

RECENZIJJE

UDK 070
(195-197)

Najil Kurtić: Kôd novinarstva
Media Plan Institut, Sarajevo, 2006

Izazov semiotike i semantike

Knjiga *Kôd novinarstva* novost je u znanstvenom promišljanju novinarstva i masovnih medija u suvremenoj znanosti o masovnim medijima te masovnom komuniciranju. Najil Kurtić se odvažio na posve nov diskurs, nezabilježben u recentnoj domaćoj znanstvenoj produkciji te se prihvatio analize medija, novinarstva i masovnog komuniciranja sa stajališta semiotike i semantike. Malo je autora i u svjetskim razmjerima odlučilo analizirati novinarstvo na toj razini, što ne govori samo o autorovoj originalnosti i specifičnom shvaćanju novinarstvu, nego također o njegovoj zrelosti, koja je plod višegodišnjeg znanstvenog i istraživačkog rada, ali i izvrsnog poznavanja novinarstva kao struke.

Kurtić već u uvodnim rečenicama uspoređuje znanost i novinarstvo, pa kaže: „Ako je naučni

metod način teorijsko-praktičnog sticanja, provjeravanja i razvitka naučnog saznanja, novinski metod možemo definirati kao način sticanja predodžbi (saznanja) o događajima i njihovog javnog prezentiranja kanalima masovnog komuniciranja.“

Djelo je dobro strukturirano, pregledno i logički se razvija u 7 poglavlja, a vrlo je opsežno opremljeno odgovarajućom i veoma bogatom referentnom literaturom, brojnim i relevantnim citatima te indeksom pojmova, pa se time posve uklapa u standarde znanstvenog rada.

Kurtić se u prvom poglavlju bavi informacijom, i to od konceptualizacije do njezina smisla i značenja. Upozorava na perspektive matematske teorije informacije, ali također na informacijske vrijednosti (sa)znanja. Kurtić ističe kako je *korisna informacija ako baotične razmještene činjenice nekog stanja (entropiju) dovodi*

u neku vrstu reda (*mentalno ili stvarno*). Kurtić dobro uočava kako „Podražaji (novosti) koje nije moguće uklopiti u predtipizirane slike izvjesnosti jednostavno se odbacuju i odriče im se svojstvo informacije“ Time je odredio i bit uređivanja masovnih medija, jer urednici intuitivno odbacuju informaciju koja se ne uklapa u davno stvorene stereotype. To je ključno mjesto za razumijevanje suvremenog novinarstva koje je Kurtić vrlo jasno i nedvosmisleno odredio.

Drugo i treće poglavlje bave se događajem, ali ne simplificirano, u smislu praktičkih uputa novinarima o tome kako izvještavati, nego upozorava na informacijsku vrijednost događaja i implikacije različitih konceptualizacija. Kurtić ističe vrijednost vijesti te podvlači: „Ovisno od intenziteta pojedinih vrijednosti vijesti fokusirat će se mas-medijska prezentacija događaja“. Time se objašnjavaju temelji selekcije vijesti, koje daleko detaljnije razrađuje u poglavlju „Razumijevanje događaja“. Govoreći o kodu i dekodiranju stvarnosti, autor ulazi u bit razumijevanja masovnog komuniciranja. „Kada kod shvatimo kao pravilo kombiniranja konkretnih elemenata u tipskim situacijama, tada razumijevanje određenih situacija prepoznatih kao sličnih ili ponovljenih iz našeg iskustva

ili našeg saznanja, vodi nužno prema pretpostavljanju i otkrivanju ne samo određenih empirijskih činjenica (očekivanih) nego i odnosa među njima“. Tako Kurtić uvodi u razumijevanje semiotike i semantike te njihova značaja u novinarstvu.

