

u časopisu *Islamska misao* 1985. godine.

Na kraju mogu reći da *Bibliografija* kao i radovi *Zbornika* zorno svjedoče o tome kolika je bila uloga i značaj tesavvufa u Bosni i Hercegovini, od davnih vremena

pa sve do danas. Naročito govore o tome koliko su Rumijev lik i njegovo djelo prisutni na ovdašnjim prostorima ♦

Đenita Haverić

Uvod u medije

Zbornik, priredila Zrinjka Peruško,

Izdavač: Naklada Jesenski i Turk – Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb, 2011.

Mediji i njihova uloga u demokratskom društvu gotovo su najaktualnija tema koja permanentno nameće potrebu analize, promišljanja i kritičke valorizacije rada medija i ponašanja medijskih djelatnika. Stoga je i obrazovanje za novinarsku profesiju, posebno danas, oslonjeno koliko na nove tehnologije, toliko i na vrijednosti demokratske kulture. U tom smislu može se razumjeti i zbornik radova pod naslovom *Uvod u medije*, koje je priredila Zrinjka Peruško, profesorica na Studiju novinarstva Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Ustvari, dr. Peruško angažirala je kolege, eksperte iz ove oblasti, da ponude studentima jednu savremenu, školsku analizu medija (knjiga, printani i mediji, film, radio, televizija, strip, novi mediji i novinske agencije) koji u okolnostima razvoja novih tehnologija sve više izazivaju našu pažnju. Tako je 2011. godine sačinjen ovaj zbornik u kojem su ciljano napisani tekstovi objedinjeni u vrlo aktualnu tematsku cjelinu. Iako je ova tematika odavno prisutna u brojnim (starijim, ali i savremenijim) radovima različitih znanstvenika, pa i u udžbenicima i knjigama historije novinarstva, ovdje su se

autori nastojali odvojiti od udžbeničkih predodžbi o nastanku tradicionalnih i novih medija i da na relativno jednostavan ali nov način analiziraju medije. Ova knjiga, dakle, nije reprodukcija neke već napisane knjige o novinarstvu, već predstavlja analizu medija i medijskih sistema i dr. u modernom dobu koji obilježava informatička i digitalna tehnologija, pa bi se moglo reći, i kao posljedica toga, sveprisutna nova medijska kultura. Ovaj Zbornik, ustvari, nastao je iz potrebe da se napiše štivo koje je prije svega namijenjeno studentima koji slušaju predmet *Uvod u medijske sisteme* u okviru kojeg se oni upoznaju sa “sadržajnom, teorijskom i empirijskom dimenzijom strukture suvremenih medijskih sustava” u čijem središtu jeste savremeno masovno komuniciranje, medijske institucije i medijska publika, popularna kultura i dr. s posebnim naglaskom na medijski sistem Hrvatske, njegove karakteristike, zaostajanja i napredak. Masovni mediji su, kao što je poznato, fenomen koji izaziva pažnju već više od jednog stoljeća, a masovnu komunikaciju kao znanstvenu disciplinu sve više zanimaju iminentni aspekti medija: tehnološki, kulturni, društveni, politički i ekonomski, pa otud i potreba da se u sistem studija novinarstva

ugrađuju nova razumijevanja i promišljanja. Uprkos činjenici da postoji bogata literatura u kojoj se obrađuju mediji i medijski sistemi kroz dugi niz godina, prilozi iz ovog zbornika upozoravaju na neprestanu potrebu novih istraživanja u cilju daljeg razvoja masovnog komuniciranja kao znanstvene discipline, a koja zapravo trebaju predstavljati doprinos modernim komunikološkim saznanjima. Objavljeni tekstovi svjedoče o uspješno realiziranoj ideji urednice Zbornika Zrinjke Peruško da nadomjesti nedostatak adekvatne literature na studiju novinarstva u Zagrebu nužne za edukaciju medijskih profesionalaca u novinarstvu. Tu potrebu nametnuo je i bolonjski sistem edukacije koji zahtijeva inoviranje silabusa, opskrbu studenata novim izvorima, osposobljavanje za istraživanje i sl.

