

## Lynette Sheridan Burns, *Razumjeti novinarstvo*, Naklada Medijska istraživanja, Zagreb, 2008., 212 str.

Knjiga Lynette Sheridan Burns *Razumjeti novinarstvo* objavila je izdavačka kuća Naklada Medijska istraživanja u biblioteci “**Budi novinar**”, kao prvu među knjigama koje su namijenjene da pridonese naporima za suvremeno obrazovanje mladih novinara. Odabrana je predstavljajući čitateljima, stručnjacima, novinarima i budućim mladim novinarima, jer pripada onim knjigama koje predavačima i studentima omogućavaju da novinarstvo uče i podučavaju na znanstveno utemeljen, ali moderan i popularan način. Recenzenti knjige, doc.dr.sc. Jelena Jurišić, povjerenica za nastavu i profesorica novinarstva na Hrvatskim studijima Sveučilišta u Zagrebu i prof. dr. sc. Stjepan Malović, profesor novinarstva i voditelj studija “Mediji i kultura društva” Sveučilišta u Dubrovniku, istaknuli su da je novinarstvo u nas profesija koja privlači sve više studenata, a da još uvijek nedostaje kvalitetnih udžbenika, te da je stoga knjiga *Razumjeti novinarstvo* koja cjelovito i zanimljivo opisuje proces formiranja mladih novinara, iznimno korisno i dobrodošlo štivo.

Autorica knjige Lynette Sheridan Burns, novinarka s 25 godina radnoga staža, dobitnica triju uzastopnih novinarskih nagrada, bila je od 1989. dekanica i profesorica na Fakultetu umjetnosti i društvenih znanosti u

Sydneyu, što je uspješno kombinirala sa zanimanjem slobodnog novinara i osvajanjem nagrada za istraživanje problemskog dizajniranja životopisa. Danas živi u malom selu blizu Newcastlea u Australiji, gdje je 1992. pokrenula tamošnji studij novinarstva. Na temelju svoga dugogodišnjeg novinarskog i profesorskog rada, zaključila je da je pitanje “Odakle početi”? ključno pitanje mladih novinara, bilo da pokušavaju primijeniti informacije dobivene na predavanjima ili se trude učiti novinarstvo radeći taj posao. Novinarstvo uvijek nastaje u složenom društvenom kontekstu koji se neprekidno razvija. Usredotočenošću na prakse ili vještine kojima se koriste, novinari ne mogu se pratiti definicije novinarstva koje se mijenjaju ili ponuditi općeniti savjet u globalnom kontekstu, stoji u predgovoru njezinoj knjizi. Na temelju vlastitoga iskustva autorica usmjerava novinare početnike prema zamkama, vrijednostima i standardima profesije. Cilj koji je sebi postavila jest da olakša mladim novinarima uključivanje u profesiju i to na način da budu spremni iskoristiti sva znanja i vještine koje su tijekom studiranja prikupili, a s kojim nije uvijek lako upravljati na najbolji način jer mladim novinarima nedostaje samopouzdanja i društveno-političkog iskustva. Ističe da na rad mladih novinara i njihov us-

pjeh u karijeri, utječu mnogi čimbenici koji se tijekom studija teško mogu predvidjeti, a koji mogu biti pozitivni kao i ograničavajući. Primjerice odnosi u neposrednoj radnoj okolini koje ona naziva "kultura redakcije" ili društvene prilike. Pri tom, novinari moraju stalno donositi odluke o osobnom ali istovremeno i o javnom interesu, o točnosti i pravodobnosti informacije, o pouzdanosti izvora, prirodni javnoga interesa, o etičkim normama i ljudskim pravima. Autorica vodi kroz etape takovoga odlučivanja i tumači mehanizme kritičkog samopropitivanja i važnost samoprocjene. Ona smatra da je ta kombinacija aktivnoga donošenja odluka i kritičke refleksije ono najvažnije što novinar treba.

Ukratko, novinarstvo je praksa i tehnička vještina, ali stvarnost profesionalnoga novinarstva 21. stoljeća pokazuje da ga se više ne može usvajati samo učeći na radnome mjestu, jer to nije dovoljno. Novinari djeluju u interesu javnosti i govore istinu čak i

onda kada ju je teško i opasno govoriti, zbog toga je njihova profesija pod stalnim pritiskom kao i njihov profesionalni integritet. Tržišno vođeno novinarstvo i medijska industrija, umrežavanje i koncentracija, smanjuju slobodu i kreativnost novinara na račun uspona odnosa s javnošću i reklamne industrije. Novinari se moraju znati nositi s tim složenim društvenim zakonima i mehanizmima, odnosno moraju znati kako pisati zanimljivo i atraktivno, ali i korisno za javnost te prihvatljivo za medijsko tržište.

Zbog toga, knjigu Lynette Sheridan Burns *Razumjeti novinarstvo* koja je objavljen au biblioteci "Budi novinar" treba preporučiti svima koji uče ili podučavaju novinarstvo, kao i svima koji žele bolje upoznati i razumjeti taj složeni društveni diskurs važan za razvoj javne političke komunikacije kao i za privatni život svakog građanina.

Nada Zgrabljic Rotar

## **Simon Cottle (ur.), *Informacije, odnosi s javnošću i moć*, Naklada Medijska istraživanja, Zagreb, 194. str.**

Knjigu *Informacije, odnosi s javnošću i moć* urednika Simona Cottlea, objavila je izdavačka kuća Naklada Medijska istraživanja u biblioteci "Mediji u fokusu" sa željom da čitateljima pruži mogućnost upoznavanja sa teorijskim spoznajama i promišljanjima o ulozi koju u suvremenom društvu imaju odnosi s javnošću. Knjiga je namijenjena istraživačima medijskih komunikacija, stručnjacima za

odnose s javnošću, studentima i široj javnosti današnjeg promocijskog društva.

Recenzenti knjige su prof.dr.sc. Nenad Prelog, profesor na Sveučilištu u Zagrebu sa značajnim iskustvom u diplomaciji i prof.dr.sc. Stjepan Malović, profesor novinarstva i voditelj studija "Mediji i kultura društva" na Sveučilištu u Dubrovniku. Prof. Prelog istaknuo da je urednik knjige Simon

Cottle, profesor i ravnatelj odsjeka Mediji i komunikacije na Sveučilištu u Melbourneu, "izrazito produktivan i kreativan autor koji je objavio dvadesetak knjiga, te da ovom knjigom sustavno pokriva u nas jedno zanemareno područje – odnose s javnošću" (iz Recenzije knjige). Prof. Malović je u svojoj recenziji naglasio da je riječ o vrlo korisnom djelu svjetski poznatih profesora novinarstva te da će knjiga biti "osobito korisna studentima novinarstva i medijskih studija" (iz Recenzije knjige).

