponajprije zato što domaća medijska praksa, slično kao i ona u ostalim tranzicijskim zemljama (Jakubowicz, 2001; Splichal, 2000) pokazuje kako demokratizacija medija ne ovisi samo medijskim zakonima i dobroj volji političara na vlasti ili političkoj kulturi, nego isto toliko, a možda i uglavnom o objektivnom društvenom i gospodarskom stanju. Politička kultura je važna, ali u procesu demokratizacije medija tržište ima jednako važnu ulogu te bi, kao i u tim zemljama istovrsne razvijenosti moglo biti presudnim za razvoj demokratskog medijskog ustroja i medijskih sloboda. Na kreiranje i provedbu medijske politike, sudeći prema nekim analizama medijskih promjena u Srednjoj i Istočnoj Europi, djeluju sustavne društvene transformacije koje uključuju makroekonomsku stabilizaciju, mikroekonomsku liberalizaciju i temeljito institucionalno restrukturiranje, pri čemu se normativnim pristupom jedan društvenopolitički i ekonomski sustav transformira u drugi (Jakubowicz, 2001: 7). U tom procesu demokratizacija i emancipacija medija snažno ovise o demokratizaciji društvenih institucija i o snazi javne sfere i civilnog društva<sup>1</sup>, a kod nas, slično kao i u većini postkomunističkih zemalja – kako ističu analitičari – ti su procesi spori i nezadovoljavajući. U kontekstu analize uloge civilnog društva u kreiranju medijske politike u susjednoj Sloveniji i Zakona o medijima iz 1999. godine Splichal (1999) smatra da ni država ni novinari nisu željeli zakone za državljanima, nego u najboljem slučaju za novinare, te da su oni odraz nedovoljne participacije civilnog društva, te posljedica nedovoljnog razumijevanja suvremenih zakona komuniciranja kao imanentne društvene djelatnosti.

U kontekstu tih analiza možemo definirati dva osnovna problema u procesu konstituiranja hrvatske medijske politike. Prvi je u javnoj sferi, a očituje se kao nedovoljno pregovaranje o normama i vrijednostima (Dahlgren, 2002) ili nedovoljno artikulirana javna komunikacija i anagažiranost civilnog društva u kreiranju medijske politike.<sup>2</sup> Drugi problem prati transformaciju društva u kapitalističko društveno uređenje, što u dimenziji medija i medijske politike

zahtijeva fino balansiranje između privatnog i javnog interesa, između zakona tržišta i prirode masovnih medija koji nisu, ili barem nisu samo ekonomska nego i kulturna, civilizacijska kategorija. Uloga politike jest pronaći čvrsto normativno uporište između tih strana koje nemaju, niti mogu imati zajednički interes, a u tome bi važnu ulogu trebalo imati jačanje multidisciplinarnih istraživačkih i znanstveno-analitičkih medijskih institucija s ingerencijom arbitriranja.

Kakvi bi mogli biti smjerovi razvoja medijske politike u zemljama Srednje i Istočne Europe intrigantno je pitanje, pa se medijski analitičari ograđuju zbog mnogobrojnih čimbenika koji utječu ili mogu utjecati na taj proces. Ističu nezijesnost i nepredvidivost kao stalne sastavnice toga procesa. Dopuštaju mogućnost da se taj proces, ma koliko se iz postojećih odnosa činio razmjerno sigurnim, pretvori u nešto posve novo, od toga da – kako smatraju neki – zemlje u tranziciji dođu u neku vrstu kolonijalnog statusa s obzirom na zapadnu medijsku industriju, do toga da se medijski sustavi tih zemlja ponovno okrenu unatrag prema autoritarnim režimima (Jakubowicz, 2001).

Drugi teoretičari smatraju važnim ne postavljati lažne alternative pri stvaranju medijske politike, primjerice trebamo li državne, što znači kontrolirane medije ili pak komercijalne medije (McChesney, 2003: 132). Pluralistički medijski sustav može se kreirati ispravnim reguliranjem javnog i komercijalnog sustava. Suvremena međunarodna teorija i praksa europskih medija potvrđuju kako je to alternativa medijskoj koncentraciji, medijskom monopolu i oligopolu. Jer, medijsko tržište, ma koliko se povjerenja daje konkurenciji na kojoj počiva, ne može samo sebe kontrolirati u tom smislu, jer po svojoj prirodi teži načelu stvaranja dobiti – a ne dobrobiti građana.

Istodobno su sve jača upozorenja i o važnosti medijsko-analitičke prakse u suvremenim uvjetima za razvoj medijskih politika. Slaatte (2000) primjerice smatra da sadašnji trenutak postavlja medijskim analitičarima imperativ za interdisciplinarnim pristupom u istraživanju odnosa medija i politike, jer se u tome prelamaju složena pitanja “globalizacije, konvergencije, promjena političke ekonomije medijske industrije te promjena odnosa između politike i popularne kulture” (2000: 4). Ističe da bi istraživači medija morali izaći iz svojih akademskih institucionalnih okvira i usmjeriti pozornost prema pragmatičoj dimenziji istraživanja medijske politike i prakse. Drugim riječima, politički okvir za istraživanje medija i medijske politike nije više dostatan ako ne nalazi uporište u kulturnim strategijama nacionalnog razvoja te u prevladavajućem općem odnosu prema tržišnim mehanizmima kao najjačim pokretačima i usmjeriteljima, ali isto tako i mogućim kočnicama u razvoju demokracije i slobode medija.

## Medijska politika

Medijska politika je u najširem smislu nastojanje društva da u sustavu društvenih diskursa zakonima uredi medijski diskurs. Pri tome se, u kontekstu van Dijkove (1998a, 1998b) teorije diskursa kao socijalne interakcije, diskursom može smatrati društvena praksa medija kao institucija u korist članova neke zajednice u sustavu složene diskurzivne hijerarhije različitih razina apstraktnosti i općenitosti. Utemeljenje teoretskog povezivanja između diskursa i društva temelji se na razumijevanju akcije, konteksta, moći i ideologije kao bitnih odrednica svakog društvenog diskursa (van Dijk, 1998b: 6). S obzirom na to da i politika kao društvena djelatnost djeluje kroz politički diskurs, reguliranje medijskog diskursa nije drugo nego li međusobno reguliranje odnosa moći. Slično je i s civilnim društvom i javnošću, ali i tržišnim snagama nekog društva koje također neprestance nastoji definirati, u kontekstu medijske prakse, svoju poziciju i izboriti svoju moć.