Zbornik započinje predgovorom urednice Zrinjke Peruško u kojem kaže da se “masovna komunikacija kao znanstvena disciplina koja proučava medije i masovnu komunikaciju institucionalizira 1940-ih u Sjedinjenim Američkim Državama osnivanjem preddiplomskih, a kasnije i diplomskih i poslijediplomskih doktorskih studija iz novinarstva i masovne komunikacije te osnivanjem znanstvenih časopisa i profesionalnih udruženja”, a da

je institucionaliziranje edukacije iz područja masovnog komuniciranja u Hrvatskoj otpočelo 80-ih godina prošlog stoljeća (str. 8-9). Nakon predgovora Zrinjka Peruško piše svoj autorski tekst u kojem postavlja pitanje “Šta su mediji” i tako na inoviran način pojašnjava već poznate pojmove kao što su medij kao društvena institucija, medijska organizacija, javnost i publika, mediji i popularna kultura, pri čemu konstatira da su mediji uvijek novi. Jer “medij nastaje tehnološkom inovacijom, razvija se u novu kulturnu i društvenu formu odgovarajući na potrebe publike, a širenjem i upotrebom u interakciji s društvenom sredinom mijenja oblike društvene komunikacije i interakcije” (str. 36). U nastojanju da objasni šta su medijske organizacije i medijske institucije, ona kaže: “Medijska organizacija je osnovana namjerno, od strane države ili pojedinaca, ali se njezin karakter nužno naslanja na (ili izranja iz) prevladavajući karakter medijskih institucija koje su razvijene u pojedinom društvu. Institucija nastaje kad neka društvena praksa stalnim ponavljanjem u vremenu postigne stabilnu formu, vidljivu strukturu i skup funkcija povezanih s društvenim očekivanjima. Društvena praksa je odgovor na društvenu potrebu. Komunikacijska prak-

sa stvara medijsku instituciju s karakteristikama u odnosu na konkretni društveni kontekst” (19 – 20). U istom tekstu autorica dalje govori o snažnom utjecaju medija, o iznenađujućoj i “dramatičnoj koncentraciji medijskih industrija”. Tekst se završava raspravom o novim medijskim tehnologijama koje su izmijenile način komuniciranja i kao što kaže John Street, one “stvaraju nove komunikacijske mogućnosti i nove oblike egzistencije” (John Street, *Masovni mediji, politika i demokracija*, Zagreb, 2003: 141). Tako npr. raspravljati o ulozi interneta kao svjetske mreže nije moguće ako zanemarimo njegove prednosti koji: “povećava interaktivnost ... i olakšava amatersku proizvodnju medijskih proizvoda...” A “revolucija se zbiva i u distribuciji medijskih proizvoda” (str. 37). Uzimanjem za primjer kako medijske fikcije postaju društvene igre koje postupno postaju vrsta sporta, ona ovaj svoj tekst zaključuje pitanjem: “Kakve će nove društvene odnose potaknuti medijske tehnologije koje tek dolaze” (str. 37).

Kao oblici komuniciranja knjiga i novine predstavljaju važno i posebno poglavlje historije komunikacije. To je klasično naučavanje o medijima i tradicionalni način njihova objašnjavanja. Slijedeći takav pristup, autorica Gordana

Vilović sačinila je tekst pod naslovom “Novine, o nastanku i povijesti novina”. Nakon što je definirala novine, ona navodi zapažanje publiciste, književnika i novinara Josipa Horvata, koji kaže: “Izum je tiska i začetak demokracije, bez tiska ona ne bi mogla postojati u višim i većim društvenim i državnim organizacijama” (str. 71). U tom kontekstu Vilovićeva raspravlja o feljtonu, o prvim hrvatskim modernim magazinima I news-magazinima u Hrvatskoj, o stranačkom i informativnom novinarstvu u Hrvatskoj i sl. Sve je to izloženo sažeto kako bi se osigurala preglednost i jasnoća objašnjenja.

Budući da ovu autoricu posebno zanima savremeno novinarstvo u Hrvatskoj, glad za profitom u novinarstvu te glavni problemi koji se očekuju u budućnosti, ona se zapitala: “Šta je vijest danas”, a u odgovoru je ponudila mišljenje Jima Chisholma, koji je kazao “Pitanje kako natjerati potrošače da plaćaju vijesti i kupuju novine, pored toliko vijesti koje ne trebaju plaćati nije pravo pitanje. Moramo se pitati o promijenjenom općem interesu za ono što smo ranije nazivali viješću” ... “moramo izvještavati o vijestima koje su životne, važne i goruće i za samo nekolicinu ljudi u lokalnoj zajednici. To je promjena u definiciji

koja je tvrdila da su vijesti samo one za koje se pretpostavlja da će zanimati velik broj ljudi” i to se više ne bi trebalo predviđati (str. 83). Na kraju, govoreći o profesionalizmu u hrvatskim medijima, Vilovićeva apostrofira pitanja koja opterećuju hrvatsko novinarstvo danas: otvorenost medija za različita stajališta i mišljenja, transparentnost vlasništva; regulacija i samoregulacija kolektivni ugovori koje novinari sklapaju sa poslodavcem i dr. uz napomenu da: “Zasigurno nitko pouzdano ne može predvidjeti što će se u bliskoj budućnosti događati s tradicionalnim novinama” (str. 83).