Odnosi s javnošću na neki su način fenomen našega vremena. Nastali su kao proizvod medijske industrije i tržišnih zakona a posljednjih desetljeća zauzimaju sve važniji dio javne komunikacije i izvještavanja u medijima. Između javnih i korporativnih institucija i medija odnosi s javnošću djeluju nevidljivo u kontekstu politike, kulture, zdravstva, obrazovanja i drugih diskursa o kojima ovisi život pojedinca. Ti sustavi nerijetko konstruiraju informacije za medije koje postaju nadomjesci pravim vijestima, ugrožavajući na taj način javnu sferu i pravo javnosti na informaciju. Brzina porasta broja službi za odnose s javnošću u svijetu i kod nas impresivna je i zahtijeva prestrukturiranje u različitim segmentima političkog i društvenog života. S druge strane i profesionalnost tih stručnjaka jača iz dana u dan pa se sve se veća pozornost posvećuje njihovom obrazovanju. U Hrvatskoj je u posljednjih nekoliko godina sve veće zanimanje za studije profilirane u tom području. Sveučilišta u Zagrebu, Dubrovniku i Zadru i visoke škole novinarstva i medija, u okviru svojih programa otvaraju usmjerenja na kojima

se prema suvremenim metodama i teorijskim polazištima podučavaju odnosi između zahtjeva i pravila službe za odnose s javnošću i etike javne riječi. Ova knjiga vrijedan je doprinos tom pedagoškom radu u obrazovanju mladih stručnjaka. Knjiga daje presjek najnovijih empirijskih i teorijskih istraživanja u sučelju s aktualnom svjetskom praksom stručnjaka, upućujući svakog znatiželjnog čitatelja i studenta na mogućnost proširenja znanja kroz citiranu recentnu literaturu.

Iako su rezultati prikazanih istraživanja odnose na praksu u državama zapadne Europe, to su ipak korisni primjeri jer se odnosi s javnošću proučavaju kao dio globalnog razvoja društvenih procesa u kojem ne smijemo zaostati. Istaknuti stručnjaci u ovoj knjizi kritički razmišljaju o nekim suprotnostima i tenzijama unutar te profesije i njezine društvene uloge. Problematizira se pitanje dominantnih i elitnih izvora u medijskim objavama (A. Davis), manipuliranje lošim vijestima u "dobrim danima za loše vijesti" (B. Franklin), raspravlja se uloga medija, suvremene vojne cenzure i stručnjaka za odnose s javnošću u izvještavanju javnosti o ratnim sukobima (Ph. Taylor); bavi se ulogom medija i odnosa s javnošću u nejednakim političkim sukobima kao što su prosvjedi raznih slabijih društvenih skupina protiv vlasti i političkih elita (G. Wolfsfeld). U četvrtom se dijelu se teoretizira o "politici" medijskog pristupa "quangosa", nevladinih udruga, dobrotvornih organizacija, radničkih sindikata (D. Deacon) te o aktivnostima i strategijama koje ekološki aktivisti koriste za pristup medijima (A. Anderson). U petom se poglavlju go-

vori o fenomenu tabloidizacije vijesti, o izostanku društveno korisnih informacija na račun trivijalnih sadržaja, te o pitanju “ozbiljnog shvaćanja neozbiljnih događaja” kao kulturalno dominantne ideologije društva (J. Langer) te o ulozi tv novinarstva u posredovanju pluralizam civilnog društva i jakog koncept javne sfere nasuprot ustaljenom definiranju stvarnosti u okviru monoloških komunikacijskih oblika kao što su vijesti koje su po svojoj prirodi ne-prosuđujuće i nedemokratske (S. Cottle).

Knjiga *Informacije, odnosi s javnošću i moć* koju je u biblioteci “Mediji u fokusu” objavila Naklada Medijska istraživanja, čitateljima pruža koristan uvid u teorijske koncepte i polazišta istraživanja odnosa s javnošću kao fenomena postmodernog promocijskog društva. Koristan je izvor znanja i informacija te pridonosi zajedničkom interesu – stvaranju vrhunskih, etički usmjerenih hrvatskih stručnjaka za odnose s javnošću.

Nada Zgrabljic Rotar

## **Aleksandra Uzelac, Biserka Cvjetičanin (ur.), *Digital Culture: the Changing Dynamics*, Institut za međunarodne odnose, Zagreb, 2008.**

Knjiga *Digital Culture: the Changing Dynamics* prvo je originalno djelo u nas koje se bavi problemima transformacije rada, proizvoda i usluga, društva i kulture uopće pod utjecajem informacijskih i komunikacijskih tehnologija. U knjizi je objavljeno 13 radova koje je napisalo 22 autora iz mnogih zemalja Europe i Amerike.

Mi se vrlo često pretvaramo kao da se ništa ne događa, kao da se u posljednjih dvadesetak godina nije ništa promijenilo. A u međuvremenu je izgrađen jedan drugi, virtualni svijet, svijet pun događaja, s mnoštvom protagonista, s logikom jedne nove paralelne stvarnosti koja postoji ne pred našim očima nego iza zaslona naših računala i ostalih uređaja kojima prikazujemo informacije. Taj je svijet golem, nije samo riječ o milijardama stranica i dokumenata koji su nam pristupačni preko interneta. Riječ je o

novim načinima komunikacije, o novom uspostavljanju veza, utjecaju na svaki dio naše svakodnevice. Uostalom, na komunikaciju već sada trošimo više nego na kulturu, obrazovanje ili zdravlje. O svemu tome upravo je riječ u ovoj knjizi, ovo je priručnik za navigaciju u tom olujnome moru interneta gdje se tek stvaraju nova pravila i znakovi snalaženja.

U prvome dijelu (*pod nazivom Digitalna kultura – Nova društvena ekologija*) riječ je o različitim aspektima digitalne kulture, od razvoja ambijentalne inteligencije do društvenih posljedica novih, participativnih medija. Ekologija medija razmatra kako mediji utječu na ljudsku percepciju, razumijevanje stvarnosti, osjećaje i vrijednosti, kako naša interakcija s medijima olakšava preživljavanje i razvoj. Ako je ekologija – kao što se to uobičajava reći – znanost o okolini, o

zajedničkom domu, tada su mediji, koji igraju sve veću ulogu u našem životu, sigurno predmet istraživanja te nove discipline. Zaštita čovjeka uključuje onda i izgradnju ravnoteže između previše i premalo informacija, tj. bolje rečeno, između previše nepotrebnih informacija i premalo onih koje su nam nužne, ali isto tako između prekomjerna reguliranja tog sektora i potpune slobode u kojoj je istina – sve dopušteno, ali je uvijek dobro upitati se – na čiji račun!

Posebna je pozornost posvećena problemu privatnosti, zaštite autorskih prava te institucionalnim i zakonskim okvirima koji pokušavaju regulirati novonastale odnose. Internet se dugo doživljavao kao prostor apsolutne slobode, neka vrsta Divljega zapada gdje je dovoljno stići prvi, uzeti bat i zabiti nekoliko kolčića na rubove teritorija koji smo zauzeli. U skladu s tim bilo je i poštivanje autorskih i drugih prava, a mnogi smatraju da su i sam pojam *copyrighta* i interneta u temeljnoj kontradikciji.

U svakom slučaju danas nailazimo na određen ambivalentan odnos većine korisnika, koji s jedne strane strahuju od gubitka privatnosti (sindrom “Velikoga brata”), različitih oblika praćenja potreba ili fizičke prisutnosti preko mobitela i satelita; dok s druge strane svjesno na mrežu stavljaju i najprivatnije informacije (slike, video itd.) iz svoje svakodnevice u sklopu neke od društvenih mreža, ponoseći se što svi “prijatelji” mogu doznati sve o najbanalnijim temama.

Slično je i s borbom za kontrolu sadržaja, sudskim procesima protiv piratstva (posebno glazbe i videa), ali i sve većom količinom besplatnih sadr-

žaja i programa. Naravno da se i ta besplatnost plaća, obično gubitkom privatnosti ili gubitkom vremena, no to već pripada standardnim poslovnim modelima digitalnih medija.