Dinamika strukturiranja medijske nacionalne politike zbog toga nije statična, pa je struktura svakoga medija samo prividno (ili trenutačno) stabilna. U osnovi su i medijska politika i mediji podložni stalnim promjenama i razvoju pod utjecajem društvenih snaga kao što su tržište, političke promjene, socijalna pitanja ili razvitak civilnog društva. Teorijski se regulacija medija može promatrati na različite načine. Normativne teorije razmatraju najčešće regulaciju medija u tri osnovna područja – području komunikacijske politike, medijskih zakona i medijske etike, a taj je teren znanstveno dosta nestabilan jer uvijek u tumačenja uključuje i različita ideološka, kulturalna, moralna i slična pitanja (McQuail, 1994). Ta se tri područja odnose na regulaciju tiska, radija i televizije te telekomunikacija. Rasprava o državnim i javnim medijima kreće se također u kontekstu određene ideologije i politike. U apstraktnom idealnom razumijevanje medijske prakse razlikuju se četiri osnovna koncepta emitiranja: državni, javni, komercijalni i Community medijski model.<sup>3</sup> Iako su ti koncepti mentalni konstrukti (Søndergaard, 1999: 23), ipak su nastali kao odraz ili potreba društva. Oni se, kao i društvo, mijenjaju i prilagođavaju novim okolnostima. Koncept javnih medija najšire počiva na idejama o javnom radiju koje je utemeljio John Reith, prvi direktor BBC-a, zagovornik razumijevanja javnih medija kao servisa javne prosvjećenosti i visoke kulture. No, osam desetljeća nakon što su javni mediji počeli emitirati, taj pojam uključuje niz složenih pitanja o odnosu elektroničkih medija, politike i javnosti, a istraživači su suglasni da se definicija toga pojma uopće ne nazire. Studije, poput one Trine Syvertsen (1999) navode najmanje tri područja razumijevanje pojma "javnih" institucija u društvu, te najmanje tridesetak mogućih definicija javnih medija. Javni mediji u svijetu nisu jednaki (Syvertsen, 1999; Findahl, 1999; Sønde-

gaard, 1999)<sup>4</sup>, ali u traganju za zajedničkim apstraktnim konceptom McQuail (1994: 172) smatra sljedećih pet odlika osnovnim i zajedničkim: (1) univerzalnost, što znači da su javni mediji dostupni i služe svima, budući ih (2) financiraju svi građani, a ne samo korisnici toga medija (kao što je npr. kod Community medija); (3) kontrolira ih javnost (a ne više država, što je odlika državnih medija) što znači da su politički neutralni, neovisni o vladajućoj politici, gospodarskim ili nekim drugim interesima; u programskom smislu javni mediji imaju demokratsku odgovornost (4) što posebice znači da ne zanemaruju manje aktivne ili ekonomski manje važne društvene grupe i manjine (nacionalne skupine, djecu, invalide, umirovljenike); (5) javni mediji teže kvaliteti i nastoje zadovoljiti sve potrebe različitih grupa građana – kulturne, znanstvene, zabavne i ostale.

U ovom radu, temeljem tih apstraktnih odlika medijskih koncepata, istražuju se neki elementi konstruiranja hrvatske medijske politike koji mogu pokazati kako unatoč velikoj popularnosti javnih medija kod političara i javnosti, te želji politike da ih regulira<sup>5</sup> s obzirom na to da nije moguće dati općeprihvaćenu definiciju toga koncepta, stalno postoji realna opasnost da to ostane samo retorika koja će se koristiti prema potrebi i u različite svrhe. Politički diskurs, tržište i tržišno usmjeravano novinarstvo mogu ponekad javne medije previše približe konceptu državnih ili komercijalnih medija.

### **Mediji i medijska politika u razdoblju nakon prvih parlamentarnih izbora 1990.- 2000.**

Godine 1990. nakon prvih slobodnih parlamentarnih izbora, Hrvatska demokratska zajednica s Franjom Tuđmanom na čelu, ostvarila je pretežitu vlast. Na temelju “dekonstrukcije” političkog diskursa na planu medijske politike u tome razdoblju, analitičari su zapazili da se glasovanje o zakonu zasnivalo na osvojenoj premoći i političkoj volji te stranke (Peruško Čulek, 1999). Za to je razdoblje karakteristično da su postavljeni institucionalni i zakonski demokratski okviri i prihvaćeni mnogi zakoni o medijima, no unatoč tomu nije ostvarena emancipacija medija od politike i državne vlasti.<sup>6</sup>

Hrvatska medijska politika nije se kreirala na načelima javnog konsenzusa i stručnih rasprava i interesa, nego se mogla “iščitavati” iz prijedloga i rasprava u Hrvatskome saboru, a provoditi na temelju donesenih zakona (Peruško Čulek, 1999). Vlast je vjerovala da je samim demokratskim izborima zadovoljena demokracija i da je na tim izborima vladajućoj stranci dodijeljeno legitimno pravo da odlučuje u ime interesa javnosti, pa i kada je riječ o uređenju medijskog sustava. Kada je u saborskoj raspravi prije prihvaćanja Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji (lipnja, 1990.) oporba prigovorila da nije bilo javne ras-

prave o prijedlogu Zakona, jedan zastupnik HDZ-a komentirao je to sljedećim riječima:

“Javna rasprava je provedena u izborima i ako se Zakon donosi po hitnom postupku to bi bilo novo u svijetu i u povijesti da se vodi javna rasprava po hitnom postupku. Prema tome, tu nema nikakve javne rasprave, ... javne rasprave se inače treba maksimalno suziti, jer čemu su bili izbori, čemu je ovaj parlament, ako bi se trebalo sve stavljati na javnu raspravu, a posebice po hitnom postupku. I konačno, molim da se vodi računa o tome tko ima legitimitet i tko ima kakav odnos u odnosu na provedene izbore ...” (Peruško Čulek, 1999: 229).<sup>7</sup>

Sabor RH prihvaća 1990. godine Zakon o Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji Hini i iste godine Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (najčešće mijenjan – 1991., 1992., 1993. i 1996.), zatim Zakon o telekomunikacijama (1994) kojim je definiran hrvatski radiodifuzni sustav i načela dodjele koncesija privatnim radio i TV postajama te Zakon o javnom priopćavanju (konačno prihvaćen tek 1996. godine, nakon Prijedloga Zakona o tisku iz 1991. te nakon Zakona o javnom informiranju iz 1992.<sup>7</sup> kojim se definiraju opći uvjeti slobode tiska, zaštite izvora informiranja i zaštite novinara, prava novinara na informaciju, te pravo na zaštitu privatnosti).