Sljedeća poglavlja, „Imperativ znanosti“ i „Logička struktura mas-medija“ logično se izvode na temelju zadanih teorijskih pretpostavki. Znanstveni je doprinos u tim, ključnim poglavljima, nedvosmislen. Ali, Kurtić daje i empirijsko tumačenje pojmova koje bi moglo utjecati na razumijevanje suvremenog novinarstva i objašnjenje nekih pojava koje su karakteristične za masovne medije.

Zaključna poglavlja, „Izvori podataka i informacija“ te „Diskurs novinarstva“ logično zaokružuju Kurtićevo razumijevanje novinarstva. Završna rečenica je paradigmatična i može se koristiti kao moto svekolikog diskursa: „Istina je smislena tek ako se ima kome saopštiti.“

Najil Kurtić time snažno poentira *Kôd novinarstva* i uvrštava se u malobrojnu skupinu autora koji su novinarstvu pristupili na specifičan, ali vrlo značajan teorijski način.

Knjiga *Kôd novinarstva* iznimno je značajan doprinos znanstveno utemeljenom razumijevanju novinarstva u

Bosni i Hercegovini, ali i na širem području Jugoistočne Europe gdje je takvom interpretacijom pružio nov, suvremen pogled na masovno jezično dopire. Odlikuje se jasnim komuniciranje te na novinarstvo i i prepoznatljivim autorskim stilom, medije. Posebno je vrijedan doprinos koji počiva na provjerenim i točnim u definiranju pojmova te specifičnog činjenicama, dokumentiranosti, tumačenja diskursa novinarstva, što te na originalnoj, zanimljivoj do sada nije bilo dovoljno prisutno znanstvenoj analizi. Kurtić je na u teorijskom pristupu medijima ne poseban i originalan način upozorio samo u Bosni i Herecegovini, nego na vrijednosti semiotičke analize te i znatno šire.

Stjepan Malović

UDK 070(497.5)
316.77(497.5)
(197-200)

Srećko Lipovčan: Mediji – druga zbilja?
Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2006.

Zapažen doprinos teoriji novinskih vrsta

Knjiga „Mediji – druga poslužiti generacijama znanstvenika zbilja“ jedno je u nizu novih i studenata novinarstva kako bi znanstvenih promišljanja o produbili svoja znanja. Spomenimo hrvatskom novinarstvu i o masovnim djela Bože Novaka, Gordane Vilović, medijima. Očito je sazrela generacija Danka Plevnika, Živka Grudena, novinarskih djelatnika koji su, Inoslava Beškera i Orlande Obad, te obogaćeni teorijskim znanjem a na Geze Stantića i Tene Perišin. U toj temelju svojih praktičnih novinarskih plejadi javlja se novo djelo, koje se iskustava, svoja znanja i istraživanja mnogo čemu izdvaja iz te produkcije pretočili u knjige. A te će knjige i daje joj novu dimenziju.

Srećko Lipovčan na najbolji mogući način spaja svoja novinarska znanja, znanstvena istraživanja i teorijske pristupe u specifičan i jasno prepoznatljiv diskurs. Istražujući povijest hrvatskog novinarstva Lipovčan ukazuje na njezinu sadašnjost, uočava trendove i stavlja ih u kontekst svjetskih medijskih pojava. Posebna je vrijednosti analiza tekstova, kakvih bi poželjeli više a i na suvremenim novinskim tekstovima, ne samo na povijesnim.

Lipovčanov doprinos teoriji novinskih vrsta je zapažen, jer u manjkavoj terminologiji definira neke novinske vrste i oblike koji nisu bili precizno određeni u hrvatskoj znanosti o novinarstvu, niti u novinarskoj praksi.

Djelo je podijeljeno u dva osnovna dijela: prvi, Teorijski aspekti, kako i naslov kaže, bavi se nekim teorijskim aspektima medija i novinarstva. U četiri poglavlja obrađuju se teme kao što su medijske industrije na početku novog tisućljeća, analiza temeljnih odnosa medija i kulture u hrvatskom društvu, literarni uporabni oblici medijskog izražavanja i nacrt za novu samostalnu filološku disciplinu: hrvatska publicistika.

