

Pravni okvir elektroničkih medija s posebnim osvrtom na televiziju

Strnad, Ana-Marija

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:175824>

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

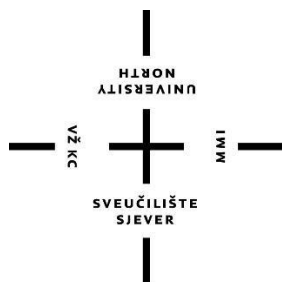
Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-04**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 148/PMM/2019

**Pravni okvir elektroničkih medija s posebnim osvrtom na
televiziju**

Ana-Marija Strnad, 1410/336

Koprivnica, lipanj 2019. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju		
STUDIJ	preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment		
PRISTUPNIK	Ana-Marija Strnad	MATIČNI BROJ	1410/336
DATUM	3.5.2019.	KOLEGIJ	Medijsko pravo
NASLOV RADA	Pravni okvir elektroničkih medija s posebnim osvrtom na televiziju		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Legal framework of the electronic media with review to the television		
MENTOR	Goran Vojković	ZVANJE	izvanredni profesor
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv. prof. Ante Rončević, predsjednik		
	2. mr. sc. Ana Mulović Trgovac, v. pred., član		
	3. izv. prof. dr. sc. Goran Vojković, mentor		
	4. doc. dr. sc. Ana Globočnik Žunac, zamjenik		
	5. _____		

Zadatak završnog rada

BROJ 148/PMM/2019

OPIS

Republika Hrvatska ima dvojan pravni okvir medija: opći zakon koji regulira medije općenito i poseban zakon koji regulira elektroničke medije. U radu je potrebno analizirati i objasniti pravni okvir elektroničkih medija, s posebnim osvrtom na televiziju, uz navođenje komparativnih rješenja, npr. pravnog statusa BBC-a.

Potrebno je:

- analizirati postojeći pravni okvir
- navesti temeljna načela slobode medija
- razložiti specifičnosti televizije kao elektroničkog medija
- objasniti ulogu regulatora u elektroničkim medijima
- usporediti hrvatsko rješenje javne televizije s BBC-em.

ZADATAK URUČEN 12.07.2019.

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE SJEVER

UNIVERSITY NORTH



**Sveučilište
Sjever**

Odjel za Ime odjela

**Pravni okvir elektroničkih medija s posebnim osvrtom na
televiziju**

Student

Ana-Marija Strnad, 1410/336

Mentor

doc. dr. sc. Goran Vojković, mentor

Koprivnica, lipanj 2019.

Predgovor

U današnje doba gdje smo svakodnevno okruženi različitim vrstama medija, starim i novim, a posebice novim vrstama medija, od izuzetne je važnosti znati ponešto o njima, moramo naučiti način na koji ih moramo koristiti, zakone koje se moramo pridržavati i etiku koju moramo poštivati.

Ovdje će se posebno obrađivati televizija kao najutjecajniji masovni medij. Njezina moć je prije svega u sposobnosti oblikovanja svijesti čovjeka o prostoru i vremenu kojem pripada. Televizija je medij koji može mijenjati kroz određeno vrijeme društvene norme, stvara i oblikuje nove društvene vrijednosti, dok je istovremeno to medij koji je slon različitim manipulacijama svojih korisnika. Dakle, tu se može govoriti o pozitivnim i negativnim stranama televizije kao medija, koja nas istovremeno čini svojim pasivnim ali i aktivnim konzumentima.

Naša televizija je Hrvatska radiotelevizija koja se definira kao pravna osoba koja ima status javne ustanove čija se djelatnost, funkcija i sadržaj javnih usluga, financiranje, upravljanje, nadzor i način rada uređuje Zakonom o Hrvatskoj radioteleviziji i propisima donesenim na temelju njega. Hrvatska radiotelevizija je javna televizija koja ima veliku konkurenciju od strane komercijalnih televizija koje su prisutne na današnjem tržištu. Ona slabi zbog senzacionalizma i zabave koju pruža Nova TV, RTL i druge komercijalne televizije.

Sažetak

U ovom radu govori se o elektroničkim medijima kao audiovizualnim i radijskim programima i elektroničkim publikacijama koji su sastavni dio naše svakodnevnice. Na samom početku rada detaljnije su definirani elektronički mediji prema leksikonu radija i televizije, a posebice prema Zakonu o elektroničkim medijima. Nadalje, obrađene su slobode medija, usluge koje nam oni pružaju, ali i odgovornosti, obaveze i ograničenja na koja moramo paziti pri konzumaciji istih.