Godine 1990. Zakonom o Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji (NN, 1990/31), kao “republička organizacija” osnovana je Hina “radi obavljanja poslova od važnosti za ostvarivanje zadaća Republike Hrvatske”. Zakon je predvidio da će Hinu nadgledati vijeće (čl. 7) u koje će Sabor RH imenovati deset članova iz sastava zastupnika razmjerno stranačkoj strukturi parlamenta, a deset članova će imenovati Vlada. Direktor, zamjenik direktora i glavni urednik su članovi vijeća. To tijelo, prema članku 8., daje mišljenje o programskom usmjerenju i programu rada Hine. Prema 11. članku, direktora i njegova zamjenika imenuje i razrješava Sabor RH, a glavnog urednika Vlada. Na taj je način nadzor javnosti potpuno isključen. Osim toga, čak ni u takvom sastavu to vijeće nije nikada osnovano, a direktore i glavne urednike imenovao je Sabor RH bez javnog natječaja.

U području radiodifuznog sustava država zadržava nadzor i nad nacionalnim radijem i televizijom i nad komercijalnim radijskim i televizijskim postajama. Nadzor Hrvatske radiotelevizije kao najmoćnijeg državnog medija omogućen je zakonom, ali se provodio i drugim mjerama.<sup>8</sup> Programski je HRT također ostao pod nadzorom politike jer u skladu s tim novim zakonom, u Vijeću HRT-a – glavnom nadzornom tijelu za program – od 19 članova, 15 je bilo saborskih zastupnika: 10 iz vladajuće stranke HDZ-a, a jedan iz HSP-a – stranke bliske HDZ-u. Splichal (2000: 9) takav način reguliranja medija kojim se formiraju različiti odbori, vijeća ili uprave koje čine samo članovi Parla-

menta ili Vlade naziva *re-nacionalizacijom* i preslikavanjem strategije bivših socijalističkih režima, sa svrhom da se na legitiman način zadrži nadzor nad medijima. Za takvom su medijskom politikom, prema njegovu mišljenju, u cilju ponovne uspostave nadzora nad medijima, posegnule skoro sve zemlje Istočne i Srednje Europe.

I u području komercijalnih radijskih i televizijskih postaja, unatoč deregulaciji, vlast nije Zakonom o telekomunikacijama i načinom sastavljanja Vijeća za telekomunikacije koje je dodjeljivalo koncesije za emitiranje, prepustila nadzor struci. To je tijelo bilo sastavljeno od visokih dužnosnika vladajuće stranke, a prema mišljenju zainteresiranih privatnih radio i televizijske postaja, koje su još su uvijek nezadovoljne naslijeđenom raspodjelom koncesija na različitim razinama emitiranja, te koncesije nisu dodjeljivane temeljem kriterija vrijednosti predloženog programa nego temeljem političke podobnosti.<sup>9</sup> Iako je koncesije dobilo preko 100 privatnih radijskih postaja i desetak lokalnih televizija, taj broj nije jamčio stvarnu pluralnost medija, različitost i otvorenost svim mišljenjima te njihovu neovisnost. Nakon dolaska koalicije na vlast postavljani su zahtjevi za revizijom dodijeljenih koncesija, što sadašnje Vijeće za radio i televiziju nije prihvatilo jer za provedbu takve revizije nema zakonske osnove.

U tiskanim medijima mnogobrojne tužbe protiv novinara<sup>10</sup> u tom razdoblju, i u Hrvatskoj su povezane s komercijalizacijom, trivijalizacijom pa i “ispoliti-ziranom privatizacijom” (Splichal, 2000). Tiskani mediji, u takvim prilikama tranzicijskih medijskih previranja, ostaju vezani uz politiku i političare koji njima manipuliraju jer u natjecanju za čitatelja, novinari ovise o informacijama i izvorima. Privatizacija medija provedena je pod političkim pritiscima (o čemu svjedoči primjer *Slobodne Dalmacije*), što ukazuje kako ni u Hrvatskoj nije bilo jasne podjele između države i tržišta. Splichal (2000) također prepoznaje “politički kapitalizam” karakterističan za sve zemlje srednje i istočne Europe koje su iz bivših socijalističkih zemalja prešle u kapitalističke ili kvazikapitalističke. Omogućen je ulazak stranog kapitala kao i u drugim zemljama, ali nisu stvoreni mehanizmi za transparentnost vlasništva niti mehanizmi javnog nadzora za sprječavanje koncentracije i monopolizacije.<sup>11</sup> Novac je bio osnovni uvjet osnivanja medijskih kuća, a tržišni zakoni ponude i potrošnje osnovna mjera i kriterij demokratizacije. Strani kapital promijenio je pravila ili je donio nova pravila u profesionalnom i etičkom smislu, te na području rada i radničkih prava. Cenzura je ukinuta, kao i u drugim zemljama Istočne i Srednje Europe, ali su, “u procesu na relaciji rada i kapitala” (Županov, 2002:11) zbog nerazvijenosti pravnog i političkog sustava, opće nezaposlenosti, pada standarda, mita, korupcije pa i razvijenog kriminala u državi, mediji i novinari postali taocima sive ekonomije. Novinari su postali slabo zaštićena profesija, s

lošim pravnim uporištem o radnim pravima.<sup>12</sup> Jakubowitz (2000) je zaključio da tako utemeljeni mediji, kao i mediji pod nadzorom države, marginaliziraju civilno društvo i javno mišljenje i ne pridonose njegovu razvoju jer su usmjereni isključivo na dobit. U tim uvjetima “divlje medijske scene” osobito je važna snaga javnih medija i sudjelovanje javnosti u kreiranju medijske politike.<sup>13</sup>