Teorijski diskurs je originalan. Lipovčan se upušta u nekerasprave koje suštinske za razumijevanje medijske industrije. Propituje se čuvena

definicija McLuhana da je „medij poruka“. Lipovčan argumentira kako je medij posrednik i objava nečega. „Naime“, kaže Lipovčan „da bi mogla biti *posredovana*, poruka se mora „materijalizirati“, a to je – sve do pronalaska elektronskih medija . značilo: *objaviti* (u izvornom smislu publicirati)“

Analizirajući podjelu medija Lipovčan ukazuje i argumentira neprijepornu činjenicu, koju su mnogi zanemarivali: „zajedničko (gotovo) svim medijima jeste jezik, što implicira nekoliko činjenica, među kojima je najvažnija da tekstove valja proučavati kako ono što jesu, dakle kao tekstovne vrste, žanrove, oblike“. Time se vraćamo suštini, vrlo često zanemarenoj u našoj teoriji, pa i praksi. Rukopisom se sve manje bavimo, već istražujemo neke druge medijske aspekte. A bez dobrog rukopisa nema ni dobrih novinskih, radijskih i TV priloga. Tu je Lipovčan beskompromisno novinarstvo vratio svojim izvorima. Loš tekst ne može spasiti ništa, pa ni izvrsna medijska prezentacija. Današnji urednici trebali bi slijedom Lipovčanovih analiza uvidjeti važnost teksta.

Lipovčan ide i korak dalje u vrednovanju rukopisa, pa donosi u poglavlju „Literarni uporabni oblici medijskog izražavanja“ definicije novinskih oblika kao što

je to izvještaj, prikaz, rasprava, traktat, dijalog, intervju, panel-rasprava, reportaža, vijest i druge. Naglašavamo kako suvremena medijska literatura u hrvatskoj nema jasno definirane novinske oblike, pa je to zaista značajan doprinos boljem i jasnijem razumijevanju novinarstva. Mladi novinari koji pod utjecajem sveopće tabloidizacije pišu samo vijesti i izvještaje mogu samo razmišljati o bogatstvu novinskih oblika koje tako jasno i precizno definira Lipovčan.

Autor koji toliko pažnje posvećuje rukopisu mora se pozabaviti i publicistikom. Čvrsti stav glasi: „Hrvatska je publicistika, oblikujući nacionalnu svijest, sukonstituirala modernu hrvatsku naciju“. Ovu tvrdnju Lipovčan potkrijepljuje spiskom petnaest ponajboljih hrvatskih publicističkih djela. Spisak je impozantan i preporučili bi ga svima kojima su usta puna velikih riječi o hrvatstvu, ne pročitavši većinu od navedenih publicističkih djela.

Drugi dio je posvećen praktičkim aspektima. Lipovčan obrađuje velikane hrvatske povijesti koji su se bavili i novinarstvom: Tin Ujević, Ljudevit Farkaš Vukotinović, Antun Gustav Matoš i ostale. Posebna značajka ovih analiza je rukopisa. Lipovčan ide redak po redak i ukazuje na

stilske, ali i novinarske aspekte tekstova. Opisano je i što i kako je *Zora Dalmatinska* pisala o našoj godini „Osamstočetrdesetosmoj“. Posebno poglavlje posvećeno je novim knjigama o hrvatskom novinarstvu i publicistici, gdje izdvajamo tekst „Nisu svi anonimni – anonimni“. Lipovčan nam otkriva neke nepoznate detalje iz slavniha dana *Hrvatskog tjednika*.

Svako poglavlje obiluje bogatom referentnom literaturom i brojnim referencama koje nam potvrđuju kako je Lipovčan duboko i sveobuhvatno istražio teme. Spisak literature bit će i svojevrsni putokaz za čitanje dodatne literature.

Treći dio knjige posvećen je servisnim podacima: kazalo pojmo, imena, napomena autora, bibliografski podaci prvoobjava i bilješka o autoru.

