

Sloboda medija u kapitalističkoj demokraciji na primjeru stanja novinarstva u Hrvatskoj

Šumanović, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:715016>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-13**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



Sveučilište u Rijeci

Filozofski fakultet

**Sloboda medija u kapitalističkoj demokraciji na
primjeru stanja novinarstva u Hrvatskoj**

(završni rad)

Ana Šumanović

Rijeka, rujan 2018.

Sveučilište u Rijeci
Filozofski fakultet
Odsjek za kulturalne studije

**Sloboda medija u kapitalističkoj demokraciji na
primjeru stanja novinarstva u Hrvatskoj**
(završni rad)

Studentica: Ana Šumanović

Mentor: izv. prof. dr. sc. Hajrudin Hromadžić

Rijeka, rujan 2018.

SAŽETAK

Ovaj rad bavit će se slobodom medija kapitalističkoj demokraciji kakva je ona hrvatska, u kojoj je ona, prema podacima koji će biti izloženi u tekstu, ograničena onkraj zakona koji se tiču novina i novinskog izvještavanja poput onih o slobodi izražavanja ili zakona o elektroničkim medijima. Kroz izlaganje i analizu brojnih novinarskih članaka pisanih na ovu temu, kao i onih koji su rezultat posljedica ograničavanja medijske slobode, razmatrat će se razni akteri koji su utjecali na današnje stanje, za koje se opravdano smatra da je loše, od pojedinih političara do raznih ekonomskih i društvenih moćnika koji djeluju unutar kapitalističkog sistema kakav je onaj u Hrvatskoj. Na kraju će biti izložena moguća rješenja problema izloženih u razradi.

KLJUČNE RIJEČI: mediji, sloboda medija, demokracija, kapitalizam, vlast, vlasništvo, ideologija, profit, medijski sadržaj, oglašavanje, infotainment

1. UVOD

Svatko tko iole prati novine danas može zaključiti da su se njihov sadržaj, struktura, kvaliteta, a na kraju i društveni status promijenili u odnosu na prije 10, 20 ili 50 godina, što je i logično. No pitanje je u kojem je smjeru ta promjena išla, dobrom ili lošem? U javnosti je dosta rašireno mišljenje da novinarstvo nije ono što je nekad bilo. No ne misle svi tako, a Robert McChesney objašnjava i zašto: „Oduševljenje pobornika Internetom kao osnovom za revitalizaciju novinarstva je razumljivo, iz četiri možebitna razloga. Prvo, eksponencijalno veći broj ljudi može sudjelovati u *online*-novinarstvu jer početne prepreke gotovo da su sasvim uklonjene. Kao što kaže izreka: “sada smo svi mi novinari”. Drugo, ti novo-prozvani novinari mogu, kao i svi ostali, ostvariti pristup globalnim informacijama iste sekunde, što je daleko brže od vremena u kojemu je bilo tko mogao ostvariti taj pristup u prošlosti. Sve što trebaju učiniti je da razviju svoje vještine surfanja na Webu. Treće, novinari će moći surađivati i oslanjati se na inteligenciju i rad bezbrojnih drugih u umreženom okružju, tako da će cjelina biti mnogo veća od zbroja njezinih dijelova. Četvrto, Internet drastično smanjuje troškove proizvodnje i praktički dokida troškove distribucije, tako da novinar može imati digitalno čitateljstvo koje se broji u desetinama milijuna gotovo bez ikakvog budžeta.“ (McChesney:2013:218) McChesney spominje te optimiste i njihove razloge samo kako bi ih u nastavku teksta nazvao naivnima. U nastavku navodi primjere kojima tu naivnost i dokazuje, no ne krivi za to Internet ni tehnologiju (s čime se slažem), već korporacije te citira RATHERA: „Bili vi konzervativni, liberalni ili progresivni, demokrat ili republikanac, svakoga može i treba zanimati ovo: neprestano konsolidiranje medija, osobito nacionalne distribucije medija ... Mali broj kompanija, ne više od šest, a ja sam ih izbrojio četiri, sada kontrolira više od 80 posto stvarne nacionalne distribucije vijesti.

Te velike korporacije dobivaju ono što im je potrebno od struktura moći u Washingtonu, bile ona u rukama republikanaca ili demokrata, a naravno i ljudi u Washingtonu žele da se [u] vijestima izvještava o određenim temama. Recimo to otvoreno, vrlo velik biznis našao se u krevetu s vrlo velikom državnom upravom u Washingtonu, i to ima mnogo više veze s tim što prosječna osoba vidi, čuje i pročita nego što to većina ljudi zna.“ (Rather u McChesney:2013:225) Rather naravno piše o američkom slučaju, no taj slučaj nije izoliran. Nema korporacija samo u Americi.

Ovaj rad namijenjen je stanju u kojem se nalazi novinarstvo u Hrvatskoj kao struka od javnog interesa. Kako je prethodno navedeno, osobno smatram da je loše i mislim da u tome nisam osamljena s obzirom na primjetnu polarizaciju „lijevo“ - „desno“ u hrvatskom društvu koja se iz dana u dan intenzivira i koja okupira hrvatski medijski prostor zajedno s ogromnim oglašivačkim prostorom te brojnim zabavnim sadržajem sve u svrhu povećanja čitanosti koja će rezultirati sve većim i većim prihodom, a time i kontrolom medijskog prostora, moći nad informacijama, o čemu će biti više riječi u razradi rada. No naravno, stanje se ne svodi samo na određene ideološke podjele u društvu ili građansku nezainteresiranost i okupiranost sadržajem za razonodu (u koji između ostalog spadaju i oglasi i reklame), koji se koriste kao dobar alat za prikupljanje publike. Riječ je također i o uopće mogućnosti novinarstva da se reetablira kao struka koja je u interesu svih građana, kao svojevrsno oruđe demokracije unutar kapitalističkog sistema koji po sebi kvalitetu podređuje kvantiteti pa je stoga unutar njega kvaliteta medijskog sadržaja podređena gledanosti, čitanosti ili pak samo pregledima, a na kraju i prepuštanju prostora oglašavanju o kojem mediji u sadašnjem sistemu većinski i ovisе. I kao da takvo ograničenje nije dovoljno, upravljanje medijskim sadržajem dijelom preuzima i vlast. ¹

¹ ¹ Prema indeksu slobode medija Reportera bez granica, 2017. Hrvatska je bila na 74. mjestu: „Na ljestvici slobode medija Reportera bez granica za 2017. godinu Hrvatska je u odnosu na prošlu godinu pala za 11 mjesta i nalazi se na 74. mjestu, što ju, uz Crnu Goru, čini najlošije pozicioniranom zemljom u okruženju.

Hrvatska bilježi kontinuirani trend pada od 2014. godine, kada je bila na 58 mjestu. Od zemalja u okruženju lošija je jedino Crna Gora, dok su od Hrvatske bolje Mađarska, Srbija, BiH i Slovenija, koja se nalazi na visokom 37. mjestu. Veći pad bilježi i Poljska, koja "financijski guši" nezavisni oporbeni tisak te Mađarska Viktora Orbana.“ (<http://www.hnd.hr/reporteri-bez-granica-objavili-indeks-slobode-medija-2017-hrvatska-pala-za-11-mjesta>), dok ove godine bilježi napredak na 69. mjesto: „Hrvatska se u redovitom godišnjem izvješću Reportera bez granica (RSF) za 2018. o slobodi medija u svijetu našla na 69. od 180 mjesta, što je za pet mjesta bolje u odnosu na 2017. kada je prema Indeksu slobode medija zauzela 74. mjesto, ostvarivši tako "skroman" napredak, doznaje su u srijedu iz

No, bez obzira na podređenost medijskog sadržaja, on zadržava svoju važnost u proučavanju ne samo samih medija, već i društva kojem i o kojem mediji daju određenu informaciju.

Naime, sadržaj medija (novina, televizije, news portala, radija...) govori prvenstveno o tom mediju – o njegovim stavovima, pristranosti, publici, vlasništvu, namjeni i sličnom – a zatim i o „duhu vremena“ u određenom vremenu i prostoru ili kako je to nazvao R. Williams, o strukturi osjećaja² koja je u Hrvatskoj trenutno takva da zadovoljstvo medijima opada, rekla bih prvenstveno zbog predrasude javnosti o ovim ili onim novinama, televizijskim vijestima ili nekim drugim „službenim“ izvorima informacija, odnosno o pretpostavkama o kvaliteti, sadržaju i transparentnosti.

Te predrasude mogu biti preuveličane, no nažalost nisu neutemeljene, a u ovom radu ću pokušati pronaći uzrok(e) takvog stanja, koji su djelomice gore navedeni (ovisnost o oglašivačima, prikupljanje što veće publike), te će u nastavku biti pobliže analizirani te će se dodati još neki pogledi poput onog na ulogu publike, vlasti i razvoja tehnologije. Zatim ću se osvrnuti na neke od posljedica koje razni akteri imaju na medije u Hrvatskoj. Neke od njih su iščezavanje predanosti novinarstvu kao zanimanju od općeg interesa, opadanje povjerenja u medije prouzrokovano između ostalog prevelikom ili premalom količinom informacija o ponuđenom sadržaju, ovisnost o pregledima koje pak prouzrokuje spektakularizaciju medijskog sadržaja pa je tako na primjer međusobna netrpeljivost raznih medija i novinara (koja se zna pretvoriti u puko vrijeđanje, govor mržnje i huškanje) zapravo više spektakl kojim se pridobiva, ali i oblikuje publika sklona ovoj ili onoj političkoj ili ideološkoj strani, nego stvarna predanost određenim idealima koji su u sukobu sa onima „neprijateljske“ strane ili gašenje pojedinih medija iz financijskih ili ideoloških razloga (drugo obično slijedi prvo).

objavljenog izvješća.“ (<https://www.vecernji.hr/vijesti/skroman-napredak-slobode-medija-u-hrvatskoj-u-bih-i-sloveniji-i-dalje-bolje-stanje-1241363>)

² Struktura osjećaja pojam je Raymonda Williamsa u njegovoj knjizi „The Long Revolution“ : „ Opisni termin koji predlažem jest *struktura osjećaja*: ona je čvrsta i određena u smislu u koje to svaka „struktura“ jest, ali se istovremeno očituje u najosjetljivijim i najmanje opipljivim sastavnicama našeg djelovanja. Na određeni način, ta struktura osjećaja jest kultura nekog razdoblja. To je osobita, živa rezultanta svih sastavnica općeg ustroja.“ (Williams u Duda:2006: 41)

Na kraju ću skrenuti pažnju na razne perspektive o tome što i kako bi se moglo promijeniti na bolje.