Činjenica je da se pojavom *weba*, a još više kvalitetnih pretraživača mreže, mijenjaju neke temeljne paradigme postojanja i važnosti pojedinih osoba ili pojava. Dugo je vrijedilo: čega nema na televiziji – kao i da se nije dogodilo; onda se sve više počelo govoriti: o tome nema ništa na Googleu, dakle, kao da i ne postoji, a moglo bi se još dodati: o nekome nema ništa u Wikipediji, znači, on je nitko i ništa i tako dalje. U svakom slučaju mijenjaju se odnosi između starih i novih informacija. Prije se govorilo – nema ničeg beskorisnijeg od jučerašnjih novina. Danas su tekstovi i drugi sadržaji iz davno objavljenih/emitiranih medija izvor za analize, komentare, oni odjednom imaju novu vrijednost za usporedbe, a nitko još ni izdaleka nije riješio sva prava – moralna i financijska korištenja.

Drugi dio (*Konceptualizacija politike digitalne kulture*) donosi analize međuodnosa kulturne politike i digitalne kulture, a važno je primijetiti da se u procesu stvaranja digitalne budućnosti kulturne politike više bave digitalizacijom naslijeđa nego pojavnošću novih kulturnih oblika gdje interaktivnost i konvergencija postaju koji put važniji od sadržaja. Zbog toga se događa da za budućnost važni dokumenti, koji su dio kulturnoga naslijeđa ove ili neke druge zemlje, posebno oni koji se temelje na multimediju, koji su objavljeni samo u virtualnome svijetu, postaju nepretražljivi i nepronalažljivi.

Neprestano se raspravlja vodi li digitalizacija kulture daljnjim oblicima dominacije jedne – znamo koje – kulture nad ostalima ili je to, naprotiv, šansa za multikulturalnost, razvoj autohtonih oblika izražavanja na malim jezicima i zapostavljenim kulturama i običajima, ali istodobno i mogućnost globalne distribucije tih sadržaja, svima koji su na ovaj ili onaj način potekli iz tih sredina, a koji upravo na taj način mogu saznati ono što žele brže i jednostavnije.

Konačno, u trećem dijelu (*Kulturne prakse na digitalnom teritoriju*) susrećemo i neke procjene budućih kretanja na ovom području. Neki sljedbenici internetske religije vjeruju da je digitalna globalizacija konačni stupanj ljudske evolucije. No, sve je promjene još uvijek teško i anticipirati. Revolucija se manje odnosi na ono što radimo nego na način kako to radimo, a strojevi u budućnosti više se neće baviti fizičkim objektima nego samo digitalnim značenjima.

Knjiga *Digital Culture: the Changing Dynamics* (odnosno *Digitalna kultura: dinamičke promjene*) svakako je jedno od prvih djela, ne samo u nas nego i u svijetu, koje se bavi golemim

promjenama u svijetu medija i kulture koje su se dogodile u posljednjih nekoliko godina. U većini podataka (tablica i grafikona) koristi se najnovijim rezultatima istraživanja (veći se dio odnosi na 2008. godinu), što samo još jedanput ističe aktualnost i ažurnost ovoga djela. Siguran sam da će tekstovi objavljeni u ovoj knjizi poslužiti bilo kao udžbenička literatura, bilo kao materijal za pripremu seminara i prezentacija. Većina je tekstova opremljena bogatom bibliografijom i konvencionalnih djela, ali i onih koje je moguće pronaći na *webu* pa to onima koji žele dalje istraživati ove teme predstavlja dodatnu vrijednost.

Ova će knjiga, nadam se, pridonijeti i drugim istraživanjima ovoga važnog (a uglavnom zanemarenog) područja, a isto tako i – ponovno se nadam – izgradnji strategije djelovanja na području zaštite autorskih prava u digitalnom svijetu, zaštite digitalnog naslijeđa, privatnosti i još na drugim područjima koji – da se vratim na početak – uopće nisu regulirani, što, ipak, nije uvijek najbolje!

Nenad Prelog

## **Psihologija-mediji-etika – 16. godišnja konferencija hrvatskih psihologa, Poreč, 1.-4. listopada 2008.**

16. godišnja konferencija hrvatskih psihologa s temom *Psihologija – mediji – etika* održana je od 1. do 4. listopada 2008. u Poreču. Organizatori konferencije bili su Hrvatsko psihološko društvo i Društvo psihologa Istre –

Associazione psicologi dell'Istria, a suorganizatori Hrvatsko novinarsko društvo, Hrvatska psihološka komora i Društvo psihologa Virovitičko-podravске županije. Pokrovitelji konferencije bili su: Predsjednik Republike

Hrvatske, Istarska i Virovitičko-podravsko županija te gradovi Poreč i Virovitica. Medijski partner konferencije bio je Europapress Holding. Na konferenciji je sudjelovalo više od 800 sudionika – od toga više od 250 autora.

Psiholozi su prepoznali svoju motivaciju za bavljenje temom Psihologija – mediji – etika jer ih zadaća popularizacije psihologije često dovodi u sukob sa suvremenim medijskim kanonima. S jedne strane, sukob nastaje zato što su kratki crno-bijeli savjeti koji se od psihologa očekuju u suprotnosti s etičkim i humanističkim načelom potpore osobnom razvoju pojedinca i grupa te sa suvremenim teorijama pomažućih profesija. S druge strane, mediji ne čuvaju dovoljno dignitet i svu složenost ljudi koji su predmet psihologije, a psihološku djelatnost i iskaze psihologa stavljaju u kontekst koji ne odražava etička načela psihologijske struke (npr. u komentarima pojedinačnih slučajeva, produkciji *reality show* emisija i sl.).

I psiholozi i novinari imaju svoje etičke kodekse ([www.hnd.hr](http://www.hnd.hr), [www.psiholoska-komora.hr](http://www.psiholoska-komora.hr)) i oni su na razini kodeksa prilično podudarni. Međutim, teškoća i izazov svakog stručnjaka kojeg obvezuje etički kodeks jest da se u konkretnim situacijama ponaša etično, odnosno da etička načela primjenjuje u svakodnevnoj praksi te da promišljajući o tome, razbistruje, pojašnjava i produbljuje etička načela. Zadaća razvijanja osjećaja profesionalne i etičke odgovornosti nikada nije stvarno završena, jer konačnog i univerzalnog odgovora na mnoga etička pitanja jednostavno nema. Riješiti etičku dvojbu znači, zapravo, uravnotežiti sukobljene vrijed-

nosti koje su obje poželjne, a teško ih je maksimalizirati istodobno (Kolesarić, 1996).

Programski odbor koji čine stručnjaci iz psihologije, novinarstva i teorije medija odredio je nekoliko podtema u najavi konferencije. One su bile Etika pomažućih profesija i njezin *image* u medijima, Svijest i odgovornost za utjecaj medija, Odgoj za medije, Kulturalna ekonomija sreće, Etika i studiji psihologije i novinarstva/medijske kulture. Stručnjaci iz svih triju područja promišljali su i za konferenciju prijavili radove, teme okruglih stolova, radionice i dva simpozija koje smo svrstali u sljedeće cjeline:

**Etika pomažućih profesija i njezin *image* u medijima** – Sve je veće zanimanje javnosti za popularnu psihologiju, a mediji često posežu za psiholozima tražeći od njih objašnjenja za pojave u društvu. Čovjek i ljudska zajednica vrlo su složene pojave, a s druge strane zahtjevi popularizacije psihologije nalažu da psiholozi svoje iskaze prilagode laicima i izreknu ih u što kraćem vremenu i što sažetije. Osim toga, struka obvezuje psihologe (Etički kodeks HPK) na postmoderni pristup podupiranja slobode vlastitog izbora i osobne odgovornosti za vlastiti život i izbore, a s druge strane mediji, ograničavajući opseg javnoga nastupa, stješnjuju psihologe u posvemašnju shematizaciju i fragmentaciju sadržaja.