Glavnim djelom rada je obuhvaćena analiza televizije kao najutjecajnijeg medija koji ima sposobnost oblikovanja svijeta u kojem živimo. Ukratko je objašnjena sama povijest televizije od prvog televizijskog emitiranja na BBC-u 1936. godine i usluge koje su nam omogućene kroz pola stoljeća dominacije televizije kao najmoćnijeg medija. Kad govorimo o moći koju televizija ima kao medij, za nju možemo reći da je sveprisutna u oblikovanju naših znanja kojeg imamo i svijesti o vremenu i prostoru kojem pripadamo.

Dakle, sama srž ovog rada je bazirana na televiziji, Hrvatskoj radioteleviziji i njenim karakteristikama, BBC-u kao vodećem svjetskom javnom servisu te nešto o značajnijim razlikama u karakteristikama Hrvatske radiotelevizije i svjetskog BBC-a.

Na kraju rada su iznesene činjenice o tome na koji način su konzumenti medija manipulirani od strane kapitala koji ga financira ili od strane politika u državi. Utjecaj televizije kao medija se odvija kroz sadržaj koji se pruža. Takav sadržaj iako može biti informativan, korišten u edukacijske svrhe i koristan kroz obrazovanje, on je često zatupljujući i nekvalitetan sa mnogo dezinformacija, a samo sa ciljem dobivanja dobiti preko senzacionalizma i tabloida.

Ključne riječi: *elektronički mediji, televizija, javna televizija, HRT, BBC*

Abstract

The theme of this work is about electronic media as audiovisual and radio programs and electronic publications that are an integral part of our everyday life. At the very beginning of the work, the electronic media are more clearly defined according to the lexicon of radio and television, and in particular according to the Electronic Media Act. Furthermore, the media freedom, the services they provide, as well as the responsibilities, obligations and constraints that we have to look at when consuming them are covered.

The main part of the work is the analysis of television as the most influential media that has the ability to shape the world we live in. The very history of television from the first broadcast on the BBC in 1936 and the services that have enabled us through the half-century dominance of television as the most powerful media have been explained. When we talk about the power that television has as a medium, we can say that it is ubiquitous in shaping our knowledge that we have and aware of the time and space we belong to.

So the very essence of this work is based on television, Croatian radio and television, and its characteristics, the BBC as the leading public service provider, and some of the major differences in the characteristics of Croatian Radio and Television and the World BBC.

At the end of the work, facts are presented about how the media consumers are manipulated by the funded capital or by the politics of the state. The influence of television as the media takes place through the content it provides. Although such content may be informative, used for educational purposes and useful through education, it is often overwhelming and inadequate with a lot of disinformation, and only with the aim of obtaining profits through sensationalism and tabloids.

Keywords: electronic media, television, public television, HRT, BBC

Sadržaj

1	Uvod	1
2	Elektronički mediji	2
2.1	Agencija za elektroničke medije.....	3
2.2	Sloboda medija	5
2.3	Zakonska ograničenja	7
2.3.1	Državna ili vojna tajna	8
2.3.2	Govor mržnje.....	9
2.4	Pravo na informaciju	10
2.5	Jezik	11
2.6	Medijska načela i obveze.....	11
3	Nastanak i razvoj televizije	13
4	Moć televizije	16
5	Medijske usluge televizije i radija	18
6	Hrvatska televizija	19
6.1	Povijest HRT-a	19
6.2	Načela HRT-a	20
6.3	Prigovori, prijedlozi i pohvale korisnika usluga HRT-a.....	22
6.3.1	Prigovori.....	22
6.3.2	Pohvale	23
6.4	Tijela HRT-a.....	23
6.4.1	Glavni ravnatelj HRT-a.....	23
6.4.2	Ravnateljstvo Hrvatske radiotelevizije.....	24
6.4.3	Nadzorni odbor HRT-a.....	24
6.4.4	Programsko vijeće HRT-a	25
6.4.5	Pitanje sadržaja.....	25
7	Dominacija komercijalnih televizija u Hrvatskoj	28