2. RAZRADA

Na prvi pogled, ono što je prouzrokovalo „krah“ profesije je razvoj tehnologije, pojava Interneta, tj. virtualnog prostora kojem svi mogu pristupiti i u kojem svi mogu aktivno sudjelovati – širiti neprekidno informacije iz cijelog svijeta, odnosno, zbog Interneta bilo tko može biti novinar. To naravno i na sreću nije istina, no taj izraz je ono što prikazuje nekakvo opće mišljenje o toj profesiji danas. Ona je srozana na puko prenošenje informacija iz jednog prostora (fizičkog ili virtualnog) u drugi. No previše je uskogrudno, a na kraju krajeva je i pogrešno, svoditi krivnju čisto na Internet ili tehnologiju općenito, no ne možemo niti zanemariti ulogu tehnologije u razvojnem procesu medija, odnosno u ovom slučaju novinarstva. Ona je ono što je pojednostavnilo, pa tako i promijenilo način života, ubrzala ga je, no je li ona glavni krivac za to što publika u novije vrijeme traži što brže, što kraće i jednostavnije informacije koje će se lako proći i o kojima se neće previše razmišljati pa je tako medijski sadržaj postao u velikom broju slučajeva „lako probavljiv“, kratak, ne previše kompliciran? Ili je razlog suptilniji, onaj koji se neće odmah istaknuti, možda kapitalistički sustav koji, kako bi opstao, neprestano traži nove oblike proizvodnje, što veću proizvodnju kako bi se povećala i potrošnja kojom se onda on akumulira? Osobno bih prije rekla ovo drugo, iz jednostavnog razloga što smatram da je kapitalizam onaj koji zapravo i zahtijeva konstantan razvoj tehnologije te se svi, pa tako i mediji, kako bi opstali na životu, moraju neprestano prilagođavati.

Također, ono što je zajedničko i razvoju tehnologije i kapitalističkom sistemu su oni koji su i jedno i drugo proizveli – ljudi, u ovom konkretnom slučaju izdavači, urednici, novinari pa i sama medijska publika koja nije izrazila (bar ne na vrijeme, a i nedovoljno) nezadovoljstvo onime što joj se nudi. Kao da je samo prihvatila takvo stanje stvari, što su novine i primijetile i jednostavno se prestale truditi. A taj nedostatak truda i je ono što je dovelo do one tvrdnje da danas bilo tko može biti novinar.

Dakle ne samo fizička mogućnost i pravo objavljivanja na platformi koja je dostupna gotovo u cijelom svijetu, nego i opadanje standarda i novinara i publike što se tiče informativnog sadržaja. U kvantitativnom smislu to je možda čak i logično, no u kvalitativnom je paradoksalno jer – upravo bi velika količina informacija koja je dostupna na zahtjev i odmah, trebala omogućiti novinaru da što pomnije i bolje obradi predmet o kojem izvještava – da ga prezentira, analizira, kritizira, ponudi moguća rješenja i odgovore. To ne može bilo tko, pa stoga niti ne može bilo tko biti novinar. To što je bilo kome dozvoljeno da obavlja posao za novinare je druga stvar i pogrešno je upirati prstom isključivo u tehnologiju, nečiju pohlepu ili osobne hirove novinara, urednika ili vlasnika. Najveći problem je u onome što sve to veže, a to je sam sistem. No kako se iz njega ne može samo išetati, kako ga se ne može jednostavno izbjeći ili ignorirati, smatram da je u trenutku potrebno naći najbolje moguće rješenje za probleme s kojima se suočava novinarstvo u Hrvatskoj danas, a ja ću to u ovom radu pokušati na način da izdvojim one probleme koje smatram ključnima za razumijevanje stanja u kojem se hrvatsko novinarstvo nalazi, odnosno njegove slobode unutar demokratske kapitalističke države, a to su pitanja vlasništva, ovisnost o oglašivačima, pritisak vlasti, stav javnosti prema novinarima, te na kraju i sadržaj i ideološke podjele koje proizlaze iz društva, no koje eksponencijalno rastu unutar medijskog prostora koji si tako osigurava i sadržaj i publiku, a time i oglašivače koji ga financiraju.

No nije sve tako crno. U moru brzih i informacijama škrtih medija nekad isplivaju oni koji zadržavaju profesionalnost, ili se bar trude. Također, pozitivno je da se svijest o položaju medija danas povećava, nude se rješenja, novi načini rada.

2.1 SLOBODA MEDIJA I VLAST

No prije rješenja treba proučiti probleme, a ja ću krenuti s problemom pritiska vlasti na medije budući da su Reporteri bez granica naveli upravo to kao jedan od najvećih problema slobode medija što se Hrvatske tiče: „Miješanje vlade u javnu televiziju HRT i dalje predstavlja stvarni problem koji ograničava nezavisnost medija. HRT je očito pod političkim pritiskom. Interesne skupine pokušavaju utjecati na uredničku politiku i miješaju se u njezinu upravu", stoji u

izvješću RSF-a.“ (<https://www.vecernji.hr/vijesti/skroman-napredak-slobode-medija-u-hrvatskoj-u-bih-i-sloveniji-i-dalje-bolje-stanje-1241363>)

RSF je naveo miješanje vlasti u javnu televiziju iz razloga što je ona financirana novcem građana te se kao takva ne bi smjela koristiti kao Vladin osobni medij, što se od nje pokušavalo i još uvijek pokušava napraviti o čemu između ostalog govori primjer za vrijeme mandata Tomislava Oreškovića (HDZ): "Kada je riječ o samom HRT-u, utjecaj političkih pritisaka najvidljiviji je iz činjenice da je od imenovanja Siniše Kovačića za v.d. glavnog ravnatelja HRT-a (a do tada predsjednika HNiP-a) smijenjeno čak sedamdesetak urednika i ostalih zaposlenika HRT-a koji izravno sudjeluju u kreiranju programa. Niti jedna smjena nije argumentirano obrazložena, a najveći dio je smijenjen bez ikakvog obrazloženja. Također, učinjeno je to u "tehničkom" mandatu kada čak niti vlade ne donose odluke od suštinske važnosti." (<http://www.h-alter.org/vijesti/lekovic-mikulic-i-kusec-lazu-hrt-je-pod-politickom-kontrolom-vladajucih>). Da pojasnim, HNiP (Hrvatski novinari i publicisti) je udruga nastala 2015., kako sami članovi kažu: "Hrvatski novinari i publicisti osnovani su 2. 7. 2015. na poticaj Hrvoja Juvančića koji je već otprije pripremao dokumentaciju za osnivanje novinarskog društva koja će slijediti stručne, a ne ideološke smjernice u svome djelovanju." (<http://hnip.hr/povijest-hnip-a/>), iako okuplja novinare "desnog" političkog opredjeljenja.

Problem je djelomice u samom stavu vlasti o medijima, pa su mediji tako ili sredstvo ili neprijatelj (ukoliko nisu prvo, onda su drugo, optužuje ih se da pretjeruju, šire dezinformacije i slično), ovisno o prilici, o čemu piše u istom članku: „No, sve više niti demokratski izabrani čelnici ne gledaju na medije kao neizostavni dio demokracije već se na novinare gleda kao na suparnike prema kojima se sve više iskazuje odbojnost. SAD, zemlja Prvog amandmana kojim se kao svetinja čuva sloboda izražavanja, ponovo je pala na ljestvici slobode medija pod predsjedanjem Donalda Trumpa, ovaj puta za dva mjesta i sada se nalazi na 45. Trump je novinare nazvao "neprijateljima naroda", izrazom koji je koristio Staljin.“

Sličnu priču možemo pronaći u Hrvatskoj. Primjer je izjava sadašnjeg premijera Andreja Plenkovića pred Europskom komisijom: „Pokazana je velika međusobna solidarnost ljudi na terenu. Jedna od naučenih lekcija iz ove situacije sigurno treba biti međusobno bolje informiranje, s tim se mogu u potpunosti usuglasiti, a i krizno komuniciranje, jer vidim da nas dio javnosti i medija hvata za svaku riječ i krivo interpretira i zlonamjerno prenosi i zlonamjerno

interpretira”, rekao je Plenković.“ (<http://www.nacional.hr/timmermans-vs-plenkovic-evo-kako-o-medijima-govori-potpredsjednik-ek-a-kako-nas-premier/>)