**Utjecaj medija na javnost** – Rane behaviorističke studije medijima su pripisivale snažan (i najčešće štetan) utjecaj na bespomoćnu publiku, dok

novije kulturalne teorije govore o aktivnoj, "interpretativnoj" publici čija selekcija, razumijevanje i prihvaćanje medijskih sadržaja ovisi o mnogim elementima, poput prije prihvaćenih stavova, dostupnosti drugih izvora informacije, konteksta konzumacije medijskih sadržaja itd. No na percepciju određenog medijskog sadržaja ili, u konačnici, na kreiranje naše slike svijeta utječu i različiti alati prezentacije medijskoga teksta (Grbeša u Knjizi sažetaka konferencije, 2008).

**Mediji i društveno osjetljive teme** – Neke teme profesionalnog rada psihologa izazivaju posebnu pozornost javnosti, a mediji posreduju to zanimanje prema vlastitoj prosudbi. Primjer su sadržaji vezani uz teške ljudske sudbine, odnose među grupama u sukobu, različite oblike nasilja, psihološke profile kriminalaca. Uloga medija može biti vrlo važna kad je riječ o društveno osjetljivim temama jer njihov utjecaj može olakšati ili otežati različite procese. Odgovornost je obostrana – i psihologa i novinara za medijsko djelovanje u slučaju bavljenja društveno osjetljivim temama (Ajduković u Knjizi sažetaka konferencije, 2008).

**Svijest i odgovornost za utjecaj medija** – Sloboda medija važna je kako bi se osiguralo osnovno ljudsko pravo na informiranost. Sloboda medija od vlada i političara koji dirigiraju medijima dijelom je riješena privatizacijom medija. Međutim, profit kao jedini pokretački motiv u medijskoj industriji, upućuje na nove ugroze etici, neovisnosti i profesionalizmu novinarstva... Pojavni problem koji ishodi iz toga novog oblika neslobode medija jest

tabloidizacija novinarstva koja etička i profesionalna načela novinarstva (informirati, educirati i zabavljati) sve više mijenja u uređivačku politiku koja se temelji na istaknutoj proizvodnji iluzija, jeftine zabave i osrednjosti koje, preko medija, proizvode potrošače i pasiviziraju građane (Novak u Malović, Ricchiardi-Vilović, 2007).

**Internet kao medij** – Problem dostupnosti/izloženosti svim vrstama sadržaja, problemi privatnosti, jurisdikcije, identiteta, vjerodostojnosti informacija... samo su neka područja prelamanja etičke paradigme i interneta. Danas, internet se percipira kao alternativni izvor informacija, medij visoke vjerodostojnosti, najdemokracijski medij, prostor bez cenzure (Salečić u Knjizi sažetaka konferencije, 2008). Budući da ne možemo nadzirati internetski prostor, a pitanje odgovornosti za ponašanje u njemu nije jednostavno riješiti, ono što se čini razumnim ulaganjem i etičnim djelovanjem pomažućih struka jest obrazovanje djece, roditelja i učitelja za zabavno, korisno i sigurno kretanje tim prostorom (Pregrad u Knjizi sažetaka konferencije, 2008).

**Odgoj za medije** – U teorijama o medijima i dalje postoji dvojba pogoduju li oni više razvoju kritičke ili autoritarne svijesti primatelja... Pridonose li učvršćivanju prethodno postojećega ljudskog ponašanja ili njegovoj promjeni (Ilišin, Marinović Bobinac, Radin, 2001). Sve ovisi o tome koliko ih poznajemo i koliko nastojimo umjesto pasivnog primanja njihovih poruka stvoriti odnos uzajamna djelovanja. A za to je potrebna medijska pismenost

koja će nam pomoći da razumijemo kako mediji oblikuju naše predodžbe o svijetu i o nama samima (Košir, Zgrabljić, Ranfl, 1999).

**Mediji i suicidi** – Stupanj publiciteta koji dobiva priča o samoubojstvu proporcionalan je broju samoubojstava koja slijede. Zbog tog “Wertherova efekta” potrebno je pripaziti na koji način izvještavati o suicidu. Povećano izvještavanje o samoubojstvima u medijima može stvoriti mišljenje da je samoubojstvo nešto uobičajeno, odnosno prihvatljiv način rješavanja problema. Poznato je, na primjer, da je “Wertherov efekt” kod objavljivanja članaka u novinama znatno veći kod adolescenata nego kod odraslih (Ugrina i dr. u Knjizi sažetaka konferencije, 2008).

**Krizne situacije – mediji i psihologija** – Sudbine i iznimni događaji u životu ljudi uvijek su bili zanimljivi medijima i publici te se o njima redovito izvještava, posebno kada se radi o tragičnim događajima kao što su nesreće, katastrofe, ubojstva, samoubojstva. Susrećemo različite načine izvještavanja o takvim traumatskim događajima; katkad kratko informativno, katkad opširno, senzacionalistički s mnogo krvavih slika. Neki novinari propituju razine odgovornosti, prozivaju, optužuju, pronalaze krivce. Drugi pokušavaju intervjuirati žrtve ili njihove bližnje ne bi li nesreći dali lice (i naličje). Treći u povodu događaja promoviraju neke ideje, ljude i sl. koji nemaju veze s događajem (Starc, Rajvajn Bulat, Mikulić u Knjizi sažetaka konferencije, 2008).

**Simpozij: Zatvorski sustav – mediji – psihologija** – Pitanje odgovornosti u informiranju raščlanjuje se na odgovornosti medija (kako prikupljaju i što čine s informacijama koje imaju), odgovornosti Zatvorskog sustava (osigurati dostupnost informacija, pružiti logistiku za izvođenje i prezentaciju stručnog rada u zatvorima i kaznionicama) i odgovornosti stručnjaka i strukovnih udruga (Vukota u Knjizi sažetaka konferencije, 2008).

**Simpozij: Seks, laži i mediji** – Seksualnost je tema koja uglavnom uvijek pobuđuje veliko zanimanje medija, od ozbiljnih tekstova s korisnim spoznajama i informacijama, do olako preuzetih podataka sumnjivih istraživanja ili osobnih ispovijesti i/ili dogodovština takozvanih poznatih osoba. Psihologija ima ulogu kao struka u promoviranju seksualnog zdravlja (Mamula u Knjizi sažetaka konferencije, 2008).

Konferencija je uključivala inozemna znanja i iskustva, domaće snage iz područja psihologije i medija te veliku mogućnost za rasprave i donošenje zaključaka i preporuka.

Strani stručnjaci – *Lisa Blackman* sa Sveučilišta Goldsmiths u Londonu, *Blandine Kriegel*, predsjednica francuskog Visokog vladina savjeta za integracije, i *Roal Ulrichsen*, predsjednik Europske federacije društava psihologa (EFPA), iznijeli su teorijska znanja i praktična iskustva zapadnoeuropskih zemalja i otvorili prostor interdisciplinarnoj suradnji na ovome području.