8	British Broadcasting Corporation, BBC	30
9	Usporedba BBC-a i HRT-a	33
10	Konzumenti medijskih manipulacija	35
11	Zaključak	37
12	Literatura	39

1 Uvod

Mediji su svuda oko nas. Svjedoci smo svakodnevne konzumacije medija i život bez njih bi nam danas bio nezamisliv. Oni su jedna od prvih asocijacija kojim bi opisali život u ovo digitalno doba. Mediji kao mediji pružaju nam raznolike sadržaje koji bi nam mogli pomoći u određenoj situaciji, no kao i sve ostalo tako i mediji imaju svoju dobru i lošu stranu. Vrlo je važno znati kako ih koristiti. Svaki medij iznad sebe imaju svoje zakone koje moraju poštivati, tako i ljudi kao medijski konzumenti moraju znati pored usluga koji im se pružaju i prava koje ostvaruju, da imaju i određene zabrane, ograničenja i razno razna pravila koja se moraju pridržavati kod upotrebe.

Kad se spomene riječ medij, mnogima bi misli prvo krenule prema staroj dami – televiziji kao mediju, najutjecajnijem i najmoćnijem mediju koji vlada već preko 75 godina. Trebalo bi se shvatiti koliki utjecaj televizija ima na svoje korisnike. U današnje vrijeme moć takvog medija je bitan faktor koji treba razumjeti, koliko ono zapravo sudjeluje u oblikovanju svijesti i aktivnom sudjelovanju u različitim društvenim procesima. Ni komunikacija kao komunikacija više nije ista. Digitalne promjene su uvelike utjecale na kvalitetu komunikacije na interpersonalnoj razini ali i na razini organizacija. Televizija pruža samo jednosmjernu komunikaciju što je zapravo negativna strana medija jer konzument ostaje pasivan prilikom uporabe.

Vrlo je važno spomenuti i našu Hrvatsku radioteleviziju kao javnu televiziju koja mora imati stabilnost, neovisnost, sadržajnu proporcionalnost i transparentnost. Sami početak HRT-a seže od 1926., kada je počelo emitiranje Radio Zagreba, a to je bila prva radiopostaja u ovom dijelu Europe. Televizija Zagreb (danas HRT) počela je emitirati 7. rujna 1956. godine. Zakonom koji je Hrvatski sabor donio 29. lipnja 1990. godine, Radio Televizija Zagreb preimenovana je u Hrvatsku radioteleviziju. Naime, Hrvatska radiotelevizija djeluje kao pružatelj usluga javnog emitiranja, a Hrvatska osigurava neovisno financiranje u skladu sa Zakonom o hrvatskim radiotelevizijskim kućama i Pravilima o državnim potporama za usluge javnog emitiranja. Prilikom obavljanja svoje djelatnosti Hrvatska radiotelevizija neovisna je o bilo kakvom političkom utjecaju i komercijalnom interesu.

Prilikom govora o televiziji općenito, neizbježno je spomenuti i BBC kao britanski javni servis. To je model koji je u određenoj mjeri razlikuje od našeg HRT-a. Osnovna načela poslovanja BBC-a bila su obrazovati, informirati i zabaviti.

2 Elektronički mediji

Što se tiče samih medija, možemo govoriti o starim i novim medijima, zato ćemo u nastavku govoriti kroz Zakon o medijima i Zakon o elektroničkim medijima. Pod terminom stari novi mediji ili elektronički mediji podrazumijevamo ponajprije Internet koji je postao nezaobilazan u današnjem svijetu. Pojam novi mediji odnosi se, stoga, na sve Internetske aplikacije koje omogućuju komunikaciju a temelje se na digitalnoj, mrežnoj i računalnoj platformi. Stari mediji se odnose na sve medije koji se temelje na vertikalnoj komunikaciji. No, da bi sve bilo jasnije, možemo dati primjer Jutarnjeg, odnosno Večernjeg lista koji su istovremeno tisak (stari medij) i elektronička publikacija zbog svojih portala i članaka koje pružaju putem Interneta koji spada u masovni medij. (Strnad A.M., 2019.)