Također, izjava bivšeg ministra kulture Zlatka Hasanbegovića u emisiji Poligraf na temu govora mržnje na Internetu govori u prilog tome da se novinare omalovažava ukoliko se suprotstavljaju ili samo ne slažu s pojedincima na vlasti: „Osvrnuo se na istup Aleksandra Stankovića koji je pri samom kraju prošle emisije 'Nedjeljom u 2' uzeo nekoliko minuta te progovorio o ovoj temi. 'Uopće mi nije jasan konkretan povod za ovu temu, jedino što mi je poznato to je da je jedan novinar HRT-a estradno i patetično zlorabio prostor u stilu miss Belizea na izboru za miss svijeta, koja poziva na zaštitu tuljana i mir u svijetu', utvrdio je Hasanbegović.“ (<https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/hasanbegovic-stankovic-je-kao-miss-belizea-na-izboru-za-miss-svijeta-koja-poziva-na-zastitu-tuljana-foto-20180119>)

Ovakve izjave govore u prilog tome da ukoliko vlasti ne odgovaraju pojedinci unutar medija ili sami mediji, ona ga optužuje za neprofesionalnost ili zlouporabu medijskog prostora (te je poprilično zabrinjavajuće čuti takve izjave od strane premijera ili ministra kulture koji između ostalog, zapravo nema ništa protiv govora mržnje pod izlikom da će ga uvijek biti i da bi se njegovim suzbijanjem pokušalo i nametnuti ukidanje konstruktivne kritike te autocenzura, dok ga ona sama s druge strane koristi ili pokušava koristiti u svrhu ostvarivanja vlastitih političkih ili ideoloških interesa. Tako je spomenuti bivši ministar između ostalog odlučio tijekom svog mandata raspustiti Stručno povjerenstvo za neprofitne medije, među kojima su vodeći oni koji su se sustavno suprotstavljali (ali ne isključivo) ideologiji i Vladi unutar koje se dotični nalazi(o). Po tom pitanju se predsjednik Hrvatskog novinarskog društva Saša Leković obratio hrvatskim zastupnicima u EU parlamentu: „[...] Svaka vlast u četvrt stoljeća samostalne Hrvatske pokušavala je koristiti medije i novinare u svoje političke svrhe koristeći različite metode. Ni jedna, uključivši i onedavno bivšu, čiju je koalicijsku vladu predvodio SDP, nije usvojila ozbiljnu medijsku politiku niti osigurala sve zakonske pretpostavke za djelovanje politički neovisnog javnog medijskog servisa te ravnopravnu tržišnu utakmicu komercijalnih medija, kao ni striktno provođenje postojećih zakona. Time su dugotrajno ugroženi neovisnost medija i integritet novinara kao i pravo javnosti na pravovremene, sveobuhvatne i temeljite informacije iz svih područja važnih za donošenje kvalitetnih odluka na koje građani imaju pravo i na temelju kojih biraju tko će u njihovo ime

upravljati državom u pojedinom izbornom ciklusu. [...] Za ministra kulture, u čijoj su nadležnosti i mediji, postavljen je dr. Zlatko Hasanbegović, povjesničar koji je prethodno javno pokazao da ne priznaje antifašizam kao jednu od temeljnih odrednica Ustava Republike Hrvatske. U samo nekoliko dana nakon stupanja na dužnost novi je ministar kulture izjavio kako mu bavljenje medijima samo otežava posao, iako mu je zakonska obveza da skrbi i o medijskoj politici. Potom je pokušao politički diskvalificirati intelektualne rasprave na Trećem programu Hrvatskog radija, koji je u sklopu javnog medijskog servisa, a poslije toga je raspustio Povjerenstvo za neprofitne medije Ministarstva kulture, nakon samo šest dana provedenih na poziciji ministra.

Učinio je to mimo propisa, bez najave i objašnjenja te bez analize rada Povjerenstva, neistinito tvrdeći da je potreba za tim Povjerenstvom ionako prestala. Mandat Povjerenstva trebao je trajati do listopada ove godine do kada su njegovi članovi imali obvezu pratiti provode li mediji projekte za koje su im odobrena sredstva. Ministar je također izjavio da Ministarstvo kulture ubuduće neće financirati neprofitne medije, čiji je rad ionako sufinanciran minimalnim sredstvima, te je najavio „svoju“ medijsku politiku o kojoj nitko ne zna ništa.

U procesu pregovaranja o zajedničkom obnašanju vlasti Most je predstavio HDZ-u svoju program vezan za medije koji je sukladan programu HND-a i organizacija civilnog društva koje su se do sada najozbiljnije bavile tom temom i HDZ-a ga je prihvatio. Međutim, sve izjave i odluke na tom području u prvim tjednima zajedničkog obnašanja vlasti Domoljubne koalicije i Mosta u potpunoj su suprotnosti s prihvaćenim načelima slobode javnog izražavanja i neovisnosti medija. Naime, već opisano ponašanje ministra kulture prate neargumentirane harange nekih saborskih zastupnika Domoljubne koalicije koji javno tvrde da su mediji prepreka demokraciji, a sam gospodin Karamarko, koji je sada prvi potpredsjednik Vlade Republike Hrvatske, optužuje za harangu medije koji argumentirano iznose podatke o nedopustivom ponašanju ministara iz redova koalicije kojoj je na čelu, dok čelnike HND-a optužuje za „podmetanje“ jer u ime strukovne organizacije traže njegovu ispriku za napad na medije i demokraciju te smjenu ministra kulture.“ (<https://www.sibenik.in/hrvatska/hnd-sloboda-medija-pogorsala-se-dolaskom-domoljubne-koalicije-na-vlast/55174.html>)

U pismu je većinski objašnjen problem što se tiče raspuštanja navedenog povjerenstva i samim time ukidanja natječaja za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima, te posljedice koje taj postupak ima na slobodu medija ,

ali i javnost, no ukidanje bespovratnih sredstava ne znači nužno potpuno ukidanje i gašenje (ili svođenje na prosjački štap) neprofitnih medija kojih i Hrvatskoj većinu čine internetski portali koji su javnosti dostupni besplatno.

Narod.hr, čiji je izdavač udruga U ime obitelji, internetski je portal koji se navodi kao neprofitan medij. To je točna informacija, no kad se zagrebe ispod površine, dolazi do vidjela koliko su politički i ideološki interesi, ali i vlasništvo, o kojem ću pisati u nastavku rada, zapravo bitno za opstanak nekog medija te time i to koji će medij (u ovom slučaju portal) dobiti veće šanse za razvitak. Naime, portal H-Alter, kojem je nakladnik Udruga za nezavisnu medijsku kulturu i koji je također neprofitan, na svojim stranicama piše: „Poštovani čitatelji i čitateljice! Nakon teške financijske situacije u kojoj se većina neprofitnih medija našla u jesen 2016. godine, zbog ukidanja natječaja za bespovratna sredstva Ministarstva kulture, H-Alter je, kao i mnogi drugi mediji, stajao na klimavim nogama. To je bilo 2016. godine, ali obezvrjeđivanje rada neprofitnih medija i krivo informiranje o njihovom financiranju kontinuirano traje, jedna je od konstanti u našem društvu. Neprofitni mediji primorani su danas na projektno preživljavanje, a projektna logika – osim što sputava tematski i administrativno - ne ostavlja novinarstvu toliko važan prostor za istraživanje i vrijeme. Nesigurna budućnost ide u paketu s kratkotrajnim financiranjem, a to onemogućava profesionalno opstajanje i razvijanje medija. Stoga je H-Alteru kontinuirano potrebna podrška čitatelja i čitateljica.“ (<http://www.h-alter.org/stranice/podrzite-h-alter>) Portal je to objavio nakon što je bivši ministar kulture Zlatko Hasanbegović, ukinuo navedeni natječaj. Zanimljivo je da ovakav poziv u pomoć na stranicama portala Narod.hr nećete naći. Zašto? Portal je u vlasništvu druge čija je osnivačica Željka Markić, koja u svojim i u aktivnostima svoje udruge uživa podršku navedenog bivšeg ministra i na čiju se inicijativu³ prema nekim navodima Povjerenstvo i razriješilo. Ukoliko je ta informacija točna, ona potvrđuje to da neprofitni mediji, osim o trenutnoj vlasti, ovise i o vlasništvu, političkim i ideološkim vezama, kao i o financijskim.

³ „Ministar kulture **Zlatko Hasanbegović** je bez jasnog objašnjenja raspustio Povjerenstvo za neprofitne medije kojemu je mandat trebao isteći u listopadu 2016., piše [NI info](#). Brzopotezna je to akcija ministra nakon što je u utorak primio pismo Željke Markić iz udruge U ime obitelji, u kojem od Hasanbegovića traži "jasne kriterije i transparentan rad ministarstva" pri dodjeli financijskih sredstava udrugama civilnog društva i neprofitnim medijima, te ističe nezadovoljstvo dosadašnjim radom Stručnog povjerenstva Ministarstva kulture.“ (<https://www.crol.hr/index.php/politika-aktivizam/7375-hasanbegovic-razrjesio-povjerenstvo-za-neprofitne-medije>)

Željka Markić vlasnica je tvrtki Sermon i SermonCRO, koje godišnje ostvaruju milijunske prihode. A ona je samo jedna od članova udruge U ime obitelji koji se nalaze u zavidnoj financijskoj situaciji.

Jedan od takvih ljudi je i Dražen Vukotić, o kojem se ne može naći puno informacija, no ono što se može naći je da je on predsjednik udruge te CEO i jedini član tvrtke Superius idea d.o.o., osnovane 2013., kad se osnovala i udruga. Kao svoju glavnu djelatnost tvrtka navodi računalno programiranje, a njeni godišnji prihodi iznose po nekoliko stotina tisuća kuna. (

<https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/superius-idea/Detaljno/544500>)

Dražen Vukotić je također 2015. na donatorskoj večeri udruge predstavio portal Narod.hr te se na njemu navodi kao autor, mada nema niti jednog njegovog članka. Istaknuti član udruge je i Krešimir Planinić, čije odvjetničko društvo također bilježi milijunske iznose. Uglavnom, uz takvu financijsku potporu portal Narod.hr će se sigurno još neko vrijeme zadržati na medijskoj sceni te promicati ideološke ciljeve svojih osnivača i njihovih istomišljenika ili suradnika, dok je H-Alteru na primjer opstajanje maksimalno otežano, dok je 2013. bio prvi na listi rezultata Natječaja za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima. Portal je trenutno na volonterskom načinu rada.