Ovo su neki od zaključaka donesениh na konferenciji:

- Nepostojanje zakona o zaštiti privatnosti bitno otežava zaštitu integriteta i poštovanja pojedinaca, a posebno djece. Pokrenut ćemo inicijativu za donošenje Zakona o zaštiti privatnosti jer je bez njega teško izboriti etičnost u izvještavanju o slučajevima.
- Iniciramo osnutak interdisciplinarnog tijela za kompetentno procjenjivanje i vrednovanje medijskih proizvoda namijenjenih djeci. Tražit ćemo da se psiholozi i ostali stručnjaci za razvoj djeteta uključe u ovaj postupak.
- Osnovat ćemo tijelo koje će reagirati i upozoriti javnost u slučajevima kršenja etičkih vrijednosti u medijskom prostoru i tražiti da nam se osigura medijski prostor za objavljivanje tih upozorenja.
- Izradit ćemo preporuku utemeljenu na stručnim i znanstvenim procjenama koja se odnosi na kršenje etičkih načela, nasilje u medijima i njihove učinke i posljedice, te je dostaviti svim odgovornima za medijski prostor u Hrvatskoj. Time dajemo potporu novinarima da se ponašaju etično i zaštite od mogućih neetičnih zahtjeva urednika i nakladnika svih masovnih medija.
- Medijska pismenost ne uključuje samo tehničko znanje o medijima, nego i kritičko i analitičko razmi-

šljanje o medijskim sadržajima i odgovornosti koju svatko ima u procesu stvaranja. Smatramo da je prijeko potrebno podići razinu medijske pismenosti hrvatskih građana, a posebno djece.

Za ostvarenje ovog zadatka nužna je suradnja Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa, Ministarstva branitelja, obitelji i međugeneracijske solidarnosti i Agencije za odgoj i obrazovanje.

- Potrebno je medijsku pismenost uvesti u sustav odgoja i obrazovanja od predškolske dobi do visokoškolskog obrazovanja.
- Djeca o novim medijima znaju više od svojih roditelja i odgojitelja. Nužno je cjeloživotno obrazovanje odraslih kako bi mogli uputiti djecu u sigurno hodanje novim medijskim prostorima.
- Nužno je temeljito poučavanje o etičkim načelima studenata društvenih, ali i svih srodnih studija.

Ostali zaključci, preporuke i inicijative dostupni su na: <http://www.dpi.hr/konferencija.htm>.

Marlena Plavšić  
Jasenka Pregrad

## Četvrti Dubrovački medijski dani: “Etičnost javnih objava – izgubljena pristojnost ili teror profita?”, Dubrovnik, Sveučilište u Dubrovniku, 13.-15. studenoga 2008.

Znanstvenici, sveučilišni profesori, medijski stručnjaci, novinari i studenti novinarstva iz Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Hrvatske, Njemačke, Slovenije i Velike Britanije raspravljali su o temi “Etičnost javnih objava – izgubljena pristojnost ili teror profita?” na četvrtom međunarodnom znanstvenom skupu “Dubrovački medijski dani” od 13. do 15. studenoga 2008. na Sveučilištu u Dubrovniku. Skup je održan pod pokroviteljstvom predsjednika Republike Hrvatske Stjepana Mesića, uz potporu Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa RH, Dubrovačko-neretvanske županije i Grada Dubrovnika, u suradnji sa Zakladom Konrad Adenauer, a uz 38 izlagača aktualnih tema o međudnosi- ma medija, odnosa s javnostima i etike, sudjelovali su i studenti Visoke novinarske škole iz Zagreba, Univerzitetu u Podgorici i preddiplomskog studija “Mediji i kultura društva” i diplomskih studija “Mediji” i “Odnosi s javnostima” Sveučilišta u Dubrovniku. Pozdravljajući skup, dr. Dirk Förger, voditelj projekta Mediji i demokracija Zaklade Konrad Adenauer, istaknuo je da bez slobodnih i poštenih medija nema prave demokracije te da ni u Europskoj uniji medijska slika nije idealna, ali ni prepuna manipuliranja kao u tranzicijskim društvima.

Svojevrsan zaključak okrugloga stola koji je moderirao Stjepan Malo-

vić sa Sveučilišta u Dubrovniku, a sudjelovali su Marjan Jurleka iz *Večernjeg lista*, Drenislav Žekić, predstavnik Hrvatske udruge za odnose s javnošću i Luko Brailo iz Hrvatskoga novinarskog društva, bio bi da suvremeni hrvatski mediji prednost daju ostvarenju profita, po cijenu nepoštovanja etičkih načela i pravila struke o točnom, istinitom, poštenom, uravnoteženom i nepristranom izvješćivanju. To se događa zbog izravnih i posrednih pritisaka oglašivača, vlasnika i urednika koji se umjesto za kvalitetu medijskih sadržaja brinu za njihov komercijalni uspjeh, te zbog nestručnih novinara i publike koja pristaje na neetične medijske sadržaje u kojima se ne imenuju izvori ili se neodređeno navode, poput “čuje se” ili “kako se saznaje”. Promjenom društvenog ozračja i u prvome redu pristankom vlasnika medija da neovisno tijelo poput Vijeća za medije, koje bi činili novinari, javni djelatnici i vlasnici medija, upozorava na neetičnost u medijima i potiče potrebu da se poštuju već postojeći etički kodeksi u najvećim medijskim kućama te da se donesu ondje gdje ih nema, mogla bi se poboljšati sumorna medijska slika u Hrvatskoj, kojom prevladava senzacionalističko izvješćivanje, mješavina zabave i nepotpunih informacija, što u krajnosti predstavlja manipuliranje primateljima medijskih poruka.

Autorica više knjiga o odnosima s javnostima, britanska znanstvenica Anne Gregory, profesorica na Leeds Metropolitan University, na osnovi dugogodišnjih istraživanja smatra da djelatnici u odnosima s javnostima nisu ni sveci, ali ni profesionalni manipulatori. Budućnost te struke također ovisi o etičnom pristupu, a najveći izazov u budućem razdoblju bit će pronaći način da se objave dobre vijesti kojih je u današnjim medijima dvadesetak puta manje od onih loših koje prevladavaju. Briga za budućnost čovječanstva i življenje dostojno ljudskoga roda, s ekološkim, etičkim i, posebice, bioetičkim temama, bit će osnovna područja djelovanja odnosa s javnostima posredstvom klasičnih i sve više novih medija, pa će i način rada od nekadašnjeg reaktivnog i današnjeg proaktivnog prerasti u buduću interaktivni odnos pošiljatelja i primatelja poruka, zaključila je Anne Gregory.

Majda Tafra Vlahović sa Sveučilišta u Dubrovniku govorila je o društveno odgovornom poslovanju kao temelju budućih odnosa s javnostima, a istu temu teorijski je obradio Najil Kurtić s Univerziteta u Tuzli prema kojemu odnosi s javnostima moraju biti etični da bi ostvarili svoju ulogu socijalne konekcije i društvene odgovornosti. Mato Brautović i Goran Cvjetinović sa Sveučilišta u Dubrovniku prikazali su istraživanje o uporabi društvenih mreža kao novinarskih izvora, a Igor Vobič s Univerze u Ljubljani smatra da novinarstvo bez etike i nije novinarstvo, nego tek oblik komuniciranja.

Doajen hrvatskoga novinarstva i publicist Ante Gavranović smatra da

mediji moraju više promicati društvene vrijednosti i poticati dijalog u vezi s najvažnijim društvenim pitanjima, nudeći potpune i provjerene informacije i analize kao osnovu za javnu raspravu, u kojoj građani na osnovi nepotpunih informacija koje danas prevladavaju ne mogu ravnopravno sudjelovati čak i kad žele. Od mnogobrojnih izlaganja treba izdvojiti i predavanje profesorice i novinarkice Mance Košir iz Ljubljane, čiji je rad kroz njezine knjige i mentorstva nad doktoratima i s hrvatskim pedagogima ostavio dubok trag i u Hrvatskoj. Manca Košir zastupa gledište da ne treba previše isticati etičnost struke, pa ni novinarstva, niti odnosa s javnostima, nego treba djelovati na etičnost osobe koja obavlja određeni posao. Ne može neetična osoba biti dio dana etična dok provodi slobodno vrijeme s obitelji, a ne i na poslu. Ljudi imaju cjelovite osobnosti i na njihovu etičnost i kad obavljaju novinarski posao i dok provode slobodno vrijeme ili kad su primatelji poruka drugih medija, treba djelovati odgojem i obrazovanjem, etikom koja prožima sve pore društva i svakoga pojedinca. Samo cjelovit etički odgoj, pa kao njegov dio i etički odgoj za medije, može stvoriti etične novinare i etične primatelje njihovih poruka koji sve više i sami postaju komunikatorima u novim medijima.