### **Medijska strategija nove koalicijske vlasti**

Na parlamentarnim izborima 3. siječnja 2000. dogodila se smjena vlasti i na vlast je došla umjereno lijeva koalicija stranaka. Da bi ispunila obećanje o većim medijskim slobodama iz predizbornog razdoblja, nova vlast je – kao i prethodna – najprije posegnula za najatraktivnijim pitanjem – regulacijom medija u državnom vlasništvu. Kao prioritetan zadatak medijske strategije postavljeno je donošenje novog Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji, kako bi se HRT iz državnog radija i televizije pretvorio u javni. Takva medijska strategija u interdiskurzivnom sučeljavanju političkog i medijskog diskursa znači iskušanu i legitimnu opredijeljenost da se u političkom kontekstu moći dođe do brzih bodova. Posegnuvši za ideologijski i demokratski etabliranom opcijom javnih medija kao modelom koji uključuje primamljiva i zvučna pitanja demokracije, nacionalne kulture, profesionalizma i profesionalizacije, uredničke autonomije te novinarske etike i kvalitete, nova je vlast pokazala želju da ozakoniti medije u državnom vlasništvu sukladno prihvaćenim europskim standardima. Konačni raskorak između želje i realizacije, u prvom redu kad je riječ o Hrvatskoj radioteleviziji, nije samo u problemu tumačenja i definiranja javnih medija, nego i u sve jačim zakonima medijskog tržišta i kapitala te nedovoljnoj snazi javne sfere.<sup>14</sup>

U studenome 2001. Hrvatski sabor prihvaća novi Zakon o Hrvatskoj novinskoj izvještajnoj agenciji Hini, kojim započinje preustroj Hine iz državne u samostalnu javnu ustanovu. Prepreka tome nije što se informativna nacionalna agencija i dalje financira dijelom financirana iz državnog proračuna, jer je to uobičajen za male zemlje te zemlje u tranziciji, ali i za neke zapadnoeuropske agencije, primjerice za francuski AFP (Boyd-Barrett, 2000). Nacionalne agencije često su korisnici državnih subvencija zbog vrlo visokih troškova poslovanja, a zbog malog tržišta teško bi se mogle same financirati. Naime, najčešće se postavlja pitanje ne bi li ovisnost o tržištu bila još mnogo gora varijanta za agencije, nego što je ovisnost o državnom proračunu. Najdjelotvornijim se čini rješenje da Vlade financijski pomažu agencije, a da zauzvrat same budu korisnici usluga agencije. Na tom je modelu zasnovana djelatnost Hine. Zakonom je predviđeno da agencijom upravlja Upravno vijeće od pet članova (članak 10), koje imenuje i razrješava Hrvatski sabor.<sup>15</sup> Članovi se biraju na temelju javnog



natječaja iz redova gospodarskih, pravnih, informatičkih i medijskih stručnjaka te jedan djelatnik agencije. Vijeću je zadaća štiti autonomiju uredničkog djelovanja i autonomiju upravljanja, zatim javnost i transparentnost rada te zaštita prava na najviše novinarske standarde u cilju zaštite novinarske etike i profesije.

Za razliku od Zakona o Hini koji je donesen bez zanimanja javnosti i javnih rasprava, prije prihvaćanja Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji koji je predložila nova koalicija, vodile su se mnoge javne rasprave. Konačna verzija toga prvog Zakona o HRT-u dana je Saboru na prvo čitanje u lipnju 2000. a, a zakon je prihvaćen 8. veljače 2001. godine. Struka i javnost prvi puta su osim o televiziji mnogo raspravljali i o Hrvatskome radiju, pri čemu fokus nije bio na politici, nego na budućim kulturnim funkcijama javnog radija. To razumijevanje koncepcije i društvene uloge javnog radija vrlo je zanimljivo jer je radio kao medij počeo upravo kao kulturna institucija (Košir i dr., 1999: 42). Istodobno se tada hrvatska javnost najviše angažirala raspravama o medijskoj politici usmjerenima na pitanja programa, a ne na rasprave o osobama ili senzacijama. Javnost je, naime, poduprla prijedlog o privatizaciji treće televizijske mreže HRT-a, što je shvaćeno kao jamstvo za demokratizaciju medijskog prostora, a suprotstavila se prijedlogu o ukinuću treće mreže Hrvatskoga radija (Treći program HR-a programski je usmjeren na kulturu i znanost). Prijedlog vlade da se treća mreža ujedini s drugom mrežom Hrvatskoga radija protumačen je kao pokušaj ukidanja prava javnosti na kulturnu informaciju u općoj komercijalizaciji medijskog prostora, kao ukidanje medijske kulturne "oaze" za intelektualnu javnost.<sup>16</sup>

U zakon je uvršten članak o odvajanju Hrvatskoga radija od Hrvatske televizije o čemu se uopće nije javno raspravljalo, jer tijekom javnih rasprava nije niti postojao, iako nije u suprotnosti s mogućim ustrojima javnih medija (PBS sustava). Taj je članak kasnije bio uzrokom mnogih dvojbi o potrebi i mogućnosti odvajanja. Imovinski odnosi između Hrvatskoga radija i Hrvatske televizije nisu nikada uređeni, a elaborat o mogućim načinima odvajanja i o mogućoj podjeli pretplate, nikada nije javno predstavljen, iako se to zahtijevalo.<sup>17</sup>

Zakonom je HRT ustrojen kao "javna ustanova" koja "promiče interese javnosti", "odgovara javnosti" (članak 13.) te samostalno upravlja svojim radom bez političkog upletanja (članak 14). Unutarnji ustroj HRT reguliran je Statutom HRT-a iz studenoga 2001. te Pravilnikom o nutarnjem ustroju. Način javnog nadzora programa reguliran je načinom izbora Vijeća HRT-a, koje je trebalo biti jamac da će HRT služiti interesima javnosti i da će javnost nadzirati vrijednosti programa. Vijeće je imalo 25 članova – 22 su izravno imenovale različite civilne i strukovne udruge (kao jamstvo participacije civilnog društva), a tri člana predsjednik Hrvatskog sabora iz redova uglednih, javnih nestranačkih djelatnika, što je bilo na tragu koncepcije ukidanja političkog

nadzora nad uređivanjem programa radija i televizije.<sup>18</sup> Vijeće HRT-a biralo je glavne urednike programa radija i televizije i imalo mogućnost njihova razrješenja. Vijeće je nadziralo i prihvaćalo programsku shemu. HRT-om upravljaju generalni direktor i Upravno vijeće od sedam članova koje imenuje Sabor, a mandat im je četiri godine. To tijelo je biralo i razrješavalo ravnatelja HRT-a i njegove pomoćnike, uz potvrdu Vijeća HRT-a.<sup>19</sup>