Neprofitni mediji pak nisu jedini nad kojima vlast vrši pritisak. Javni mediji također ovise o tome tko je trenutno na vlasti u zemlji dok oni komercijalni ipak više ovise, kako se i da zaključiti iz njihova naziva, o oglašivačima i čitanosti, a i o vlasnicima. Tako je u vrijeme spomenute vlasti i na HRT-u, kako je već navedeno, došlo do određenih sadržajnih i strukturalnih izmjena. „Autocenzuru i pritiske, ističe Macan, teško je izbjeći ako ne postoji upravljačka struktura koja jamči da i oporba i javnost imaju svoj utjecaj na kontrolu objektivnosti, podjednak onome vladajućih. Politiku, kaže Macan, najviše zanima informativni program HTV-a, pogotovo središnji Dnevnik jer je nekada bio najutjecajnija emisija. Iako su sada, naglašava, komercijalne televizije u prednosti. Utjecajem na HTV, uza sve ostale medije i društvene mreže, ne može se 'kontrolirati' izvještavanje i njegov sadržaj, no javnost, kaže Macan, može biti uskraćena za kvalitetu i širinu koju može jamčiti samo javni servis zbog svog načina financiranja, broja novinara i programa kojima raspolaže. Javni servis bi uvijek, naglašava, iako to u Hrvatskoj često nije slučaj, trebao prednjačiti u kvaliteti programa.

"I taj prostor kvalitete i profesionalnosti treba pokušati sačuvati koliko god možemo jer u ovo vrijeme krize, kada svi mediji zbog financijskih poteškoća smanjuju kriterije kvalitete, javni servis ostaje jedino mjesto na koje se ne bi trebalo moći utjecati bilo novcem od reklama - što je čest i efikasan slučaj pritiska na komercijalne medije - bilo politikom. Upravo zbog jedinstvenog načina na koji se financira, od svih građana, takav i program mora biti objektivan i profesionalan za sve građane", zaključuje Macan.“

(<http://balkans.aljazeera.net/vijesti/javni-mediji-nisu-servis-vlasti>)

Iz ovog citata vidljivo je nezadovoljstvo trenutnim stanjem javnih medija, te je upravo isticanjem onog što bi oni trebali biti pokazano kako su stvari u praksi bitno drugačije i to ne samo u vrijeme mandata Vlade koja bez prikrivanja i previše promišljanja pokušava ograničiti medijsku slobodu. Brojni su tekstovi o položaju medija u vremenu tijekom i nakon domovinskog rata, za vrijeme mandata Franje Tuđmana te određen broj novinara uspoređuje tadašnju situaciju (cenzuru, autocenzuru, poticanje domoljubnog sadržaja) sa onom 2016.

Također, i nakon za Hrvatsku turbulentnih devedesetih, pokušaji da se ovlada medijskim prostorom nisu prestali. Naime, 2008. (tijekom Vlade na čelu s Ivom Sanaderom) ugašen je Feral Tribune, političko-satirički tjednik koji je „oštrim satiričkim i kritičkim pisanjem o politici hrvatske vlasti i političkih stranaka, o ratnim zločinima i korupcijskim aferama, izazivao žestoke reakcije vlasti i bio predmet stalnih pokušaja gašenja (sudskim tužbama i poreznim nametima).“

(<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=69428>)

Sam tjednik je i nastao kao reakcija na prethodno uplitanje vlasti u strukturu Slobodne Dalmacije: „Tijekom pretvorbe i privatizacije, nekoć uspješnu izdavačku kuću 'Slobodna Dalmacija', koja je po nakladi istoimenog dnevnog lista parirala moćnoj konkurenciji iz Zagreba, tadašnja vlast predala je u ruke Miroslavu Kutli⁴. U znak protesta protiv novog vlasnika, Ivančić, Lucić i

⁴ „Miroslav Kutle je hrvatski poduzetnik kojeg je javnost proglasila najnegativnijim simbolom tzv. Tuđmanove privatizacije. Sredinom devedesetih je bio vlasnik brojnih velikih hrvatskih poduzeća i jedan od najvećih privatnih poslodavaca. 2000. godine je završio u pritvoru, a od tada se protiv njega vodi dvadesetak sudskih procesa. U međuvremenu je odselio u Bosnu i Hercegovinu jer, kako sam kaže, u Hrvatskoj nije imao preduvjete za zaštitu osnovnih ljudskih prava, a to su pravo na pravedno suđenje i na zaštitu od politički montiranih procesa. [...]1993. godine je za 3,7 milijuna njemačkih maraka kupio 37 posto dionica Slobodne Dalmacije koje su bile u vlasništvu Splitske banke. Dionice je kupio bez javne ponude, kreditom koji je dobio u Splitskoj banci. Pohod na medijske kuće nastavlja vlasništvom nad postajom Radio Dalmacije, TV Marjan. Medijski imperij je proširio kupnjom odjela na

Dežulović dali su otkaz i s posuđenim novcem pokrenuli vlastitu novinu.“
(<https://www.express.hr/life/gazili-ih-i-progonili-tu-man-zbog-njih-nije-mogao-spavati-16448>)

Nagrađivana novina spomenutih autora međutim, kako je vidljivo iz navoda, nije pak ugašena isključivo zbog političkog pritiska. Financijska situacija uzrokovana manjkom oglašavanja rezultirala je prvo pregovorima s Europapers Holdingom, koji su propali i s kojima i danas jedan od novinara, Boris Dežulović, nije u dobrim odnosima. Situaciju s ovim listom između ostalog spominjem jer će poslužiti kao dobar početak analize idućeg aspekta što se tiče medijske slobode, a to je vlasništvo.

Kratkotrajnu i neslavnu Vladu Tomislava Oreškovića, kada je ministar kulture bio spomenuti Zlatko Hasanbegović navodim kao primjer iz razloga što smatram da su medijske slobode ipak u to kratko vrijeme bile najviše pod otvorenim, ali i prikrivenim pritiskom. Ipak, sam je nekadašnji kandidat za premijera Hrvatske, a u Oreškovićevoj Vladi prvi potpredsjednik, izjavio: „Svatko će u kući moći misliti što hoće, ali javno morat će poštivati temeljne vrijednosti hrvatske države: Domovinski rat, branitelje, naše poginule, Franju Tuđmana i Gojka Šuška.“ (<http://www.politikaplus.com/novost/102614/seselj-kritizirao-karamarka-on-je-udbin-prestolonasljednik>)

Takva praksa se ipak nije primijenila, no postupci koje je tadašnja vlast pokrenula imaju svoje posljedice i danas, budući da se politika nerješavanja problema u medijima od strane vlasti nastavila primjenjivati do danas, bez obzira na vidljivo kriznu situaciju koju kritiziraju brojni unutar i izvan struke, a koju potiče i privatizacija tiskanih i elektroničkih medija, bili oni javni, komercijalni ili neprofitni.

Obiteljskom radiju, OTV-u i nekadašnjoj TV Mreži.“ (<https://www.biografija.com/miroslav-kutle/>)

2.2. MEDIJI, VLASNIŠTVO I OGLAŠAVANJE

Pri kraju prethodnog odlomka navela sam odnos novinara Borisa Dežulovića prema tvrtci Europapers Holding, sadašnjoj Hanza Mediji i njenom tadašnjem, sada pokojnom vlasniku Marijanu Hanžekoviću. Hanza Media je vlasnik Slobodne Dalmacije d.d., koja je nakladnik istoimenim listu i koja je morala platiti odštetu zbog Dežulovićevog teksta „Za njih bi bilo bolje da Bog ne postoji“, u kojem je pojedince koji su Paradu ponosa u Splitu 2012. i njene sudionika optužili za skretanje pažnje policije od slučaja nestale Antonije Bilić, nazvao gnjidama, nakon čega je isti dobio otkaz, čime se dijelom može objasniti njegov negativan stav prema Hanžekoviću, no problem nije samo u gubitku posla, više je u onome što je samom otkazu prethodilo i o čemu sam Dežulović piše u otkaznom pismu: „Otkaz suradnje u Slobodnoj Dalmaciji nije mi prvi takav u životu: kad su mi, međutim i primjerice, Nezavisne novine iz Banje Luke prije nekoliko godina na sličan način otkazale suradnju, glavni urednik je bio barem toliko pošten da otvoreno kaže kako je razlog raskida moje vrijeđanje predsjednika Republike Srpske Milorada Dodika. Najzad, legitimno je pravo vlasnika i sloboda glavnog urednika da politički i društveno pozicioniraju novine koje posjeduju, odnosno uređuju. Od teoretske mogućnosti da moj otkaz predstavlja pozicioniranje Slobodne Dalmacije na desno krilo i početak pripremanja terena za povratak HDZ-a na vlast, gora je stoga samo ona po kojoj odšteta za ‘gnjide’ nije tome otkazu povod, nego stvarni razlog. I u prvom i u drugom slučaju, međutim, upadljiv je izostanak redakcije i glavnog i odgovornog urednika iz svake korporativne komunikacije. Za mene kao novinara to je barem jednako znakovito koliko i uvredljivo; za vas kao korporaciju, očito, uobičajeno. Istina, nije se tome mudro čuditi: meni su novine prvi i jedini posao u životu, vama su one četvrti ili sedmi, nakon odvjetničkog ureda, utjerivanja ovrha, kartičnog poslovanja ili farmaceutske industrije, posao kao svaki drugi. Vama je, da se ne zajebavamo, važan jedino profit, vi novine štampate samo i isključivo radi novca, dok meni postoji nekoliko prilično važnijih stvari: ja jednostavno ne pišem samo zbog plaće.