Centralni dio zbornika predstavlja izlaganje o televiziji iz pera Tene Perišin. U njenu inače obimnijem prilogu (31 stranica), pregledno je izložen najvažniji niz pitanja koja se odnose na elektronske medije, na televiziju kao još uvijek najatraktivniji medij uz iznošenje najvažnijih, danas priznatih modela televizijskog rada i načina uređivanja toga rada (Televizija, film i drugi mediji, Povijest televizije, Počeci televizije u Hrvatskoj, Povijest informativnih emisija, Televizijske vijesti u Velikoj Britaniji, Povijest informativnih emisija u Hrvatskoj, Hrvatska radiotelevizija – transformacija u javni servis i Zakon o

elektroničkim medijima – usklađivanje s europskom Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama). Autorica je nastojala predstaviti osnovna saznanja o razvoju televizije, kako bi svoju pažnju usmjerila na ključna pitanja televizije u zemljama u tranziciji, posebno u Istočnoj Evropi. Stoga se fokusirala na odnos javnih servisa koji su počeli gubiti gledanost pred pojavom i razvojem komercijalnih televizija. Ona zaključuje da je transformacija javnih servisa tekla presporo, a da su komercijalne televizije ponudile popularne programe masi i tako stekle primat, iako su ponudeni sadržaji bili populistički. Ova autorica osvrnula se na Hrvatsku radioteleviziju (HRT) i proces njena reformiranja koja se unatoč pokušajima uspostave različitih vidova kontrole, uspjela transformirati iz državne televizije u javni servis i tako sačuvati visoku gledanost. Njeno moderniziranje, prelazak na digitalno emitiranje, kao i način rada, danas se usklađuju s Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama. Ustviri, autorica nalazi da je Zakon o elektroničkim medijima iz 2009. godine ispoštovao zahtjeve Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (2007) i tako otvorio prostor za široku lepezu medijske ponude i znatno liberalniji odnos

prema npr. interesu i potrebi medijskog oglašavanja. Time su uklonjeni zastoji u transformaciji Hrvatske radiotelevizije, ali i osigurana konkurencija, čime je podstaknut kvalitet rada javnog servisa. Time se Hrvatska uklopila u evropski put razvoja, što će je odvesti, pored ostalog, do potpisivanja pristupnog ugovora.

U prilogu pod naslovom Novi mediji i novinarstvo Nenad Prelog promišlja o ulozi i značaju novih medija, ističući pri tome da se sa svakom novom tehnološkom inovacijom zapravo mijenja sam pojam novog medija. Treba napomenuti da je npr. novi medij nekada bio fotografski aparat, zatim radio i televizija i tako dalje, a da se danas značenje novog medija odnosi na one medije koje su proizvele digitalne tehnologije. Autor Nenad Prelog izričito naglašava značenje procesa konvergencije za razvoj novih medija. Konvergenciju drži glavnim procesom razvojne promjene: “konvergencija je rezultat *globalizacije* i *koncentracije* (...), *digitalizacije* (...) i *deregulacije* ...” (str. 206). Ovaj razvojni put medija ustvari, pored značaja novih medija, ukazuje i na njihov povijesni razvoj ali i na motive svojevrsnog sukoba između tradicionalnih i novih medija i interesa koji se pri tome gube ili nastaju. Ono što je činjenica, a o čemu valja govoriti,

jeste to da tradicionalni mediji ne nestaju razvojem novih, nego se samo mijenja način njihove upotrebe, broj konzumenata i sl. To, ustvari, pokazuje da se s razvojem društva usložnjavaju medijske mogućnosti i da danas moramo govoriti o bogatstvu medija i bogatstvu mogućnosti. Koliko god bili značajni ti novi mediji, i ma koliko velike mogućnosti za komunikaciju nudili, pratit će ih pitanje inovacije i konkurencije, ali i pitanje o zaštiti autorskih prava i dr.