U tom razdoblju Vlada je također potaknula neke manje promjene Zakona o telekomunikacijama iz 1999., što je nakon recenzije medijskih stručnjaka Vijeća Europe prihvaćeno krajem 2000. godine. U srpnju 2000. imenovano je novo Vijeće za telekomunikacije, sada pod imenom Vijeće za radio i televiziju. Sastoji se od 9 medijskih, tehničkih i pravnih stručnjaka, te predstavnika zainteresiranih strukovnih udruga, a ima zadaću osigurati provedbu zakona koji jamči jednake uvjete svim sudionicima na radiodifuznom medijskom tržištu.

### **Zašto je donesen novi zakon o HRT-u**

Proces pretvorbe HRT-a u javni servis na temelju prvog Zakona o HRT-u odvijao se s mnogo napora, skandala i nepoštivanja zakonskih rokova. Hrvatsku radioteleviziju prije donošenja toga Zakona činile su četiri radne jedinice: Hrvatska televizija – HTV (s dopisništvima), Hrvatski radio – HR (s regionalnim radiopostajama), Odašiljači i veze, te Zajedničke službe. Prema Zakonu o HRT-u (članak 47.), izdvojeni su Odašiljači i veze (kao trgovačko društvo). Prema istom članku Zakona o HRT-u, do 1. srpnja 2002. trebali su se razdvojiti i Hrvatski radio i Hrvatska televizija, kao javne ustanove. Diobenu bilancu i akt o podjeli sredstava, prava i obveza trebalo je donijeti Upravno vijeće HRT-a, na prijedlog ravnatelja HRT-a uz suglasnost Zastupničkog doma Hrvatskoga sabora do 1. listopada 2002. To nije učinjeno, a radio i televizija nisu se razdvojili.

Zakonom o HRT-u predviđeno je da će se frekvencije HRT-a za prijenos i odašiljanje programa u trećoj mreži na državnoj razini, dodijeliti koncesionaru u skladu s odredbama Zakona o telekomunikacijama, najkasnije godinu dana od prihvaćanja Zakona o HRT-u, što znači da se to trebalo učiniti u veljači 2002. No, natječaj je raspisan tek nakon što je 7. veljače 2003., donesen novi Zakon o HRT-u.

Novim je zakonom promijenjen način izbora ravnatelja i glavnih urednika radija i televizije. Najvažnije ovlasti nisu više u rukama Programskog vijeća HRT-a. To tijelo sada ima 11 članova, a bira ga Zastupnički dom Hrvatskoga sabora, kao i Vijeće Hine, na temelju javnog natječaja iz redova medijskih stručnjaka i uglednih javnih osoba.

I daljnji komentari novog zakona uputili bi na zaključak da se u ovom razdoblju svrstavamo u onu skupinu zemlja u kojima su mediji tek na početku transformacije iz državnih u javne. Primjereno ekonomskim dostignućima, javni mediji u tim zemljama bave se pretežito organizacionim pitanjima, a mnogo manje istraživanjem programskih i profesionalnih novosti. Istraživanjem mogućnosti koje za javne medije donose nove tehnologije, poput digitalnog emitiranja i Interneta, bave se veće i ekonomski moćnije zemlje, koje kroz mnogobrojne projekte nastoje stvoriti strategiju razvoja javnih medija i njihove nove uloge u društvu u digitalnom dobu (Woldt i Dries, 1998).<sup>20</sup>

## Zaključak

Hrvatska je medijska politika, iako ne sasvim definirana ipak je na tragu demokratskih težnji konstrukcije medijskog prostora i omogućavanja razvoja medijskog tržišta i natjecanja.

Slično iskustvima ostalih tranzicijskih zemalja, konstruiranje medijskog sustava i uloge javnih medija u njemu, odvija se sporije od razvoja medijskih tržišnih zakona koji nameću svoju medijsku logiku, ali i sporije od izazova suvremene tehnologije. Naime, dok se u razvijenim zapadnoeuropskim medijskim sustavima oko uloge javnih medija kao vodeća tema nameće istraživanje tehnološkog razvoja televizijskog i radijskog “digitalnog tržišta” (Collins, 2002) i novih mogućnosti njegove regulacije,<sup>21</sup> to u našoj medijskoj regulativi još nije naglašeno pitanje, ali se razvoj javnih medija nedvojbeno nastavlja u tom smjeru. Do sada su javni mediji, prije svega Hina i Hrvatska radiotelevizija, prošli nekoliko razvojnih faza. Prvo je razdoblje *re-nacionalizacije*, što Splichal (2000) ističe kao zajedničku fazu svim postkomunističkim zemljama, a označava zadržavanje nadzora nad elektroničkim medijima, dakle i javnim medijima, osnivanjem različitih vijeća kojima zakon osigurava sudjelovanje političara na vlasti, uz izraženo slabo sudjelovanje javnosti,

Slijedi razdoblje u kojem se medijski zakoni donose uz veću mogućnost sudjelovanja javnosti u javnim raspravama, a struktura Vijeća radiotelevizije osigurava javni nadzor civilnog društva. No, nedostatak iskustva pokazao je posljedice u dijelu zakona kojim se rješavaju organizacijska pitanja i pitanje ovlasti, na što su međunarodne organizacije upozoravale odmah nakon donošenja zakona, kao i u dijelu u kojem zakon predviđa mehanizme nadzora i kontrole provedbe.