Vama je, recimo, ugled holdinga tek jedan od naplativih dioničkih udjela, pokretna imovina tvrtke, a meni je ugled sve što imam. Vi tako osim ugleda korporacije imate i njene nekretnine, zgrade, strojeve, opremu, automobile, račune, dividende, zlatne kartice i zlatne dionice, dok ja osim ugleda – kakvog-takvog, ali mog – na svoje ime u Poreznoj upravi nemam upisano baš i savršeno ništa.“ (<https://www.telegram.hr/politika-kriminal/boris-dezulovic-u-pismu-koje-svi-citiraju-dao-otkaz-kao-kolumnist/>)

U pismu je oprimjeren međuodnos, suradnja politike i krupnog kapitala, u kojem bi politiku ipak proglasila naivnim igračem koji će, naravno, imati korist od poduzetnih ljudi poput Hanžekovića - koji je između ostalog, kako je sam rekao u emisiji „Nedjeljom u 2“, izmislio posao ovrha HRT-a, kada je usluge ponudio bivšem ravnatelju Mirku Galiću – no sigurno da će navedeni profitirati od dobrih odnosa sa vrhovnom vlasti više nego što će ona profitirati od njega – jer bez obzira na pritisak i cenzuru, uvijek će postojati koliki toliki otpor prema vlasti koja ignorira vlastiti Ustav te ne zadovoljava kriterije demokratske države iz osobne koristi – što su upravo osobine koje i velikim poduzetnicima i oportunistima poput Hanžekovića i treba iz dva razloga: prvi je što takva vlast treba upravo ljude koji su u mogućnosti kupiti najpopularnije i najveće medije u kojima će onda propagirati politiku vlasti koja će im omogućavati ostvarenje daljnjih poslovnih interesa, a drugi je što je takva vlast podložnija utjecaju ekonomskih moćnika budući da vlastite interese stavlja ispred interesa naroda. Također mediji nisu neovisni od oglašivača koji su jedan od, a vjerojatno i najvažniji izvor prihoda. A kako iste treba i privući prvenstveno brojem publike, sve više i više medija podliježe objavljivanju manje ozbiljnog političkog i kritičkog sadržaja, a više temama koje se može svesti pod pojmove *infotainment* i *infomercial*. „*Infotainment* je složenica koja u sebi jasno spaja pojmove informacija (information) i zabava (entertainment), te se često prevodi kao info-zabava ili informacijska zabava. Opseg definiranja značenja riječi *infotainment* kreće se u rasponu između dva prepoznatljiva modela. S jedne strane tvrdi se kako je riječ o fenomenima ozbiljnih informacija koje su medijski posredovane na zabavan način.

Drugi vid interpretacije pridaje ovom terminu značenje prema kojem su to zabavni, spektakularni sadržaji koji pronalaze svoje mjesto u medijskim formatima poput vijesti, čime se prikazuju kao niz relevantnih i važnih informacija. [...] *Infomercial*, s druge strane, predstavlja spoj informacije i komercijalne promidžbe, to jest proces stvaranja informacije prijemčive za komercijalni interes, što u konačnici vodi ka sve aktualnijoj perspektivi – medijski sadržaj i društveno relevantne informacije postaju tek rubni okvir za reklamno oglašavanje i stvaranje profita. Dio je to šireg konteksta tzv. „zabavljačke ekonomije“ u kojoj „dolazi do stapanja poslovanja i zabave, tako da Z-faktor postaje glavni aspekt poslovanja (Kellner, 2008: 264)). Svjedočimo tako paradoksalnim situacijama u kojima čak i oni medijski sadržaji koji su tradicionalno (to jest donedavno) bili izdvojeni iz fokusa trivijalnog marketinga, poput visoke politike, religije ili znanosti, ili provučeni kroz konceptualne matrice *infotainmenta* i *infomerciala* postaju učinkovito marketinško-oglašivačko oruđe i faktor generiranja profita.“ (Hromadžić: 2014: 8)

Što se tiče infotainmenta, osobno sam sklonija drugom navedenom vidu jer smatram da se u medijima sve češće površan medijski sadržaj predstavlja kao relevantan u svrhu privlačenja što veće publike koja ne bi pokazala isti interes niti volju za informacijama koje obiluju ozbiljnim sadržajem. Možda je najbolji primjer u posljednje vrijeme što se Hrvatske tiče medijsko praćenje aktivnosti predsjednice Kolinde Grabar- Kitarović, od događaja na premijeri Labudeg jezera kada se zajedno s plesačima naklonila publici preko pojavljivanja i „nastupa“ na Svjetskom prvenstvu u nogometu, do najrecentnijeg – intervju za austrijski *Kleine Zeitung* u kojem je iznijela niz po svemu sudeći netočnih informacija o bivšoj Jugoslaviji i životu u toj državi što je izazvalo još jedan val medijskih reakcija koje su taj događaj učinili važnijim nego što on doista jest, naravno, sve u svrhu čitanosti, gledanosti ili slušanosti koja će osigurati dodatnu privlačnost oglašivačima koji kupuju medijski prostor onih medija za koje znaju da će njihov proizvod najbolje predstaviti. Ovdje sam sadržaj nije problem koliko je problem upravo njegova prezentacija, spektakularizacija koja ne prolazi bez širih društvenih posljedica koje pak imaju povratan učinak na medijski sadržaj.

Naime, medijsko izvještavanje nikad nije jednosmjernan proces. „Mediji su samo jedan, istina vrlo važan, sistemski čimbenik definiranja i konstruiranja socijalne zbilje koje je u strukturalnom, uzročno – posljedičnom odnosu s drugim (političkim, ekonomskim, kulturalnim, itd.) akterima istog tog procesa. Pritom se nezahvalno upuštati u raspravu što čemu prethodi, a što je čega posljedica. Izvjesno je da mediji, u velikoj većini slučajeva, pronalaze barem minimalno uporište u činjenično – društvenoj zbilji prilikom konstruiranja svojih sadržaja/tekstova, ali i da tako ustrojeni medijski narativi potom imaju utjecaj na daljnje transformacije oblička događanja na koja se referiraju, što se potom ponovo, poput spirale, vraća samim medijima i služi kao polazište za sljedeća definiranja i konstruiranja socijalne realnosti.“ (Hromadžić: 2014:23)

Izvještavanje o javnim osobama i njihovim istupima pritom ne smatram irelevantnima, no svakako smatram da im je dan prevelik prostor nauštrb važnijih informacija. Ovakav tip sadržaja karakterističan je za komercijalne medije, (kakav je na primjer RTL Televizija koja obiluje zabavnim sadržajem poput sapunica i reality showova, brojnim reklamama...čak su i vijesti ispunjene zabavnim sadržajem pretpostavljam po uzoru na inozemne vijesti koje izvještavaju o psima koji voze skateboard i sličnim stvarima) koji publiku vide kao potrošača, no nisu ih lišeni niti javni i neprofitni, pogotovo ovi drugi, budući da su oni ipak više pod utjecajem svojih vlasnika, urednika, ali i oglašivača koji možda neće tolerirati politički ili ideološki riskantan sadržaj koji bi im smanjio medijski prostor, te ugrozio popularnost i profit. No ne igra samo medijski sadržaj ulogu u uspješnosti nekog medija. Udio ima naravno i publika.

John Street piše o pogledu kulturalnih studija na medije i medijske publike: „Dakako, predodžba da mediji proizvode podražaj koji rezultira akcijom i stavovima često se dovodi u pitanje. Primljene i prilagođene „poruke“ nisu proizvod samih medija; oni rasprostranjuju simbole i znakove koji zahtijevaju interpretaciju. Gamson i Modigliani (1989., 2) govore, primjerice, o pojedincima koji daju smisao... Pojedinci u proces oblikovanja značenja unose svoju životnu prošlost, socijalne interakcije i psihološke predispozicije. Entman (1993., 53) govori o 'interakciji teksta i primatelja'. Taj pomak mnogo zahvaljuje argumentaciji koju je iznio Stuart Hall (1980. 53), koji tvrdi da naglasak na interpretaciji 'obećava da će raspršiti preostali biheviorizam koji tako dugo progoni istraživanje masovnih medija , posebno u dijelu koji se tiče sadržaja. [...] Pišući o vlastitom iskustvu u istraživanju televizijske publike,

David Morley (1977., 77) tvrdi: ' Medijska komunikacija mora se uklopiti u polja osobne i institucionalne komunikacije na kojima ljudi koji čine publiku postoje i kao birači, kućanice, radnici, trgovci, roditelji, roleri ili vojnici. Sve te institucije, sve te uloge u kojima se ljudi nalaze, proizvode poruke koje se sijeku s medijskim porukama'“ (Street: 2003: 81,83)

2.3 MEDIJI I IDEOLOGIJA

Uloga publike dovodi do posljednjeg odlomka koji će se ticati medija i ideologija čiji su dio kao što je to i publika koja prima, interpretira i reproducira informacije koje dobiva od njih i koja je pojavom novih tehnologija čiji je Internet zajednički nazivnik, pronašla prostor da izrazi svoju aktivnost unutar procesa proizvodnje informacija. Prednost Interneta pred drugim medijima je u tome što je široko dostupan, više od tiska ili bilo kojeg drugog elektroničkog medija, a i u tome što je korištenje njega kao medijske platforme najjeftinije. Širenjem njegove uporabe u prvom desetljeću dvadeset prvog stoljeća, razne medijske kuće uvidjele su potrebu za širenjem na tu platformu pa su krenule pokretanjem portala koji bi im omogućili veću čitanost. No nisu samo one uvidjele korist od takve platforme, pa su tako razne udruge krenule s pokretanjem vlastitih novinarskih portala iz raznolikih razloga - od nezadovoljstva već ponuđenim medijskim sadržajem od strane i novinara i publike, pa sve do čiste samopromidžbe.