Time je knjiga definitivno zaokružena kao pažljivo, pedantno, analitično i produbljeno djelo.

Knjiga „Mediji – druga zbilja“ izuzetno je značajni doprinos znanstveno utemeljenom razumijevanju novinarstva u Hrvatskoj. Odlikuje se jasnim i prepoznatljivim autorskim stilom koji počiva na provjerenim i točnim činjenicama, dokumentiranosti, i otkrivanju nepoznatih podataka. Lipovčan je na osebujan i originalan

način analizirao novinske tekstove te takvom interpretacijom pružio novi, suvremen pogled na novinsku produkciju. Posebno je vrijedan doprinos u definiranju pojnova novinski vrsta i oblika, što je do sada bilo nedovoljno prisutno u teorijskom pristupu medijima.

Stjepan Malović

UDK 316.77
070
(200-202)

Ante Gavranović, Medijska obratnica: Novi čitatelji traže drugačije novine, ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2006, 222 stranice, ISBN 953-7015-26-2

Jesmo li u svjetskim trendovima?

Svaka knjiga s područja medija i novinstva poseban je događaj za hrvatsku publicistiku kojoj još uvijek manjkaju izdanja poput ovoga, autora Ante Gavranovića, novinara, urednika, izdavača, medijskog analitičara i vrijednog kroničara promjena koje se događaju u novinstvu i suvremenim medijima. Otuda i pojava *Medijske obratnice* bitno pojašnjava što se dogodilo, i što se trenutačno događa u svjetskom novinstvu i medijima uopće. Gdje je Hrvatska u svemu tome?! Kasnimo li, i koliko pratimo svjetske trendove?

Citat koji Gavranović preuzima iz *New York Timesa*

„Inovacije se neodoljivo nameću. Napredak se ne može zaustaviti. Otpor je uzaludan“, mogao bi biti i moto autorova stajališta o promjenama s kojima se sučeljava moderno novinarstvo. Začaran krug: vijest – oglašivači – profit = komercijalnost, zabava i svakodnevni izazov da se proizvod što bolje proda te da se postigne što bolji položaj i potvrđivanje na tržištu.

„Novine su“, piše Gavranović „izložene mnogim pritiscima: novi format, novi cjenovni modeli, novi čitatelji i, konačno, nova tržišta. Istodobno, internet i bežične komunikacije postaju profitabilni

dijelovi uspješnih inovativnih kompanija u kojima novinski izdavači traže svoje mjesto pod suncem.“ A nalaze li ga, i gdje su novi čitatelji: koja je razlika između podataka koje potvrđuje Svjetsko novinsko udruženje i onoga što se (ne)pokazuje u našim lokalnim uvjetima.

Na dvjestotinjak stranica jasnog, čitkog i zanimljivog štiva, autor pruža niz stajališta o gotovo svim pojavama novinske industrije, koje dokumentira mnoštvom recentnih, široj publici, manje poznatih podataka. Mnoge od tih tema Gavranović je već otvorio u svojim istupima i sudjelujući na stručnim i znanstvenim skupovima posljednjih nekoliko godina u Hrvatskoj i Europi. Skupljene i doradene ovako sustavno, prilog su za buduća praćenja promjena u novinstvu, koja će očito tek slijediti. Knjiga zato nije zanimljiva samo novinarima, urednicima, novinskim vlasnicima i medijskim stručnjacima, nego i mladim ljudima, studentima novinarstva i komunikacijskih znanosti, koji se tek trebaju okušati u novinarskom zvanju i proizvodnji novina, a koji već jesu nova publika.

Gavranovićeva knjiga stiže u pravo vrijeme kad se i u Hrvatskoj profiliraju besplatne, tjedne i dnevne novine. *Medijska obratnica* dosta prostora ostavlja razmišljanjima o ulozi besplatnih novina. Donedavno

smo samo čitali i slušali o tome kako su takve novine u većini europskih metropola pronašle siguran put do čitatelja. Danas imamo prigodu svjedočiti kakav trag će ostaviti na čitateljstvo novina u Hrvatskoj.