Donošenjem novog Zakona o HRT-u trebale su biti otklonjene upravo takve organizacijske smetnje za ispravno djelovanje javnog radija i televizije, izabrano novo Vijeće s drugačijim ovlastima u novoj strukturi upravljanja i

odgovornosti između tijela uprave. I Hina je tek nakon osnutka Vijeća<sup>22</sup> ustanovila normativne i organizacijske pretpostavke za preustroj u javni medij.

Istodobno, uloga javnih medija u kreiranju pluralističkog, raznolikog medijskog tržišta, kod nas kao i diljem svijeta, u mnogome ovisi o mikro i makroekonomskim procesima jer oni višestruko utječu na njihov ustroj i funkcioniranje. U tržišno orijentiranim medijskim sustavima poput našega, javni mediji morali bi što više ublažiti svoju tržišnu utrku i tako pridonijeti kvaliteti programa i zaštititi novinarske struke od destruktivnog utjecaja oglašavanja i prikriivenoga PR-a. Time će ujedno štititi pravo na informaciju građana koji ih financiraju. Također, tako se štite i osnovne stečevine javnih medija kao što su zaštita kvalitete i raznolikosti programa i poštivanje gledatelja i slušatelja kao mislećih građana, a ne kao broja kroz koji se ostvaruje dobit.

Iskustva različitih europskih zemalja u kojima se razvija koncept javnih medija pokazuju da je daljnji razvoj javnih medija pod utjecajem mnogih moćnih čimbenika kao to su: 1. nove tehnologije – višekanalno digitalno emitiranje i internet, 2. politički i ekonomski procesi kao što su globalizacija i ujedinjenje medijskog kapitala, te 3. proces individualizacije životnog stila i s tim u svezi promjene strukture svakodnevnog života medijskih korisnika (Woldt i Dries, 1998).<sup>23</sup>

Javni mediji s dužom tradicijom (posebice se u istraživanju izdvajaju Velika Britanija i Njemačka, ali i neke zemlje s manjom ekonomskom moći) pretežito nastoje istražiti mogućnosti koje javnim medijima nude nove tehnologije – kao digitalna tehnologija i internet, kreirati u tom smislu nove strategije uz izražene restrikcije i djelotvorniju organizaciju. Hrvatska se nalazi u grupi zemalja u kojima je proces razvoja javnih medija još na početku pretvorbe iz državnih u javne, ti se mediji još uvijek više bave svojom unutarnjom reorganizacijom i konsolidacijom, a manje ili nedovoljno istraživanjem izvornih i raznolikih mogućnosti javnih medija kao osobito važnog i moćnog sudionika medijske scene. U odnosu prema komunikacijskim zakonima suvremene demokracije (Dahlgren, 2002) javni mediji, njihova regulacija, razvoj i nadzor, ne mogu biti samo dio političkog diskursa i retorike, nego prije svega interes i težnja civilnog društva.

## BILJEŠKE:

<sup>1</sup> Pitanje “javne sfere” kao mogućnosti grupa u civilnom društvu da utječu na medije i na političke odluke doživljava posljednjih godina rekonceptualizaciju u razvijenom kapitalizmu, gdje sve jači impulsi za demokratizaciju društva dolaze iz tzv. “nejavnih sfera” koje proistječu iz unutarnje dinamike najširih masa. I Habermas (1992) u novije doba prihvaća da i najšire mase mogu pokrenuti kritični proces javne komunikacije koji će se usprotiviti načinu na koji mediji prikazuju društvo i koji može politički intervenirati (Fenton, N. i Downey, J., 2003: 19)

- <sup>2</sup> Tako primjerice nedovoljno nastojanje na međunarodnim konvencijama o ljudskim, a posebice dječjim pravima, isiticanje interesa javnosti prema komercijalnom oglašavanju zbog opasnosti i posljedica koje može ostaviti na novinarski diskurs i deformacije njegove uloge u informiranju javnosti (Poler-Kovačić, 2001: 25-45) ili na razvoj identiteta i socijalizaciju djece (Potter, 2001: 142), kao i isticanje opasnosti od negativnih medijskih sadržaja kao što su nasilje, pornografija, diskriminacijske poruke ili stereotipi na ponašanje djece i mladeži (Outlooks on Children and Media, 2001.). Op.a.
- <sup>3</sup> Taj koncept u Hrvatskoj nije zaživio (više o *Community* medijima u Jankowski, 2003; Ivanović, 2000)
- <sup>4</sup> Također Lowe, G. F. "A Discourse of Legitimacy. Critiquing the Culture Agenda in Finnish Public Broadcasting"; Ytreberg, E. "Scheduling in Nordic Public Service Television. General Description of an Ongoing Research Project"; *Nordicom*, 2000., Vol 21, No 1, 13-25.
- <sup>5</sup> I programski nadziru ih različita programska vijeća, kako u svijetu tako i kod nas, npr. u Norveškoj Council for PBS imao je zadatak formulirati i interpretirati koncept javnog emitiranja kakav bi trebao biti na nekim kanalima.
- <sup>6</sup> Potkraj 1990. godine Sabor RH donosi *Rezoluciju o prihvaćanju akata Vijeća Europe o slobodi izražavanja i informiranja te članak 38. Ustava Republike Hrvatske* kojim se "jamči pravo" na temeljne slobode i prava građana kao što su sloboda izražavanja i informiranja, zabranjuje cenzura, te spominje sloboda tiska i slobodno osnivanje medijskih organizacija. Vlast se time načelno opredijelila za europske standarde medijske politike, ali su neki elementi zakona kao i njihova provedba pokazali da je to bilo ili zbog pritiska Europske zajednice ili zbog nekih drugih pragmatičnih ciljeva (Peruško Čulek, 1999).
- <sup>7</sup> Prema mišljenju Ustavnog suda izglasano je neustavnom procedurom. Op.a.
- <sup>8</sup> Centralizacija upravljanja i nadzora programa i novca od javnosti financirane Hrvatske radiotelevizije provedena je početkom 90-ih i time što je prodana zgrada Hrvatskoga radija u središtu grada, a radio je smješten u istu zgradu s televizijom. Op.a.
- <sup>9</sup> Zrinka Vrabc Mojzeš, urednica privatne radiopostaje Radio 101, na skupu "10 godina poslije – Mediji u tranziciji u srednjoj i istočnoj Europi: Nova strategija na neovisne i pluralističke medije u Hrvatskoj", "Komercijalni radio i televizija u Republici Hrvatskoj – 10 godina poslije", *Medijska istraživanja/Media Reserach*, 2000., god. 6 br. 2, 123-129.
- <sup>10</sup> "Demokratizaciju medija kočio je porast broja sudskih tužbi i presuda protiv novinara, stvarajući neku vrstu "paternalističkog komercijalnog medijskog ustroja" (Splichal, 2000). Sudske presude nisu zadovoljavale europske standarde ljudskih prava i slobode izražavanja, "nerijetko su se donosile i presude koje ne bi, po mojim saznanjima, odgovarale praksi Europskog suda za ljudska prava. Takve situacije na prvostupanjskim sudovima ispravljale su se na višim sudovima... (Alaburić, 2000: 67)
- <sup>11</sup> Hrvatsku je javnost u tom je razdoblju potreslo nekoliko medijskih afera oko pitanja vlasnika i vlasništva. Najveće među njima su bile afere "Večernji list", kada se nije mogla ustanoviti vlasnička struktura toga najtiražnijeg hrvatskoga dnevnika, te afera "Grupo" koja je postavila, ali ne i razriješila, pitanje monopolizacije medijskog prostora u Hrvatskoj. Op.a.
- <sup>12</sup> "Prema nalazima radne inspekcije u nekim medijskim kućama i do 20% zaposlenih, uključujući i novinare, radi na crno, bez ikakvih papira, a samim time i bez ikakve zaštite. Kazne za vlasnika su minimalne...Oni sretniji dobili su ugovor o radu. Ali, i njih muči pravna nesigurnost. Vlasnici još nisu sigurni da je njihova obveza platiti svaki rad, znači i prekovremeni i noćni i rad vikendom, kao i bolovanje. Ali su zato sigurni da mogu dovesti svakoga s ceste i od njega stvoriti novinara po svojoj mjeri, što je ustvari jedno od njihovih najjačih oružja prema zaposlenicima!" (Jasmina Popović, novinarka i predsjednica Sindikata novinara Hrvatske na skupu "10 godina poslije – Mediji u tranziciji u srednjoj i istočnoj Europi: Nova strategija na neovisne i pluralističke medije u Hrvatskoj", "Nema slobodnih novinara", *Medijska istraživanja/Media Research*, god. 6 br. 2, 129-135.
- <sup>13</sup> Nakon 1996. godine (te je godine prihvaćen Zakon o javnom priopćavanju) osniva se Forum 21, udruga novinara elektroničkih medija nezadovoljnih političkim nadzorom nad slobodom medija, te neke druge