Zakon o elektroničkim medijima (NN 153/09, 84/11, 94/13, 136/13, dalje ZEM), u čl. 2. st. 1. definira elektroničke medije kao audiovizualne programe, radijske programe i elektroničke publikacije. Elektroničke publikacije su urednički oblikovani programski sadržaji koji se objavljuju dnevno ili periodično putem interneta od strane pružatelja elektroničkih publikacija u svrhu javnog informiranja i obrazovanja. Mediji nisu knjige, udžbenici, bilteni, katalozi ili drugi nositelji objavljivanja informacija koji su namijenjeni isključivo obrazovnom, znanstvenom i kulturnom procesu, oglašavanju, poslovnoj komunikaciji, unutarnjem radu trgovačkih društava, zavoda i ustanova, udruga, političkih stranaka, vjerskih i ostalih organizacija, školska glasila, "Narodne novine" Republike Hrvatske, službena glasila jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave i ostala službena priopćenja, plakati, letci, prospekti i transparenti, te video stranice bez žive slike i druge besplatne obavijesti, osim ako Zakonom nije drukčije propisano.

Prema Leksikonu radija i televizije elektronički mediji elektronički mediji su radijski i TV kanali te elektroničke publikacije (npr. web portali, web izdanja dnevnih novina i sl.). Njihova je djelatnost prijenos, odnosno emitiranje i/ili objavljivanje raznovrsnih informativnih, obrazovnih ili zabavnih sadržaja namijenjenih javnosti. Emitiranje (prijenos) može biti žičano ili bežično, uključujući i satelitsko, analogno ili digitalno emitiranje, u kodiranom ili nekodiranom obliku.

2.1 Agencija za elektroničke medije

Vrlo je važno isto tako prije svega spomenuti i Agenciju za elektroničke medije (akr. AEM), koju ZEM (čl. 66.st. 1.) definira kao samostalnu i nezavisnu pravnu osobu s javnim ovlastima upisanom u sudski registar. Prema Leksikonu radija i televizije AEM je osnovana temeljem Zakona o elektroničkim medijima. Agencija nadzire programe pružatelja medijskih usluga u elektroničkim medijima, regulira njihova prava i obveze, izdaje licence za obavljanje djelatnosti, dodjeljuje sredstava iz Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija te obavlja druge aktivnosti propisane Zakonom.

Sjedište Agencije je u Zagrebu. Tijela Agencije su ravnatelj Agencije i Vijeće za elektroničke medije koje je upravno tijelo Agencije. Ravnatelj Agencije zastupa, predstavlja i rukovodi Agencijom, te je odgovoran za rad stručnih službi Agencije. Predsjednik Vijeća za elektroničke medije je i ravnatelj Agencije, a imenuje ga Sabor RH. Agencijom za elektroničke medije (AEM) upravlja Vijeće za elektroničke medije. Vijeće ima sedam članova, a mandat članova Vijeća je 5 godina. Predsjednika i članove Vijeća za elektroničke medije imenuje i razrješava Hrvatski sabor na prijedlog Vlade Republike Hrvatske. Vijeće donosi svoje odluke na sjednicama. (Agencija za elektroničke medije)

Sukladno odredbama ZEM-a (čl.69.st.1.) Vijeće za elektroničke medije provodi postupak davanja koncesija za obavljanje djelatnosti pružanja medijskih usluga televizije i radija. Pružatelji medijskih usluga televizije i radija upisuju se u Upisnik pružatelja medijskih usluga, elektroničkih publikacija i neprofitnih proizvođača audiovizualnog i/ili radijskog programa.

OBRAZAC ZA PRIJAVU ELEKTRONIČKE PUBLIKACIJE	
Naziv pružatelja el. publikacije:	Upisuje se naziv pravne osobe, nakladnika, odnosno vlasnika publikacije
Adresa:	Sjedište (adresa i mjesto) pravne osobe
OIB:	OIB pravne osobe
Oblik registracije:	Navesti: profitni ili neprofitni
Telefon:	Broj telefona s pozivnim brojem, broj mobitela
E-mail adresa:	Službena e-mail adresa tvrtke
Odgovorna osoba:	Ime i prezime odgovorne osobe (direktora)
Naziv el. publikacije:	Upisuje se naziv medija (portala/publikacije)
URL:	Internetska adresa publikacije (http://www...)
Glavni urednik publikacije:	Ime i prezime glavnog urednika

Slika 1 Obrazac za prijavu u upisnik elektroničkih publikacija; Izvor: Pravilnik o upisniku pružatelja medijskih usluga, elektroničkih publikacija i neprofitnih proizvođača audiovizualnog i/ili radijskog programa