U studentskom panelu izlaganja o temi etike javnih objava održali su studenti i studentice druge godine preddiplomskih studija Ana Jovović, Tamara Klikovac i Branko Vukelić s Univerziteta u Podgorici, Barbara Štrbac, Hrvoje Cirkvenec i Igor Čutuk iz Visoke novinarske škole iz Zagreba te Maris Marković, Klaudija Matić i

Francesca Vlašić sa Sveučilišta u Dubrovniku.

Peti "Dubrovački medijski dani" održat će se u studenom 2009., svrha je organizatora privući što više sudionika iz još više zemalja, a za student-

ski panel bit će pozvani i studenti novinarstva, kulture i turizma sa sveučilišta u Zadru i Mostaru. Prvi poziv i tema objavit će se u svibnju 2009.

Đorđe Obradović

## Salvatore Scifo, *Community Radio u Velikoj Britaniji i Irskoj – prošlost i trenutačno stanje*, 15. studenoga 2008., Zagreb

Salvatore Scifo radi na Institutu za istraživanje komunikacija i medija, u sklopu University of Westminster u Londonu, gdje priprema doktorsku disertaciju o razvoju community radija u Velikoj Britaniji u razdoblju od 1997. do 2007. godine. U prosincu počinje predavati i na Institutu Europske unije, Marmara University u Istanbulu. Godinu dana držao je kolegij pod nazivom *Community media* na londonskome Metropolitan University. Objavio je tekstove u više stručnih knjiga, publikacija i dokumenata. Suraduje u nekoliko časopisa i portala posvećenih community medijima. U uredništvu je časopisa *Westminster Papers in Communication and Culture* (<http://www.westminster.ac.uk/wpcc>) i službenog portala Community Media Forum Europe (<http://www.communitymedia.eu>). Kroz te dvije platforme, kao i u sklopu svojega znanstvenog djelovanja, aktivno sudjeluje u promicanju community medija te u stvaranju i zagovaranju nove medijske politike koja se upravo provodi u zakonodavni okvir Europske unije.

Salvatore Scifo zagrebačko je predavanje otvorio rečenicom koju je

svojedobno prihvatio od jednog irskog ministra kulture: *Živimo od priča i načela po kojima su priče selektirane te vještina kojima su ispričane, i njihovo rezoniranje u našoj je kulturi fundamentalna demokratska briga.*

Iako ga je Nemeza<sup>1</sup> pozvala da održi predavanje o praksama i politikama community radija u Velikoj Britaniji i Irskoj, Scifo je u opširnom uvodu – u namjeri da objasni i kontekstualizira pojam Trećeg medijskog sektora – sažeo još jedno predavanje o stanju community medija u Europskoj uniji. Stoga ni ovaj *izvještaj* – koji u

<sup>1</sup> NEMEZA – udruga za razvoj neprofitnih medija, djeluje u Zagrebu od početka 2005. godine, a njezini su osnivači grupa nezavisnih novinara te predstavnici onih udruga s neovisne kulturne scene čije je djelovanje usmjereno upravo na razvoj civilnoga društva kao prioritet. Ciljevi su udruge promovirati i poticati razvoj neprofitnih medija, promovirati javni interes, interes civilnoga društva, obrazovanja, slobodne razmjene javnih intelektualnih i kulturnih dobara, slobodni protok ideja, mišljenja i informacija, edukacija i osposobljavanje za djelovanje na području novih medija, populariziranje civilno-društvenih sadržaja, osnutak neprofitnih medija, promoviranje radijskih tehnologija te promoviranje transformativnih potencijala novih tehnologija. Od godine 2007. Nemeza je članica Community Media Forum Europe (CMFE).

sadržaju i strukturi “presnimava” Scifovo predavanje – neće zaobići tu uvodnu temu.

### **Stanje community medija u Europskoj uniji**

Zbog činjenice da se definicija pojmova *community media* i *community radio* u zemljama Europske unije razlikuje ovisno o njihovoj socijalnoj i političkoj povijesti (što se vidi već i iz terminoloških i/ili konceptualnih razlika – Italija i Francuska: *slobodni radio*, Velika Britanija i Irska: *community radio*, Švedska: *susjedni radio*), Europska je unija, kako bi regulirala te medijske prakse, prihvatila pojam i koncept Trećeg medijskog sektora – izdvojenog u odnosu prema javnome/državnome sektoru s jedne strane, a u odnosu prema privatnom/komercijalnom, s druge strane.

Practiciranje i neformalno političko zagovaranje sektora – koji će u nastavku svojega predavanja Scifo, ipak, uglavnom nazivati *community radio* (katkad, iznimno: *community media*) – počelo je u Zapadnoj Europi ‘70-ih godina s nekoliko političkih i ekonomskih zamjerki spram medija glavnih medijskih tokova (mainstream medija) koji su najčešće bili ili samo ‘glas države’ ili ‘glas profita’. U tom kontekstu *community radio* (u nastavku: CR) funkcionirao je kao alat, to jest kao ‘koncept ojačavanja’ lokalnih identiteta i zajednica. Dok je javni servis (BBC je, prema Scifu, u tome paradigmatički) najviše pozornosti polagao kvaliteti zvuka, tj. same radijske izvedbe, CR se zanimao za sadržaj i, što je još važnije, za sam proces radijske produkcije u koji se željelo uputiti što širi krug stanovništva.

Osamdesetih i devedesetih godina politike i prakse CR-a u prvi su plan stavile pitanje koncentracije vlasništva i pristupa civilnoga društva javnim raspravama. Naime, dok se javni ili privatni nakladnici koriste radiom uglavnom kao jednosmjernim medijem za distribuiranje informacija (pri čemu su tzv. kontaktni programi ‘čista kozmetika’, a većini je stanovništva, zapravo, nemoguće ‘ući’ u program svojim temama i prijedlozima), aktivisti CR-a bave se stupnjem i načinom participacije, to jest promoviraju koncept radija kao dvosmjerne komunikacije, o čemu je, uostalom, Bertold Brecht pisao još ‘30-ih godina.