udruge građana za slobodu javne riječi (npr. "Članak 38"), kojim se na javnim raspravama pridružuju intelektualci, građani i zainteresirani predstavnici mnogo struka. Ti su skupovi bili priprema civilnog društva za preuzimanje odgovornosti u procesu osvajanja političke slobode u javnom prostoru medijske komunikacije. Op.a.

- <sup>14</sup> OESS u svojim Preporukama na području radija i televizije u Hrvatskoj (23. 01. 2002., Hina) smatra da zakoni o HRT-u i o telekomunikacijama i dalje omogućuju neprihvatljiv utjecaj vlasti na nacionalnu RTV i privatne radio i televizijske postaje. Smatra da nadzorna i upravljačka struktura daje stvarnu vlast unutar HRT-a politički imenovanim osobama. Također, predlaže razradu posebnog zakona o radiodifuziji koji bi ustanovio neovisno regulatorno tijelo za usluge radiodifuzije, odgovorno za nadzor svih RTV postaja pa i HRT-a. Isto se tako zamjera skučen opseg djelovanja Vijeća za radio i televiziju, koje bi se trebalo birati drukčije i imati drukčiji sastav, što bi više jamčilo političku i ekonomsku neovisnost.
- <sup>15</sup> Zastupnički dom Hrvatskoga sabora je, prema Zakonu o Hini, formirao Upravno vijeće 10. lipnja 2002. godine. Do svibnja 2003. ostvarene su sve normativne i organizacijske pretpostavke za preustroj Hine u javnu ustanovu (Izviješće o radu Upravnog vijeća Hine, 2003.). Op.a.
- <sup>16</sup> Posebno se aktivno time bavila Inicijativa za javni radio, skupina radijskih djelatnika koja je nastojala senzibilizirati javnost za ulogu javnog radija u društvu i za neravnopravan položaj HR-a u sustavu HRT-a (Nada Zgrabljić, Inicijativa za javni radio, *Zarez*, 8. lipnja 2000.). Op.a.
- <sup>17</sup> Nada Zgrabljić, Osluhnimo glas slušatelja, *Vjesnik*, 10. kolovoza 2000.
- <sup>18</sup> Novi zakon o HRT-u, donesen 7. veljače 2003., mijenja ovaj članak i članovi Vijeća HRT-a ne delegiraju izravno njihove nevladine i profesionalne udruge, nego ih izabire Zastupnički dom na temelju javnog natječaja. Op.a.
- <sup>19</sup> Eksperti Vijeća Europe uložili su već spomenute primjedbe na ovaj dio zakona. Op.a.
- <sup>20</sup> 1998. publicirano izvješće projekta "Perspectives of Public Service Broadcasting in Europe" nije dostupno na web adresi. Op.a.
- <sup>21</sup> Prije svega u Njemačkoj i Velikoj Britaniji gdje je, primjerice, u tijeku proces integriranja odvojenih regulatornih zavoda za pojedine elektroničke medije u jedinstveni zavod Ofcom (Office of Communication) (Collins, 2002: 6). Op.a.
- <sup>22</sup> Upravno vijeće Hine osnovano je 10. lipnja 2002. godine, a članovi su medijski, pravni, ekonomski i informatički stručnjaci.
- <sup>23</sup> 1998. publicirano je izvješće projekta "Perspectives of public service broadcasting in Europe", ali nije dostupno na naznačenoj web adresi.

---

## LITERATURA:

- Alaburić, V. (2000) "Pravo i pravne institucije neovisnih medija, *Medijska istraživanja /Media Research*, god. 6 br. 2, 65-69.
- Antunović, Ž. (2000) "Ten Years after- A New Strategy for Independent and Pluralistic Media in Croatia – Opening speche" (Deset godina poslije – Nova strategija za neovisne i pluralističke medije u Hrvatskoj. Uvodno izlaganje) *Medijska istraživanja /Media Research*, god. 6 br. 2, 45-49.