Odgovorna osoba:	Ime i prezime odgovorne osobe (direktora)
Naziv el. publikacije:	Upisuje se naziv medija (portala/publikacije)
URL:	Internetska adresa publikacije (http://www...)
Glavni urednik publikacije:	Ime i prezime glavnog urednika
Naziv pružatelja usluga hostinga:	Naziv tvrtke koja pruža hosting
Adresa poslužitelja:	Ulica, grad, broj sjedišta pružatelja usluga hostinga (gdje se nalazi server)
Programska osnova: (može se iskazati i na posebnom listu kao prilog obrascu)	Kratak opis sadržaja portala, uređivačke koncepcije, odnosno tema i rubrika.
U _____, _____ 20__.	
POTPIS I PEČAT ODGOVORNE OSOBE	

Slika broj 1. znači da sukladno članku 80. stavku 2. ZEM-a fizička i pravna osoba mora prije prve objave elektroničke publikacije podnijeti prijavu za upis u Upisnik pružatelja medijskih usluga, elektroničkih publikacija i neprofitnih proizvođača audiovizualnog i/ili radijskog programa koje vodi Vijeće za elektroničke medije. (Preporuka o upisu pružatelja

publikacija u upisnik pružatelja medijskih usluga, elektroničkih publikacija i neprofitnih proizvođača audiovizualnog i/ili radijskog programa)

Vijeće za elektroničke medije ima sedam članova, a imenuje ih Sabor na prijedlog Vlade. Vijeće je prvi put konstituirano 2004. godine, nakon javnog poziva da se predlože kandidati, premda je cjelokupna procedura bila u skladu sa zakonom, neke su je nevladine udruge kritizirale kao netransparentnu. (Peruško, Perišin i dr. 2011:36)

Prema ZEM-u (čl.68.st.6), mandat članova Vijeća traje dvije godine uz mogućnost ponovnoga imenovanja. Članovi trebaju biti javni djelatnici koji se bave medijskim područjem i koji su se istaknuli u promicanju vladavine prava i demokratskih načela.

2.2 Sloboda medija

Sloboda medija, jedna od temeljnih sloboda u demokratskim društvima, zaštita koje se jamči ustavima, zakonima i međunarodnim deklaracijama. Usko je povezana sa slobodom izražavanja i slobodom tiska. Sloboda medija obuhvaća: slobodu izražavanja mišljenja, neovisnost i pluralizam medija, slobodu prikupljanja, istraživanja, objavljivanja i širenja informacija radi informiranja javnosti, slobodu protoka informacija i otvorenosti medija za različita mišljenja, uvjerenja i sadržaje, dostupnost javnim informacijama, proizvodnju i objavljivanje radijskog i televizijskoga programa, autonomnost urednika i novinara i dr. (Hrvatska enciklopedija)

Sloboda izražavanja u Republici Hrvatskoj zajamčena je Ustavom, a medijske slobode dodatno se štite Zakonom o elektroničkim medijima te Zakonom o medijima, kojima su prethodili drugi medijski zakoni; najprije Zakon o javnom informiranju (1992.) a potom i Zakon o javnom priopćavanju (1996. i 2003.) te spomenuti Zakon o medijima iz 2003., koji je 2004. izmijenjen. Kazneni Zakon pak regulira pitanja zaštite javnosti od medija u kaznenim djelima uvrede i klevete putem medija. (Peruško i dr. 2011:25)

Prema Skoko i Lučka (2017) Sloboda medija zasigurno je jedna od najvećih tekovina demokratskih društava. No, činjenica je da sloboda medija ne može biti samoj sebi svrha. Ona je važna radi slobode čovjeka, odnosno ostvarenja njegovih temeljnih ljudskih prava i sloboda. A ostvarivanje tih sloboda obuhvaća dužnosti i odgovornosti, pa se tako u određenim situacijama, uvjetima ili slučajevima može ograničiti. Prema tome, ne postoji apsolutna sloboda medija.