„*Metro* je postao sinonim za koncepciju besplatnih novina. Iako se te novine primaju s velikom rezervom i izraženom dozom nepovjerenja, nitko ne može poreći bitan utjecaj na mnoge mlade ljude, koji tek počinju čitati novine“. Zagrebački gradski prijevoz odnedavno je ogledalo upravo ovoga o čemu Gavranović piše: Nakon dugo vremena u tramvajima – većinom mladi čitaju dnevne novine, makar i besplatne. Preuzimajući stajalište strateških izvještaja iz *World Association of Newspapers*, Ante Gavranović navodi: „Iako ih preziru mnogi klasični mediji, besplatne novine nisu grijeh. Možda njihova koncepcija i nije popularna kod onih koji su naučili cijeliti vrijednosti medija i plaćenog sadržaja. Poneki od nas ne vole siromašnu ponudu u tim novinama i pomanjkanje istraživačkog, analitičkog novinarstva. Ali, s jasnom sposobnošću da zadrže pozornost publike i zadovolje potrebe rastućeg zanimanja oglašivača, besplatne novine ne samo da kreiraju nov tržišni segment nego također unose u praksu i nov način vrednovanja samog čitanja novina.“

Ignacio Ramonet, urednik francuskog izdanja *Le Monde Diplomatique*, u svojem siječanjskom uvodniku, kao da nastavlja Gavranovićevo objašnjenje o promjenama koje su donijele besplatne novine, pa na temelju francuskog dvogodišnjeg iskustva piše: „[Naziv besplatne novine] dovodi u zabludu čitatelje koji vjeruju da proizvodnja informacija ne stoji ništa, a zapravo ih plaćaju u obliku naknade za promidžbu uklopljenu u cijenu svakog proizvoda koji kupuju....(...) Posljedice su višestruke: mnogi su ljudi prestali kupovati novine, a oglašivači su se počeli okretati ‘besplatnima’“.

Toj novoj generaciji čitača novina – onih besplatnih ili tzv. internetskih i blogovskih – Gavranović pridaje posebnu pozornost. Kako, dakle, prema uzoru najrazvijenih europskih zemalja, i hrvatsko društvo može sudjelovati u odgoju novih čitatelja, te kako privući nove naraštaje, prvenstveno mladih ljudi. Naime, uobičajeno je mišljenje da današnji mladi ne odrastaju uz čitanje novina i nisu razvili lojalnost prema lokalnim ili drugim listovima. U

nekoliko tekstova *Medijske obratnice*, autor zapravo otvara pitanje odgoja mladih za medije u Hrvatskoj, koje bi trebalo biti postavljeno prema uzoru na provjerena svjetska iskustva. Naime, Hrvatska svakako ima uvjete za to, ali je drugo pitanje postoji li volja da se slični programi primjenjuju u obrazovnom sustavu.

Ante Gavranović daje niz suvremenih promišljanja o svjetskim novinskim trendovima, ali nas jednakom analitičnošću vraća četiri stotine godina unatrag na početak izlaska prvih suvremenih novina i otkrit će kada su se zaista pojavile prve dnevne novine. I unatoč svemu – prije svega razvoju tehnologije i elektroničkim novinama, i napose milijunima internetskih stranica, 400 se godina novine održavaju i žilav su proizvod koji će, kako piše Gavranović, doživjeti još koju visoku obljetnicu.

Knjigu *Medijska obratnica* dobrodošla je različitim skupinama korisnika: onima koji dan još uvijek počinju staromodnom navikom – čitanjem svojih novina, studentima novinarstva i/ili medijskim analitičarima koji istražuju trendove u novinarstvu.

Gordana Vilović

UDK 323.15:070(497.5)''2001/2005''
(203-206)

Igor Kanižaj

Manjine – između javnosti i stvarnosti: nacionalne manjine u novinama 2001.-2005. ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2006., 142 str.