- Boyd-Barrett, O. (2000) "National and International News Agencies. Issues of Crisis and Realignment", *Gazette*, Vol. 62, No.1, 5-19.
- Collins, R. (2002) "2002 – Digital Television in the United Kingdom", *Javnost/The Public*, Vol. IX, No. 4, 5-19.
- Dahlgren, P. (2002) In Search of the Talkative Public: Media, Deliberative Democracy and Civic Culture", *Javnost/The Public*, Vol. IX, No. 3, 5-26.
- Feilitzen, von C. i C. Bucht (ur.) *Outlooks on Children and Media* (2001) UNESCO, International Clearinghouse on Children and Violence in the Screen at Nordicom.
- Fenton, N. i J. Downey (2003) "Counter Public Spheres and Global Modernity", *Javnost/The Public*, Vol. 10. No. 1, 15-33.
- Findahl, O. (1999) "Public Service Broadcasting – A Fragile, Yet Durable Construction", *Nordicom Review* Vol. 20, No. 1, November, 13-21.
- Ivanović G. (2000) "Američki nekomercijalni radio: Mainstream (javni) vs. Community radio" *Medijska istraživanja /Media Research*, god. 6 br. 1, 63-6
- Jakubowicz, K. (2001) "Westernization and Westification: Social and Media Change in Central and Eastern Europe. A Polish Case Study", *Medijska istraživanja /Media Research*, god. 7 br. 1-2, 5-25.
- Jankowski, W. N. (2003) "Research of Community Media", *Javnost/The Public*, Vol. X, No. 1, 5-15.
- Košir, M., Zgrabljić, N. i R. Ranfl (1999) *Život s medijima*. Zagreb: Doron.
- McChesney, R. W. (2003) "Theses on media deregulation", *Media Culture & Society*, Vol. 25, No. 1, 125-135.
- McQuail, D. (1994) *Mass Communication*. Third Edition. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE.
- "Osluhnilimo glas slušatelja", *Vjesnik*, 10. kolovoza 2000
- Peruško Čulek, Z. (1999) *Demokracija i mediji*. Zagreb: Barbat.
- Poler Kovačić, M. (2001) " Kriza novinarstva kao kriza etike: tko je novinarski subjekt", *Medijska istraživanja /Media Research*, god.7 br.1-2, 25-45.
- Popović, J (2000) "Nema slobodnih novinara", *Medijska istraživanja /Media Research*, god.6 br.2, 129-135.
- Potter, W. J. (2001) *Media Literacy*. Second Edition. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publication.
- Slaatte, T. (2000) "Media and Politics. Research Strategies in a Crossdisciplinary Field", *Nordicom Review*, Vol. 21, No. 1, 3-13.

- Søndergaard, H. (1999) "Some Reflection on Public Service Broadcasting", *Nordicom Review*, Vol. 20, No. 1, 21-31
- Splichal, S. (1999) "Pravni zakoni in zakoni komuniciranja", u: *Civilna družba v Sloveniji in Evropi*. Ljubljana: Društvo Občanski Forum, Služba Vlade RH za europske zadeve.
- Splichal, S. (2000) "Reproducing Political Capitalism in the Media of East-Central Europe", *Medijska istraživanja /Media Reserach*, god. 6 br. 1, 5-19.
- Syversen, T. (1999) "The Many Uses of the 'Public Service' Concept", *Nordicom Review*, Vol. 20, No. 1, 5-13
- Van Dijk, T. (1988) *Discourse as Structure and Process*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE.
- Van Dijk, T. (1998) *Discourse as Social Interaction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE.
- Vjesnik*, 10. kolovoza 2000) "Osluhnimo glas slušatelja", intervju
- Vrabec Mojžes, Z. (2000) "Komerčijalni radio i televizija u Republici Hrvatskoj – 10 godina poslije", *Medijska istraživanja /Media Reserach*, god. 6 br. 2, 123-129.
- Woldt, R. i Dries, J. Communication Policies – Project. Perspectives of Public Service Broadcasting in Europe. <http://www.eim.org.ComPol/Projects>
- Zgrabljić, N. "(2001) "Hrvatski radio 2000. – u potrazi za novim identitetom", *Medijska istraživanja /Media Reserach*, god. 6 br. 2, 79-91.
- Zgrabljić, N. "Inicijativa za javni radio" *Zarez*, 8. lipnja 2000
- Županov, J. (2002) Predgovor knjizi: Ilišin, V. i Radin, F. (ur) *Mladi uoči trećeg milenija*. Zagreb: IDIZ i DZZOMM.



**Nada Zgrabljic**

## **Media Policy and the Public Broadcasting Services in Croatia**

### **SUMMARY**

The present article reviews the Croatian media policy before the most recent Law on Telecommunications and the Media Act. Croatia, like other countries, has its own history and strategy of public media development. Using the examples of the Croatian News Agency (HINA), and the Croatian Radio and Television (HRT), the author examines the similarities between Croatia's media policy and that of other countries in transition. The common characteristic of all these countries is the lack of tradition in the public media, because the media in a single party system were controlled by the state, and the establishment of the public media has proved a challenge for both civil society and politicians. However, since there is no single definition of the public media, there is no single rule on their structuring. The present direction of Croatia's media policy is positive, marking a departure from the normative model of re-nationalization (Splichal, 2000) and a move towards a model that will develop a modern identity of the public media on Croatia's media scene. The transformation into public media is slow and is the product of a delicate balancing act between the law on one side and the programming, marketing, and organizational requirements imposed by the new media market on the other. It is to a much smaller extent the product of a deliberate orientation towards modern programming challenges brought about by new technologies. It is not yet clear what route the Croatian media policy and the public media will take, but this is a situation not unlike that which could be observed in other countries in transition before the domestic public television was exposed to national competition and the injection of foreign capital (Jakobowicz, 2001). The pluralistic media system as an alternative to media concentration, monopoly, and oligopoly, can be designed only through a proper regulation of the public and commercial systems.

Keywords: civil society, media policy, public broadcasting service, Croatia