Aktualno stanje *community medija* (u nastavku: CM) na razini Europske unije Scifo je ilustrirao trima studijama. Studija o stanju CR-a u EU<sup>2</sup> (Odbor za kulturu Europskoga parlamenta, 9/2007) ističe nekoliko bitnih točaka doprinosa sektora CR-a lokalnom i nacionalnom medijskom okružju: a)

<sup>2</sup> Prema ovoj studiji, najaktivniji sektor CR-a (do nekoliko stotina radiopostaja), koji pritom uživa uvjete etabliranog i posebno reguliranog *Trećeg sektora*, imaju Nizozemska, Njemačka, Francuska i Danska. Zemlje s također aktivnim sektorom, u kojima je, međutim, reguliranje Trećeg sektora razmjerno nova pojava ili je u fazi izmjene, jesu Velika Britanija (od 2004.), Irska (od 2007.) i Mađarska (od 2007.). Švedska, Španjolska, Italija i Poljska – zemlje su koje imaju vrlo aktivni sektor CR-a, svijest o CR-u i CM-u visoka je, regulator ih priznaje izdvojenim zakonom, ali te države u svom proračunu ne predviđaju njihovo financiranje. Belgija, Austrija i Portugal imaju komparativno aktivan sektor CR-a, no njegova legislativna definicija i položaj vrlo su mutni, zakon ga još ne priznaje. Finska, Češka, Rumunjska i Grčka prijavile su povremene aktivnosti CR-a, ali njihovo reguliranje i financiranje ne postoji. Latvija, Litva i Bugarska na upit Europskoga parlamenta nisu odgovorile.

medijski pluralizam i raznolikost (naime, “120 različitih komercijalnih postaja ne znači raznolikost i pluralizam”, ističe Scifo!); b) socijalna kohezija i cross-kulturni dijalog (npr. program londonskoga Sound Radio vodi se na 20 jezika); c) medijsko opismenjavanje, educiranje i razvijanje vještina (čime pripadnici zajednice koji sudjeluju u proizvodnji programa razvijaju kritičnost spram toga kako je medij konstruiran te kakav program proizvodi, a samim time i spram ostalih medija); d) promoviranje lokalnog kreativnog potencijala (u Leedsu je tijekom jednoga eksperimentalnog projekta CR-a stopa kriminaliteta među mladeži pala za 33%).

Britanski istraživač Peter Lewis (London Metropolitan University) i Grupa za medijsku raznolikost Vijeća Europe izradili su studiju o doprinosu CM-a socijalnoj koheziji. Rezultati su pokazali da je CM važan čimbenik u socijalnoj koheziji i razvoju civilne svijesti, pogotovo među etničkim, izbjegličkim i imigrantskim manjinskim zajednicama. Studija u tom smislu ističe radio All FM u Manchesteru, koji je velikim dijelom posvećen izbjeglicama – koji sami pričaju o sebi, životu i svojim stvarnim lokalnim problemima, ne oviseći pritom o globaliziranom programu BBC-ja.

Karin Resetarits, austrijska zastupnica u Europskome parlamentu, autorica je najnovijeg izvještaja o stanju CM-a u Europskoj uniji (prihvaćenog u Europskom parlamentu u rujnu 2008.), na temelju kojeg Unija danas i službeno preporučuje svojim zemljama članicama proaktivno sudjelovanje u osnutku CM-a: da legalno priznaju CM, to jest da zakonom zajamče iz-

dvojen ‘tretman’ u odnosu prema javnim i komercijalnim medijima; da učine televizijske i radijske frekvencije dostupnima, i na digitalnoj i na analognoj razini (uzimajući u obzir činjenicu da najsiromašniji dio populacije nije tehnološki pismen ni opremljen); da pri određivanju financijskih obveza nakladnika CM-a spram regulatora imaju na umu njihovu *socijalnu vrijednost*.

### Community radio u Velikoj Britaniji

U Velikoj Britaniji počeci lokalnih radiopostaja bilježe se ‘50-ih godina dvadesetoga stoljeća – premda su zapravo još ‘20-ih godina postojale slične, lokalne postaje (koje su poslije postale dijelom nacionalnoga javnog servisa, tj. BBC-ja). Šezdesetih i sedamdesetih godina nastaje val piratskih radiopostaja, od kojih su neke emitirale i s brodova izvan britanskih teritorijalnih voda, pri čemu su mnoge bile komercijalne, prateći tzv. ‘američki stil’ (što je navelo i BBC da prijeđe na pop-rock glazbu). Prema Scifu, prvu formalnu inicijativu pokreta CM-a predstavlja svojevrsna lobistička skupina *ComCom – community communications group*, osnovana godine 1977., koja je preko parlamentarnog odbora za medije sugerirala uvođenje i reguliranje lokalnog sektora CM-a, odvojenog od javnog i komercijalnog. Službeni početak kampanje za CR u Velikoj Britaniji veže se, pak, uz osnutak Community Radio Association 1983., udruženja čiji su članovi ComCom, piratske radiopostaje i zainteresirane manjinske etničke skupine. Treba pritom imati na umu – istaknuo je Scifo – da je iste godine u Montrealu osnovan

AMARC<sup>3</sup>. Njihov aktivizam rezultirao je 1985. prvim eksperimentom CR-a što ga je lansirao regulator (Radio Authority) – kada je raspisao natječaj za licencije za CR, a na koji je pristiglo oko 200 prijava. No, natječaj je iznenada (vjerojatno zbog straha M. Thatcher da ne ojača glas etničkih manjina, nagađa Scifo) poništen. Zakon o telekomunikacijama iz 1990. godine – iako je više promovirao deregulaciju (koja ide na ruku komercijalnim radijima) – donosi članak važan i za aktivizam CR-a: uvode se ‘restricted service licences’ – dozvole za emitiranje do 28 dana (jedanput na godinu u Londonu, odnosno dvaput za ostala područja u Velikoj Britaniji). Osim što je izazvala val kreativnih projekata koji se održao do danas<sup>4</sup>, ova je mjera tada bila poslužila kao lakmus-papir u smislu istraživanja realnog interesa za CR (koje je samo potvrdilo golemo zanimanje konstatirano još 1985.), na temelju kojeg je onda Community Radio Association zahtijevala od regulatora dugoročne koncesije za CR. Reguliranje sektora CR-a konačno je i konkretno počelo s dolaskom Tonyja Blaira na vlast. Laburisti su još 1997., na razini socijalne, kulturne i medijske politike, deklarirali svoje simpatije spram zahtjeva CM-a<sup>5</sup>, no ključni tro-

<sup>3</sup> Association Mondiale des Radiodiffuseurs Communautaires

<sup>4</sup> Te privremene i lokalne dozvole često su se rabile na sportskim manifestacijama (npr. Radio Wimbledon), a posljednjih godina bilježi se pojava tzv. Radio Ramadan Stations – komercijalnih radiopostaja koje emitiraju samo u vrijeme ramazana.

<sup>5</sup> Iako laburistička medijska politika nije bila bitno drugačija od konzervativne (doduše, usprkos neoliberalnom pristupu jačala je lokalizam), socijalna i kulturna politika implicirale su potporu

godišnji projekt regulator je lansirao 2000. godine – *Access Radio<sup>6</sup> Pilot Project*, što je – potičući osnutak pilot-projekata CR-a diljem zemlje – bila uvertira za koncipiranje i izglasavanje Zakona o telekomunikacijama (7/2004.) koji propisuje proaktivno ponašanje države spram Trećeg medijskog sektora, sada i u legislativi odvojenog od privatnog/komercijalnog (kamo su se postojeće CR postaje do tada formalno svrstavale) i javnog (kamo su po sadržaju ‘pripadale’)<sup>7</sup>. Od tada je u Velikoj Britaniji više od 170 novih projekata CR-a dobilo *full-time* frekvencije i koncesije te su ih političari i financijeri počeli puno više priznavati. *Access Radio Pilot Project* evaluiranjem praksi CR-a pokazao je da one, između ostaloga, predstavljaju plat-

praksama CR-a: kroz priznavanje i financiranje ‘volonterskog sektora’ koji potiče socijalnu inkluziju i razvija civilnu svijest (CR otvara pristup svima, nudi im besplatna znanja i vještine za uspostavu i razvoj medijske pismenosti) te kroz priznavanje kulture kao ‘srca regeneriranja osjećaja za zajednicu, identitet i građanski ponos’.