U uvodu sam spomenula kako su neprofitni mediji na području Hrvatske najčešće upravo news portali te ću se na njih bazirati kad pišem o odnosu medija i ideologije jer smatram da je ona upravo na njima najvidljivija, što zbog ovisnosti o čitateljima koje takav sadržaj, uz infotainment najviše zanima - to jest koji pridonosi čitanosti i profitu koji ima očitu glavnu ulogu - bila ona dobra ili loša - u svakom odnosu medija s onim što ga medijem i čini (barem u hrvatskom slučaju, o kojem i pišem) - zbog čega na kraju krajeva ona u medijima i je toliko prisutna, što zbog mogućnosti povratnih informacija o vlastitim stavovima tih istih čitatelja ali i zbog toga što mogućnost kritike najveća upravo na takvoj platformi. Ideologiju kao takvu, da budem što jasnija, ne može se izbjeći ako taj izraz ne shvaćamo u širokopopularnom negativnom smislu, kao nešto što se nameće odozgo, protiv naše volje, kao da oni koji ju potenciraju nisu i sami u nju uronjeni. No riječ je o njenom iskorištavanju kao polja sukoba u vlastitu korist - bila ona opet ideološka ili komercijalna.

Koncentrirat ću se u analizi na portale malo ozbiljnijeg i svjetonazorski opredjeljenijeg sadržaja, koje zbog toga opet nemaju publiku poput novina, televizije, ili nekih drugih portala namijenjenih "prohodnijem" sadržaju, ali ona nije ni tako mala, pogotovo u današnjoj društveno, ideološki, politički i ekonomski kriznoj situaciji u Hrvatskoj. Portale takvog sadržaja sam odabrala kao predmet analize jer je na njima najviše vidljivo na koliko se različit način može pisati o istim temama (ovisno o ideologiji unutar koje ovi ili oni djeluju), što i je jedna od kvaliteta novinarstva, kada se tema obrađuje kvalitetnim i provjerenim argumentima, što počesto nije slučaj kod određenog broja portala o kojima ću pisati. Kako je u Hrvatskoj u posljednjih nekoliko godina vidljiva (istina, vidljiva je od samog nastanka države prije nešto manje od trideset godina, no konstantno nestabilna vlast i ekonomija dodatno su potencirale) polarizacija ljevice i desnice, to se i odrazilo u pokretanju lijevo i desno orijentiranih portala poput Dnevno.hr, Narod.hr, Direktno.hr, koji pripadaju desnom spektru, dok će s druge strane biti oni „lijevi“: Bilten.org, Forum.tm, te Lupiga i H-Alter (koji su ujedno i četiri portala koja su 2013. dobile najviše sredstava od spomenutog Natječaja za dodjelu bespovratnih sredstava neprofitnim medijima) kao predstavnika neprofitnih news portala i stanja u kakvom se takav medij nalazi što se tiče slobode izražavanja.

Kad koristim izraze „lijevi“ i „desni“ mislim na navedenu svjetonazorsku orijentaciju, odnosno desni su oni koji potiču i vrednuju tradicionalne i konzervativne ideje, one čiji sadržaj dobrim obuhvaća religijske, nacionalističke, obiteljske teme te su skloniji desnim političkim strankama, dok su lijevi oni liberalnijih stavova, koji nisu toliko blagonakloni prema institucijama poput Crkve i države te tradiciji suprotstavljaju promjenu. Portale ne bih svrstavala i prema političkim sklonostima, čisto iz osobne procjene kako su i jedni i drugi prestali biti (ili bar tako tvrde) skloni ijednoj trenutno postojećoj, a pogotovo vladajućoj političkoj stranci, što i ne čudi s obzirom na trenutnu labilnost vlasti. Osim toga, zajednička im je i izrazita kritičnost ne samo prema portalima, nego općenito prema medijima i javnim osobama suprotnog svjetonazora, koja nerijetko prelazi granice profesionalnosti i s jedne i s druge strane što je jedan od glavnih problema unutar struke. Ipak, iako korištenje portala kao platforme ima svojih prednosti, ima i mane kao što su i povećanje konkurencije te već spomenuta ovisnost o oglašivačima i poticajima, povećanje broja i brzine informacija koje rezultira smanjenjem kvalitete, te čisto kopiranje članaka i izvještaja kojima je uglavnom izvor HINA (Hrvatska izvještajna novinska agencija). Takvo puko izvještavanje najčešće se događa kad se izvještava o

nečemu što svjetonazorski određenom portalu ne odgovara, na primjer kada je ratificirana Istanbulska konvencija, narod.hr, koji je bio jasno i izrazito protiv ratifikacije, je samo prenio HINA-in izvještaj, no prije same ratifikacije se dosta okomio na udruge, građane i medije suprotnih stajališta te je više pisao o njima, nego o samoj problematici konvencije.

Ovi specifični portali ne obiluju zabavnim sadržajem (iako nije da ga nema), najistaknutije vijesti na njihovim naslovnica ne će biti nešto poput vjenčanja u britanskoj kraljevskoj obitelji, razvodu poznatog glumačkog para ili 10 načina kako prepoznati sviđate li se nekome, iako će takvi članci počesto biti oni najčitaniji. Sadržaj ovih portala puno je više političke, ekonomske i svjetonazorske prirode. Razlog tome leži djelomice u društvenoj atmosferi u Hrvatskoj ili možda prethodno navedenoj strukturi osjećaja.

„ I upravo u tome smislu umjetnosti nekog razdoblja, postavljene da tako uključuju karakteristične pristupe i tonove u raspravi, imaju izuzetno važnu ulogu. Jer upravo će u njima, prije nego igdje drugdje, spomenute karakteristike najvjerojatnije biti izražene; dakako, počesto ne svjesno, nego kroz činjenicu da je upravo u njima , u jedinim primjerima zabilježene komunikacije koja je nadživjela svoje nositelje, sabran stvarni osjećaj života, duboko zajedništvo koje komunikaciju čini mogućom.

Ne mislim pritom da brojni pojedinci koji čine zajednicu svi redom posjeduju istu strukturu osjećaja ili društveni karakter. No, ipak smatram da je riječ o izuzetno dubokoj i širokoj zastupljenosti, u svim stvarnim zajednicama, budući da je upravo to preduvjet komunikacije.“ (Williams u Duda:2006: 41) Kad bi pojam umjetnosti zamijenili pojmom medija, mislim da bi se dosta pojasnila današnja situacija u svijetu, pa tako i u Hrvatskoj za koju se slobodno može reći da se u većini javnih polja nalazi u nezavidnoj situaciji, no ovdje je riječ o svjetonazorskim pitanjima jer su upravo ona ta koja izazivaju najviše konflikta, i to ne bez razloga, što opet ima veze i s publikama i sa vlasti i s vlasništvom, vlasništvom kojem ti konflikti odgovaraju jer su im u osobnom ili poslovnom smislu korisni.

Na primjer, navedeni narod.hr u vlasništvu je udruge U ime obitelji, čija je glavna osnivačica Željka Markić. Portal je pokrenut nakon referenduma o braku tadašnje još inicijative U ime obitelji u veljači 2014. godine. Nakon uspješno provedenog referenduma, udruga je zaključila kako bi bilo korisno imati platformu koja bi pomagala u njenom daljnjem radu. Kako se zalažu za

vrijednosti poput nacije (ipak se portal zove Narod, što je također više oblik manipulacije riječima nego prikaza stvarnog cilja i vrijednosti), religije, obitelji, tradicije, itd., tako je sadržaj tog portala prvenstveno namijenjen promicanju tih vrijednosti ili sustavnom blaćenju onih koji zastupaju suprotne vrijednosti. Naravno, u toj vrsti kritiziranja rivalskih medija (ali i javnih osoba malo drugačijih vrijednosti) koja graniči s vrijeđanjem ovaj portal nije osamljen, to je karakteristika i ostalih portala, razlika je samo u intenzitetu.