Poboljšati medijsko praćenje manjina

Knjiga Igora Kanižaja *Manjine – između javnosti i stvarnosti* rezultat je autorova višegodišnjeg znanstveno-istraživačkog rada na temu izvještavanja hrvatskih dnevnih novina o nacionalnim manjina. Riječ je o temi iznimno važnoj za hrvatski medijski prostor, koji se tek posljednjih desetak godina počeo formirati kao demokratski i pluralistički. No, upravo kao što sam autor ističe, na hrvatskom primjeru se potvrdilo da liberalizacija medijskog tržišta i pluralizam istodobno ne jamče i sadržajnu raznolikost.

Budući da je riječ o relativno malom medijskom tržištu, neovisno o brojnosti dnevnih i tjednih novina, njihovi sadržaji su vrlo slični, a obraćaju se zajedničkoj većinskoj publici. Takvo tržišno natjecanje, ističe autor, „ne vodi samo do nadpredstavljenosti većine u medijskim proizvodima nego i do lošije kvalitete izvještavanja u cijelosti, što se najviše odražava u izvještavanju o manjinama i društveno marginaliziranim grupama“ (21).

Obraćajući se širokoj publici, razina medijske poruke postaje sve niža, a upotreba stereotipa sve češća.

Autor nas u temu uvodi kroz pet poglavlja (13-38), u kojima teorijski problematizira ulogu medija u izvještavanju o manjinama, ističući specifičnost hrvatskih društvenih uvjeta obilježenih ponajprije ratom i međuetničkim sukobima. Kanižaj uvodno ide mnogo šire od teme, smještajući hrvatske dnevne novine u širi društveno-političko-ekonomski kontekst. U poglavlju “Razorni utjecaj tržišta” sažeto, zanimljivo i pregledno prikazuje stanje na tržištu dnevnih novina od završetka rata 1995. godine do današnjih dana, objašnjavajući kako su liberalizacija i privatizacija utjecale na njegove promjene.

Kao ključne čimbenike u tome procesu ističe povezanost političkih struktura i medijskih vlasnika, medijsko okrupnjavanje i nedopuštenu koncentraciju vlasništva. Kao dodatnu negativnu posljedicu

tržišnog natjecanja (nezadovoljavajuće reguliranog u odnosu prema javnom interesu) autor ističe tabloidizaciju čija je temeljna značajka da se „relevantne, vrijedne vijesti počinju prezentirati na lakši način, s više ilustracija i većim fotografijama, s više kraćih a sve manje duljih, temeljitih i analitičnih tekstova“ (22). Objašnjavajući kako funkcioniraju novine i koji sve faktori utječu na selekciju te način obrade i opreme vijesti, a posebno pojašnjavajući pojmove medijskog diskursa i kontekstualizacije (uokvirivanja ili *framinga*), autor donosi osnove za bolje razumijevanje teme i čitateljima kojima problematika funkcioniranja medijskog tržišta, novinarstva i uređivanja dnevnih novina možda i nije bliska. Međutim, zamjerka je što autor kao istoznačnice upotrebljava termine „nacionalne manjine“ i „manjine“, što pri površnom čitanju može zbuniti čitatelja.

U drugom dijelu knjige, koji obuhvaća osam poglavlja (39-129), predstavljeni su i objašnjeni rezultati analize tekstova o nacionalnim manjinama objavljeni u pet hrvatskih dnevnih novina od 2001. do 2005. godine. Rezultati su dobiveni metodom analize sadržaja tijekom četiri odvojena razdoblja istraživanja. Analizirano je ukupno 600 članaka. No, autor se ne oslanja isključivo na rezultate kvantitativne i kvalitativne analize sadržaja, nego dublje zadire u tematsku

i formalnu raščlambu pojedinog članka, razumijevajući ih u širem društveno-političkom, povijesnom i ekonomskom kontekstu, a dijelom se upušta i u analizu medijskog diskursa. Kanižaj sustavno problematizira izvještavanje tiskanih medija o nacionalnim manjinama, stavljajući ga u kontekst hrvatskoga društva te pritom upozorava na informacijsko-komunikacijsko značenje i ulogu medija te upozorava na stereotipe, postojeće poteškoće i razvojne smjerove.