Raspravljajući o obilježjima i važnosti novih medija, autor ovog teksta dalje se pozabavio pitanjem prava korištenja sadržaja i pravima autora. Kao što je to uvijek slučaj s velikim promjenama, i ovdje su naglašena oprečna stajališta oko pitanja prava autora, pa je Prelog ponudio tzv. programsko rješenje *Creative Commons* (Kreativno zajedništvo), koje podrazumijeva stav autora da je njihovo djelo javno dobro i ne podrazumijeva zaradu. Međutim, Prelog isto tako ukazuje i na prigovore koji se upućuju od strane protivnika ovakve primjene autorskog prava, odnosno stav da se odustajanjem od autorskog prava podupire medijska industrija a zanemaruje značaj autorstva. Gordana Vilović i Nenad Prelog tako će postaviti gotovo identično i pitanje: Da li

je internet doveo do kraja novinu. Zapravo, Prelogovo pitanje glasi: “Jesu li vijesti o smrti (tiskanih) novina preuveličane ili preuranjene”. Time se upozorilo na atraktivnost novih medija ali i na ulogu tradicionalnih, posebno novina.

Ovim informacijama o zborniku nije u cjelini predstavljen sadržaj. Stoga naglašavamo da su u zborniku obrađene teme: “Knjiga u Hrvatskoj – masovni medij?”, Filmski medij, Radio, Povijest stripa, Novinske agencije, Oglašavanje: “Zašto su oglašavanje krvotok medija?”, Autorska prava u medijskim industrijama i Mediji i odnosi s javnošću – Međusobno potpora ili prijatelj? Ovakav pristup predstavljanja zbornika u bh. javnosti nije stoga što ove teme i njihovi autori ne zaslužuju pažnju, već da bi našu informaciju o ovom zborniku učinili što kraćom, a pobudili interes eventualnog čitatelja da se njegovim čitanjem sam upozna s osnovnim naznakama koje su autori ovih priloga izložili. S druge strane, ove teme više su vezane za tržišnu poziciju medija, za finansijska pitanja (što svakako nije nevažno), ali to nije u fokusu našeg užeg interesa. Ustvari, naš cilj jeste da ovaj zbornik predstavimo kao učilo, kao svojevrsni udžbenik, a ne da raspravljamo o medijima i o njihovoj tržišnoj poziciji u okolnostima kakve donosi

aktualni stepen neoliberalnog razvoja kapitalizma.

Na samom kraju čini se ipak nužnim osvrnuti se na pitanje "Istraživanje publika" jer je to drugi pol medijske djelatnosti i produkcije. Tu temu u ovom zborniku obradila je autorica Antonija Čuvalo. U prvom dijelu teksta izneseni su teorijski pristupi istraživanju publike, pri čemu je naznačeno da postoje brojna i opsežna istraživanja fenomena publike, te da je važnost ovakvih istraživanja zapravo trajna. U drugom dijelu njena priloga izložen je pristup ovakvim istraživanjima, ključne faze istraživanja, te specifična istraživanja različitih medijskih publika.

Nakon pažljivog čitanja nameće se ovakav zaključak: zbornik *Uvod u medije* napisan je jasno i s ciljem da posluži studentima kao učilo iz kojeg će studenti učiti, kako temeljne pojmove, tako i raspoznavati aktualne trendove razvoja medija: autorstvo, uređivanje rada medija i njihovo usmjeravanje ka tržištu i interesu publike. Istovremeno, ovaj će zbornik poslužiti studentima i kao svojevrsno uput-

stvo za istraživanje i samostalno zaključivanje o utjecaju medija na društvo i tokove njegova razvoja. Po našem mišljenju, ova knjiga ima sve preduvjete da uspješno odgovori svojoj svrsi. Naime, vjerujemo da će ona korisno poslužiti studentima koji na fakultetu stjeću znanja o medijima i novinarskom zanatu. Istovremeno, ova knjiga može poslužiti i svima onima koji nemaju novinarsko obrazovanje, ali se zanimaju za medije i javno komuniciranje uopće.

Na kraju ove knjige dat je leksikon ključnih pojmova i izraza. Uza svaki tekst dat je spisak korištene literature i reference koje čitatelju mogu pomoći u istraživačkom radu i produbljivanju znanja.

Uvod u medije korisna je knjiga – koliko studentima koji se pripremaju za novinarsku profesiju, toliko i profesionalcima čiji je interes istraživački rad i sagledavanje međusobnog odnosa medija, tržišta i publike. Stoga je preporučujemo i studentima žurnalistike u Bosni i Hercegovini ♦

Amila Grbo