<sup>6</sup> Pojam *access radio* zamijenio je pojam *community radio* – čime su se željele izbjeći nesuglasice s nekim komercijalnim radijima koji su za sebe tvrdili da se također bave *zajednicom*, te se željelo istaknuti ionako esencijalno obilježje CR-a, a to je maksimalni *pristup* ‘običnih’ građana.

<sup>7</sup> *Ofcom* (regulator koji je zamijenio *Radio Authority*) definira CR u tri točke: 1. CR ima za primarnu svrhu ispunjenje *socijalnog cilja* lokalne zajednice (‘dati glas’ onima koji su podusluženi u javnom i komercijalnom sektoru; ponuditi mehanizme koji olakšavaju izražavanje mišljenja; promovirati socijalnu inkluziju, kulturnu i lingvističku raznolikost, građansko participiranje u lokalnoj politici te volontiranje). 2. CR ne smije imati profit (eventualnu zaradu može uložiti isključivo u vlastiti razvoj). 3. CR mora dati lokalnoj zajednici da sudjeluje u upravljanju te u proizvodnji/izvedbi programa.

formu za prakticiranje /učenje /održavanje manjinskih jezika mnogo važniju od BBC-ja (jer, osim što im posvećuju neusporedivo više vremena, govore o lokalnim problemima pojedinih manjina, pritom ‘dajući glas’ njima samima) – pri čemu su neki manjinski jezici, emitirani na pionirskim *access radio postajama*, prvi put u povijesti Velike Britanije bili *u eteru*. Osim neprocjenjiva doprinosa lingvističkoj raznolikosti, te postaje CR-a pokazale su se bitnim čimbenikom socijalne kohezije jer su – udruživši se s lokalnom NGO scenom, kao i u suradnji s općinama – poboljšali (a u nekim slučajevima doslovce inicirali) komunikaciju između manjinskoga stanovništva i lokalnih vlasti, prosvjetnih i ostalih javnih servisa u okružju.

Kao posebice uspješne i *socijalno vrijedne* postaje CR-a, Salvatore Scifo je istaknuo: *All FM* iz Manchestera (u programu participiraju, između ostalih, somalski izbjeglice, imigranti s Kariba i lokalni vatrogasci, lingvistički gledano pogotovo su zastupljeni azijski i afrički jezici, pri čemu je vjerska tolerancija imperativ); *Daisy Radio* koji emitira u jugozapadnom Londonu (čija je esencijalna vrijednost u tome što je doslovce regenerirao uporabu jezika panjabi u toj indijskoj zajednici); *Sound Radio East London* koji posebno njeguje veze s Latinskom Amerikom, često je i po dva do tri mjeseca ‘brži’ od BBC-ja – zbog čega ga alternativno i zovu *Local World Service*.

### Community radio u Irskoj

Povijest lokalnih/CR postaja u Irskoj je od početka ‘70-ih do kraja ‘80-

ih pisana u piratskim vodama. 1988. izglasovan je zakon koji dopušta dodjeljivanje koncesija *neovisnim*<sup>8</sup> radijima, nakon čega se bilježi nešto veći val novih projekata. Godine 1994. regulator, Irish Radio and Television Commission (IRTC), izražava zabrinutost zbog nedovoljne raznolikosti sektora CR-a i traži od vlade da izda dozvole posebno namijenjene CR-u. U prijelaznoj fazi reguliranje se počinje provoditi preko pilotskih projekata – kada je dodijeljeno 11 ‘pilotskih dozvola’. S obzirom na to da je namjera bila ispitati kako CR-i funkcioniraju u različitim kontekstima, glavni kriterij pri dodjeli nije bila toliko kvaliteta programa, koliko raznolikost. Već 1995. prve CR-postaje počinju emitirati. Dok su neke od njih bile vezane uz *nove socijalne pokrete* i AMARC, mnoge nisu imale nikakvu političku ni socijalnu agendu, nego su jednostavno smatrale da bi zajednici takvo što dobro došlo, smatra Scifo. Zato je prvi službeni ‘pokret CR-a’ u Irskoj činila vrlo neunificirana i nefokusirana skupina radiopostaja što su ih osnivali ljudi s vrlo različitim socijalnim i političkim iskustvima.

Smatrajući svojom zadaćom ne samo izvještavati o stanju CR-a nego i pomagati im u njihovu razvoju i umrežavanju, Broadcasting Commission of Ireland (BCI) – nasljednik IRTC-a – godine 2001. proaktivno nastupa s projektom u sklopu kojeg se tijekom 18 mjeseci realizira intenzivno upoznavanje i sastajanje predstavnika svih

<sup>8</sup> Kao i u britanskom zakonu iz 1990., misli se na *neovisnost* o državi i državnome proračunu, dakle primarno na privatne, tj. komercijalne radiopostaje, pri čemu je projektima CR-a dopušteno da se prijave unutar te kategorije.

CR-a u Irskoj, pri čemu se to 'dijeljenje iskustava' – prema BCI-u ključno za razvijanje i samoartikuliranje svakog pojedinog projekta – događa zajedno s predstavnicima svih ostalih nevladinih organizacija koje se bave razvojem zajednice ili umjetničkim i kulturnim praksama zajednice. Ističući iznimno 'proaktivni moment' kod irskog regulatora, Scifo je naveo i činjenicu da je Republika Irska jedina zemlja Europske unije koja je, kao dio svoje legistative, u cijelosti prihvatila AMARC-ovu Povelju o CR-u (Ljubljana, 1994.) – te je uvrstila izravno, godine kada je izglasovana, kao aneks Zakona o telekomunikacijama. U ostatku zemalja EU-a to je još samo san – dodat će Scifo.

U Irskoj danas emitira 19 postaja CR-a s dozvolom, udruženih u Community Radio Association of Ireland. Prema definiciji, osnivači i vlasnici su im neprofitne organizacije, a program i menadžment temelje se na otvorenom pristupu i aktivnom sudjelovanju svih zainteresiranih pripadnika zajednice kojoj se obraćaju. S financijskoga gledišta, najčešća su dva modela: radiopostaje bez stalno zaposlenog osoblja i one koje imaju jednu zaposlenu osobu. Prve država subvencionira s 40.000 E, a druge s 80.000 E na godinu.

Evaluacijska istraživanja scene CR-a u Irskoj pokazuju izvrsne rezul-

tate. CR-i razvijaju teme i projekte na lokalnoj razini i razini zajednica, surađuju s ostalim lokalnim NGO inicijativama u zajednicama i pridonose općem medijskom i digitalnom opismenjavanju – čime promoviraju prepoznavanje razvoja zajednica i njihovo priznavanje u širem socijalnom kontekstu.

Scifo je kao paradigmatički i ujedno jedan od najuspješnijih projekata CR-a izdvojio *Near FM* koji emitira u sjeveroistočnom Dublinu: kooperativno je strukturiran i naglasak stavlja na afirmiranje ljudskih prava, posebice *prava na komunikaciju* (19. čl. Deklaracije o pravima čovjeka). Agenda *Near FM-a* temelji se na tri razine: proaktivnost u podupiranju marginaliziranih (i njihovih tema), prokazivanje svih diskriminatorskih ili destruktivnih ideja i akcija (uprava radija smatra da se diskriminacija na lokalnoj razini može izbjeći samo dijeljenjem problema) i protivljenje svim oblicima netolerancije i eksploatacije. *Near FM* ima i moto: *Rather than being communicated at, people are offered opportunity to communicate themselves.*

'Community radio u tom smislu može dosta pomoći', zaključio je Scifo.

Agata Juniku