To se ne odnosi na one koji ipak ostaju u granicama profesionalnosti, a osobno, mislim da su to ipak više oni lijevo orijentirani, prvenstveno iz upravo ideoloških razloga. Kako pojašnjava Helena Popović u članku za H-Alter "Desni ideološki spektar, zagovornici neoliberalne agende, nezadovoljni su smanjenjem profita što karakterizira komercijalni sektor, a posljedica je većeg broja medija, fragmentacija publika te smanjenja prihoda od oglašivača. Oni će rješenje vidjeti u daljnjoj (de)regulaciji koja će ići na ruku privatnim, profitno orijentiranim medijima. Lijevi će ideološki spektar, pak, biti nezadovoljan dominacijom komercijalne logike i nestankom javno orijentiranih medija, te će inzistirati na državnoj regulaciji koja otvara prostor za djelovanje javnih medija." (<http://www.h-alter.org/vijesti/o-rastucoj-drustvenoj-vaznosti-javnih-medija>)

Ne želim reći da se desni portali posebno koncentriraju na ovakav oblik izvještavanja, no sigurno ga ni ne izbjegavaju kada to mogu te osobno mislim da si tako narušavaju integritet, što je upravo ono na što bi online novinarstvo trebalo posebno paziti. Naime, u odnosu na starije oblike medija kao što su novine, radio ili televizija, online novinarstvo je puno osjetljivije u smislu da je provjerljivost točnosti informacija koje prenose puno lakša. Internet omogućava da samo pomoću nekoliko klikova provjerimo koliko je opširno, točno ili objektivno ono što portali koje čitamo prenose. Također, publika je puno veća s obzirom da su ti portali dostupni bilo kome s pristupom Internetu te je mogućnost povratnih informacija od strane publike puno veća nego kod tiskanih ili drugih elektroničkih medija pa se povećava mogućnost da se nekvaliteta, proizvoljnost ili neistinitost određenog članka dodatno uveća. To što upravo ovakvu vrstu članaka određena publika traži ne bi trebalo biti previše relevantno. Julia Cage u svojoj knjizi „Spasavanje medija“ jedan odlomak naslovljava s „Mediji nisu roba“, što nije samo stajalište autorice već i činjenica. Ili je bar bila. No u svakom slučaju, koliko mi je poznato, novinarstvo ne spada pod trgovačku djelatnost, pa se stoga ne bi trebalo podvrgavati zakonima ponude i potražnje.

No to naravno nije krivnja samo novinara ili platforme. Tu se vraćam na pitanje vlasništva- ono je to koje na kraju krajeva kreira politiku nekog medija, koja pak ne mora uvijek biti prisilna. Na kraju krajeva, ovako jasna podjela te razlikovanje u sadržaju jasno pokazuje novinaru za koga će htjeti, a za koga neće htjeti pisati. Sigurno nema scenarija u kojem će Boris Dežulović pisati za Dnevno.hr ili u kojem će Zvonimir Hodak pisati za Lupiga. U čemu je vidljiva i naznaka, usprkos stanju, očuvanja integriteta novinarstva i s jedne i s druge strane.

No ni to očuvanje ne bi na žalost bilo moguće bez bar neke financijske potpore. Jednostavno tko ima, može, tko nema, isto može, ali teško i vjerojatnije da će u jednom trenutku morati propasti i mislim da je poprilično jasno tko su jedni i drugi s obzirom na navedene uvjete: vlast, vlasništvo, oglašavanje, ideologiju, ali zapravo je problem to što itko uopće većinski ovisi o financijskom stanju.

McChesney kaže: „Velika obrana kapitalizma kao ekonomskog sistema koji najbolje odgovara demokratskoj vladavini i političkoj slobodi koju su iznosili Milton Friedman i drugi bazira se na tome da je privatni sektor konkurentski i neovisan o državi, pa stoga nudi jedan autonoman i povremeno suprotstavljen izvor moći. Kako to dokazujemo u ovom poglavlju, ta zamisao o kapitalizmu i demokraciji eksplodirala je kao prvoaprilska cigara. Bez želje da se podcjenjuje ili uzbunjuje, teško je ne uočiti da se ono što nastaje približava klasičnoj definiciji fašizma: država i velike korporacije rade ruku pod ruku kako bi promovirali korporativne interese, a država je zaokupljena militarizmom, tajnošću, propagandom i nadzorom. U takvom okruženju, politička sloboda je u opasnosti.[...] ... ako informativni mediji trebaju biti institucija koja štiti javnost od tajnih dogovora između velikog biznisa i države, osobito od vrlo velike države nacionalne sigurnosti, onda se njezina postojeća industrijska struktura doima upravo suprotnom od onoga što je potrebno.“ (McChesney:2013:218,225)

Utjecaj kapitala na ideologiju vidljiv je i na primjeru Michaela Ljubasa koji je svojevremeno bio vlasnik Elektroprometa te portala Dnevno.hr , Dnevno.ba te Dnevno.rs kojima je zajednički izdavač bio Portaldnevno.hr. Zanimljivo je što je Dnevno.hr često na udaru zbog povezivanja s hrvatskim desnim ekstremizmom, dok se Dnevno.rs veže za srpski desni ekstremizam, što na prvi pogled izgleda paradoksalno, dok na drugi jasno pokazuje podložnost sadržaja profitu. Primjer izvještavanja o „ekscesu“ hrvatskog nogometaša Josa Šimunića na utakmici kad je nakon zgoditka uzvikivao ustaški pozdrav „Za dom“, dok je dio navijača odgovarao sa „Spremni“ najbolje opisuje o čemu je riječ: „Kada je Josip Šimunić skandirao ‘Za dom’ na maksimirskom stadionu, srpska verzija portala pisala je o ‘skandaloznom ponašanju Šimunića’, dok je hrvatska verzija pisala o tome kako ‘srpski mediji izvještavaju o ustaškom piru na Maksimiru’.“

[\(https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-svadi-sami-sa-sobom-srpska-verzija-hrvatska-pisanje-srpskih-medija/858919/\)](https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-svadi-sami-sa-sobom-srpska-verzija-hrvatska-pisanje-srpskih-medija/858919/) [HYPERLINK "https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-svadi-sami-sa-sobom-srpska-verzija-portala-dnevno-osuduje-nase-navijace-a-hrvatska-pisanje-srpskih-medija/858919/"](https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-svadi-sami-sa-sobom-srpska-verzija-portala-dnevno-osuduje-nase-navijace-a-hrvatska-pisanje-srpskih-medija/858919/) [HYPERLINK "https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-svadi-sami-sa-sobom-srpska-verzija-portala-dnevno-osuduje-nase-navijace-a-hrvatska-pisanje-srpskih-medija/858919/"](https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-svadi-sami-sa-sobom-srpska-verzija-portala-dnevno-osuduje-nase-navijace-a-hrvatska-pisanje-srpskih-medija/858919/) [HYPERLINK "https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-svadi-sami-sa-sobom-srpska-verzija-portala-dnevno-osuduje-nase-navijace-a-hrvatska-pisanje-srpskih-medija/858919/"](https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-svadi-sami-sa-sobom-srpska-verzija-portala-dnevno-osuduje-nase-navijace-a-hrvatska-pisanje-srpskih-medija/858919/)

Medijski sadržaj ovakvog tipa, koji se sustavno okomljuje na ideološke neprijatelje svakako odgovara onima koji se stvaranjem javnog konflikta žele okoristiti, no za novinarstvo je trajno štetno upravo iz razloga kojeg spominje McChesney, a koji je naveden ranije u radu- mediji bi trebali štititi javnost, a rade upravo suprotno potičući javne sukobe koji sustavno potenciraju društvenu nestabilnost.

No ovakva medijska situacija ipak sigurno nije nastala tek pojavom Interneta i definitivno se ne odnosi samo na portale.

Već je Stuart Hall 1973. u eseju „Kodiranje i dekodiranje u televizijskom diskursu“ pisao o profesionalnome kodu, samo u kontekstu televizije: „Kada gledatelj, na primjer, iz televizijskih vijesti ili emisije o tekućim zbivanjima uzima konotativno značenje izravno te dekodira poruku u smislu referentnoga koda u kojem je bila kodirana, možemo reći kako gledatelj djeluje unutar dominantnoga koda. To je idealno-tipični slučaj 'savršeno transparentne komunikacije' - ili najbliže što joj se 'zapravo' može doći. Unutar toga možemo razlikovati pozicije proiznikle iz profesionalnoga koda. To je pozicija (proizvedena onime što bismo možda trebali odrediti kao djelovanje 'metakoda'), koju zauzimaju profesionalni voditelji kada kodiraju poruku koja je već bila označena u hegemonijskom načinu. Profesionalni je kod 'razmjerno neovisan' o dominantnom kodu, po tome što primjenjuje vlastite kriterije i transformacijske operacije, posebno one tehničko-praktične naravi. Profesionalni kod, međutim, djeluje unutar 'hegemonije' dominantnoga koda. Doista, njegova je zadaća da reproducira dominantne definicije upravo stavljajući u zagrada njihovu hegemonijsku kvalitetu te operiraju umjesto toga s izmještenim profesionalnim kodiranjima koji ističu u prvi plan takva naizgled neutralno-tehnička pitanja kao što su vizualna kvaliteta, novosti, vrijednosti prezentacije, televizijska kvaliteta, 'profesionalizam' i tako dalje. Hegemonijske interpretacije, recimo, sjevernoirске politike, čileanskoga državnog udara ili Zakona o industrijskim odnosima, uglavnom stvaraju političke i vojne elite: osobit izbor prezentacijskih prigoda i formata, izbor osoblja, izbor slika, postavljanje rasprava, izabiru se i spajaju putem djelovanja profesionalnoga koda. Kako su televizijski profesionalci u stanju raditi s vlastitim 'razmjerno autonomnim' kodovima, kao i djelovati na takav način da reproduciraju (ne bez protuslovlja), hegemonijsko označavanje događaja složeno je pitanje koje se ne može ovdje opširnije razrađivati. Morat ćemo se zadovoljiti zaključkom da su profesionalci povezani s elitama koje definiraju, ne samo putem institucionalne pozicije samoga emitiranja kao 'ideološkoga aparata', nego također putem strukture pristupa (to jest, sustavnoga 'viška pristupa' biranoga elitnoga osoblja i njihove 'definicije situacije' na televiziji).“