Metodološki gledano, nekoliko je temeljnih razina usporedbe analiziranih tekstova. Prva je usporedba članaka iz različitih izvora (pet dnevnih novina), druga razina se odnosi na usporedbu tijekom razdoblja od 2001. do 2005., treća se odnosi na usporedbu članaka iz istog izvora u različitim razdobljima i društvenim uvjetima. Takva komparativna analiza pokazuje kako promjene konteksta izravno utječu na način izvještavanja o pojedinoj nacionalnoj manjini (najviše je takvih primjera u izvještavanju o pripadnicima srpske nacionalne manjine). Nadalje, analizirajući sadržaje tekstova, njihove naslove, novinarske vrste, rubrike u kojima su objavljeni, smještaj unutar stranice i opremu, istraživanje je upozorilo na značenje i ulogu novinara i urednika u stvaranju medijske slike o pripadnicima pojedine nacionalne manjine. Kao posebne studije slučaja autor je izdvojio analizirane tekstove

koji se tiču srpske, romske i židovske nacionalne manjine

Autor zaključuje da brojnost manjine ne jamči jednaku medijsku predstavljenost; teme koje se tiču nacionalnih manjina u hrvatskim dnevnim novinama dominantno su prisutne u političkim rubrikama, na gradskim stranicama te u crnoj kronici; dominantno je izvještavanje o Srbima, a sve je više tekstova o Romima. Važan je zaključak kako ne postoji sustavna marginalizacija nacionalnih manjina u dnevnim novinama. Autor također zaključuje da u razdoblju od 2001. do 2005. godine nisu uočene veće promjene u uređivačkoj politici, što pokazuje i nedostatak strategije izvještavanja o manjinama općenito. Ipak, odgovornost za kvalitetu pisanja o nacionalnim manjinama u Hrvatskoj autor ne pripisuje isključivo urednicima i novinarima, nego i predstavnicima nacionalnih manjina, posebice onima udruženima u nevladine organizacije, koji bi trebali poboljšati odnose s medijima tako da ih pravodobno obavještavaju o političkim, društvenim ili kulturnim aktivnostima svojih članova.

Uspoređujući svoje nalaze s rezultatima sličnih istraživanja

provedenih u Nizozemskoj, Velikoj Britaniji, Srbiji i Crnoj Gori, kao i povezujući manjinsku problematiku s primjerice rodnim pitanjima, autor je svojem istraživanju dao i širi društveni kontekst. Time je otvorio teme budućim komparativnim istraživanjima o manjinama u medijima.

Nacionalne manjine značajna su manjinska skupina hrvatskoga društva¹. Tematika medijskog izvještavanja o nacionalnim manjinama, iako istraživana i promišljena u Hrvatskoj, često ostaje nedostupna izvan krugova akademske zajednice. Zato je ova knjiga doprinos znanstvenoj, ali i široj javnoj raspravi o manjinskim pitanjima u hrvatskom društveno-komunikacijskom kontekstu. Namijenjena je studentima novinarstva, novinarima i urednicima, predstavnicima nacionalnih manjina, nevladinih organizacija koje se bave manjinskim pitanjima, predstavnicima međunarodnih organizacija koji se bave *monitoringom* izvještavanja o manjinama, te široj javnosti. U svakom slučaju, ova je knjiga doprinos boljem razumijevanju odnosa medija prema nacionalnim manjinama te pokazuje kako poboljšati medijsko praćenje manjinskih skupina.

Viktorija Car

¹ Prema Popisu stanovništva iz 2001. godine pripadnici 22 manjinske zajednice u Republici Hrvatskoj čine ukupno 7,47% stanovništva .