Ono što pojavom Interneta dodatno daje privid neovisnosti u recepciji i interpretaciji medijskog sadržaja je i mogućnost izravne povratne informacije i reakcije na dani sadržaj. Čitatelji news portala u svakom trenutku imaju mogućnost komentiranja članaka koje čitaju, a to komentiranje pruža portalima informaciju o temama koje su za čitatelje najzanimljivije te koje ih najviše „dižu na noge“ pa se onda o tome u budućnosti najviše i piše, što nije nužno negativno, no svakako je loša strana zanemarivanje jednih u korist drugih informacija, to jest u korist čitanosti, što po meni ima za posljedicu ono što je John Stearns nazvao retroaktivnim novinarstvom: „Josh Stearns pronicljivo piše da ‘ulazimo u eru ‘retroaktivnog novinarstva’, u kojemu se najvažnije priče našeg vremena pojavljuju naknadno. Takva vrsta novinarstva rasvjetljava sporna pitanja, ali nam više služi kao autopsija negoli kao antiseptik. Ono secira probleme kao uzorke, umjesto da ih rasvijetli prije nego što eskaliraju ili dok nastaju.” (Stearns u McChesney: 2013: 226)

3. ZAKLJUČAK

U radu su predstavljeni ključni faktori za koje smatram da utječu na slobodu medija u demokraciji, a to su državna, ali i lokalna vlast, vlasništvo (banke i bogati poduzetnici), oglašivači te ideologija, odnosno ideološki sukobi te sam ih stavila pod zajedničke nazivnike akumulacije kapitala i u manjoj mjeri ostvarenja pojedinačnih interesa kojima su mediji prvenstveno alat, a zatim i roba čiji sadržaj služi sukreiranju društvenog stanja kakvo danas vlada - što i ne bi bila loša stvar, da su u javnom interesu. Andrej Grubačić, u knjizi Noam Chomsky: Mediji, propaganda i sistem: "Kontrolu nad bitnim aspektima socijalne politike u kapitalističkoj demokraciji ima privatna moć , ona ista moć koja kontrolira i ekonomsku politiku. Nevidljivo prisustvo korporacija nalazi se u samoj strukturi 'nužnih iluzija'. Ideološki i kulturni menadžeri pažljivo definiraju različite strategije oblikovanja mišljenja, pri čemu elite imaju monopol nad tržištem ideja, oblikujući tako cjelokupnu percepciju političke realnosti. Uspostavljeni sustav indoktrinacije, koji Chomsky lucidno razotkriva, ima mnoge fasete. Ipak, glavnu ciljnu grupu predstavlja 'neobrazovana masa', većina stanovništva.

Ona se mora - kako glasi jedna popularna menadžerska floskula - neutralizirati pomoću emocionalno potentnih simplifikacija'. To znači da je idealna društvena jedinka pojedinac zaokupljen nečim besadržajnim - ideološkom konotacijom ga snabdjevaju televizija i obrazovni sustav, kroz neprestani trening za poslušnost i potrošnju." (Chomsky . 2002 .6)

Svoj stav sam potkrijepila izlaganjem novinskih članaka na temu stanja novinarstva u Hrvatskoj, koji redom izražavaju nezadovoljstvo istim stanjem te zahtijevaju promjene što od strane vlasti, što od strane struke.

U uvodu sam navela kako ću također navesti i prijedloge rješenja uzimajući u obzir da se bez obzira na sektor, ovisnost novina o kapitalu ne može izbjeći. Pa tako članku za H-Alter iz travnja ove godine Helena Popović piše o važnosti javnih medija te se dotiče i pitanja financiranja: "Za razliku od direktnih potpora, koje su često na meti kritike protivnika državnog intervencionizma, indirektna potpora ne izazivaju posebne reakcije, vjerojatno zato jer nisu tako očite, što ne znači da se ne radi o velikim iznosima koje država investira. One, primjerice, uključuju državnu potporu u poštanskim uslugama, ili smanjenje stope poreza, koja se u hrvatskom kontekstu primjenjuje na tiskane komercijalne medije. No, pitanje je gdje završavaju sredstva koja se generiraju na temelju poreznih olakšica? Imaju li od toga koristi i potrošači kroz smanjenje cijena, a ne samo proizvođači? Praksa pokazuje da od poreznih olakšica korist imaju najveći tržišni igrači, a uglavnom se sredstva ne investiraju u novinarski rad. No, porezne politike svakako su važne za uspostavu modela financiranja javnih medija. Zašto bi, primjerice, iz budžeta RH direktno bila financirana Katolička crkva, koja, bez sumnje, ima i više nego dovoljno materijalnih sredstava? Zašto građani i građanke sami ne bi odlučivali o tome kojoj će organizaciji civilnog društva dati dio poreznih davanja (po uzoru na Njemačku)? Potpore se dodjeljuju i kroz filantropske i donatorske aktivnosti koje često uključuju uspostavljanje javnih ili privatnih zaklada za financiranje informativnih medija, pri čemu sami donatori imaju određene porezne olakšice.

Osnivanje zaklade je ideja koja je u Hrvatskoj nedavno zaživjela, ali uz dva temeljna problema: činjenica da zakonodavni okvir više ograničava nego što omogućava formiranje zaklade koja bi bila usmjerena prema financiranju medija; i deficit filantropa koji su spremni ulagati u financiranje javnih medija. Julija Cage (2015) predlaže model osnivanja neprofitnih medijskih fondacija/zaklada. Navodi postojeće primjere poput američkog portala ProPublica, osnovanog 2008. godine, specijaliziranog za internet novinarstvo, koji je nastao izdašnom donacijom Herberta i Marion Sandler od nekoliko milijuna dolara. Guardian Media Group u Velikoj Britaniji kontrolira Scott Trust - neprofitna fondacija osnovana 1936. godine, kako bi se očuvala neovisnost Guardian. No, kako ističe Cage, izuzev ovih velikih medija, većina neprofitnih medija je mala, ima mali broj zaposlenih te, iako ispunjavaju prazninu koja je nastala smanjenjem troškova tradicionalnih medija, nisu sposobni zamijeniti postojeće srednjestrujaške informativne medije. Stoga predlaže osnivanje medijskih društava kao hibridnog modela koje djelomično funkcionira prema principima zaklada/fondacija, a djelomično prema principima dioničkog društva. Medijsko društvo osiguralo bi trajnost kapitala koji isključuje maksimizaciju profita, isplatu dividendi i povrata uloga, omogućilo bi "dioničarima" (zaposlenicima i korisnicima) koji zajednički, u različitim omjerima financiraju medijsko društvo, demokratsko odlučivanje, pod uvjetom da se ograniči moć najvećih dioničara (s najvećim ulogom) koji bi, između ostalog, bili motivirani poreznim olakšicama (više o tome u: Cage, 2015)." (<http://www.h-alter.org/vijesti/o-rastucoj-drustvenoj-vaznosti-javnih-medija>) Moguće je dakle poduzeti niz akcija koje bi poboljšale stanje novinarstva i njegovu slobodu što bi ipak umanjilo ciljanje na akumulaciju kapitala, čija se diktatura prikriva gotovo prozirnom demokracijom. No i bez toga, svjesni smo da će uvijek biti prisutne skupine kojima je u interesu iz ovog ili onog razloga imati što veći utjecaj na medije što je ipak, po mom osobnom mišljenju, ono što je problem koji se bar dijelom i privremeno da riješiti medijskim zakladama i društvima koje predlaže Cage.

4. Literatura i izvori:

- Cage, Julia: Spasavanje medija (2016.)
- Chomsky, Noam: Mediji, propaganda i sistem (Zagreb, 2002.)
- Duda, Dean (ur.): Politika teorije: Zbornik rasprava iz kulturalnih studija (2006.)
- Hall, Stuart: Kodiranje i dekodiranje u televizijskom diskursu (1973.)
- Hromadžić, Hajrudin: Medijska konstrukcija društvene zbilje (2014.)
- McChesney, Robert: Digitalna isključenost (2013.)
- Street, John: Masovni mediji, politika i demokracija (Zagreb, 2003.)
- <https://www.vecernji.hr/vijesti/skroman-napredak-slobode-medija-u-hrvatskoj-u-bih-i-sloveniji-i-dalje-bolje-stanje-1241363> (posljednje posjećeno 16. 9. 2018.)
- <http://www.h-alter.org/vijesti/lekovic-mikulic-i-kusec-lazu-hrt-je-pod-politickom-kontrolom-vladajucih> (posljednje posjećeno 16. 9. 2018.)
- <http://hnip.hr/povijest-hnip-a/> (posljednje posjećeno 16. 9. 2018.)
- <http://www.nacional.hr/timmermans-vs-plenkovic-evo-kako-o-medijima-govori-potpredsjednik-ek-a-kako-nas-premijer/> (posljednje posjećeno 16. 9. 2018.)
- <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/hasanbegovic-stankovic-je-kao-miss-belizea-na-izboru-za-miss-svijeta-koja-poziva-na-zastitu-tuljana-foto-20180119> (posljednje posjećeno 16. 9. 2018.)
- <https://www.sibenik.in/hrvatska/hnd-sloboda-medija-pogorsala-se-dolaskom-domoljubne-koalicije-na-vlast/55174.html> (posljednje posjećeno 16. 9. 2018.)
- <http://www.h-alter.org/stranice/podrzite-h-alter> (posljednje posjećeno 16. 9. 2018.)
- <https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/superius-idea/Detaljno/544500> (posljednje posjećeno 16. 9. 2018.)
- <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/javni-mediji-nisu-servis-vlasti> (posljednje posjećeno 16. 9. 2018.)

SADRŽAJ

1. Uvod.....	3
2. Razrada.....	7
2.1 Sloboda medija i vlast.....	8
2.2 Mediji, vlasništvo i oglašavanje.....	16
2.3. Mediji i ideologija.....	20
3. Zaključak.....	27
4. Literatura.....	30