Danas često govorimo o važnosti slobode govora kao alata kojim možemo kontrolirati rad državnih organa. U tom pogledu, sloboda govora postoji kako bi građani mogli slobodno izražavati svoje nezadovoljstvo određenim akcijama države i predlagati promjene koje žele vidjeti u društvu. Posebnu zaštitu takve slobode govora uživaju mediji i novinari koje nazivamo četvrtom granom vlasti. Medije nazivamo četvrtom granom vlasti tj. kontrolnom vlašću baš zbog njihovog nadzora svih aktualnih događaja, ali i svih aspekata rada državne vlasti. Osim utjecaja na državne institucije, važan je i njihov velik utjecaj na stupanj i kvalitetu informiranosti građana. Svi totalitarni režimi u povijesti shvaćali su važnost slobode govora kao alata koji kontrolira rad države pa su zato znali da je cenzuriranje govora snažno oružje u održavanju snage režima i širenju neznanja i straha među narodom. Osim toga, cenzurom su zabranjivali razmjenu ideja čime su umanjivali šansu revolucionarnih pokreta koji bi mogli okončati taj režim. (Hrvatsko debatno društvo)

Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda (čl.10. st.1). svima jamči pravo na slobodu izražavanja. To pravo obuhvaća slobodu mišljenja i slobodu primanja i širenja informacija i ideja bez miješanja javne vlasti i bez obzira na granice. Kako ostvarenje tih sloboda obuhvaća dužnosti i odgovornosti, ono može biti podvrgnuto formalnostima, uvjetima, ograničenjima ili kaznama propisanim zakonom, koji su u demokratskom društvu nužni radi interesa državne sigurnosti, teritorijalne cjelovitosti ili javnog reda i mira, radi sprečavanja nereda ili zločina, radi zaštite zdravlja ili morala, radi zaštite ugleda ili prava drugih, radi sprečavanja odavanja povjerljivih informacija ili radi očuvanja autoriteta i nepristranosti sudbene vlasti.

Rajko (2011) govori o tome da privatnost označava biti ostavljen na miru, a obuhvaća privatnost komuniciranja, privatnost doma i ureda, zaštitu tjelesnog integriteta, zaštitu od neopravdanog progona i osude. U tome da se država ne bi trebala gurati u privatnu sferu fizičkih osoba.

Radolović (2007) tvrdi da sloboda medija mora poštivati slobodu čovjeka. Medijsko pravo ima stoga "nemoguću misiju" a to je favorizirati (razvijati, unaprjeđivati) slobodu javnih medija, s jedne strane, i poštivati osobnost ljudi s druge strane.

Svatko ima pravo na slobodu izražavanja. Ovo pravo uključuje slobodu mišljenja te primanja i davanja informacija i ideja bez uplitanja tijela vlasti i bez obzira na granice. Poštuju se sloboda i pluralizam medija. (Povelja O Temeljnim Pravima Europske Unije)

Jamči se sloboda izražavanja i sloboda medija. Sloboda medija prema Hrvatskoj enciklopediji je jedna od temeljnih sloboda u demokratskim društvima, zaštita koje se jamči ustavima, zakonima i međunarodnim deklaracijama. Usko je povezana sa slobodom izražavanja

i slobodom tiska. Sloboda medija obuhvaća osobito: slobodu izražavanja mišljenja, neovisnost medija, slobodu prikupljanja, istraživanja, objavljivanja i raspačavanja informacija u cilju informiranja javnosti; pluralizam i raznovrsnost medija, slobodu protoka informacija i otvorenosti medija za različita mišljenja, uvjerenja i za raznolike sadržaje, dostupnost javnim informacijama, uvažavanje zaštite ljudske osobnosti, privatnosti i dostojanstva, slobodu osnivanja pravnih osoba za obavljanje djelatnosti javnoga informiranja, tiskanja i raspačavanja tiska i drugih medija iz zemlje i inozemstva, proizvodnju i objavljivanje radijskog i televizijskog programa, kao i drugih elektroničkih medija, autonomnost urednika, novinara i ostalih autora programskih sadržaja u skladu s pravilima struke. (Zakon o medijima, čl. 3. st. 1.,2.)

Sloboda izražavanja ili sloboda medija? Čini se, barem naizgled, da je postavljeno pitanje deplasirano. Riječi djeluju kao jezični i stručni sinonimi. Razlika ipak postoji, i to znatna. Za pravo osobnosti i medijsko pravo ona je i vrlo značajna. (Radolović A. 2007:8)

Arlović (2016.) navodi da pravo na slobodu izražavanja razvilo se i proizašlo je iz prava na slobodu govora, a "nastalo je kao jamstvo onima koji misle drugačije od vlasti ili drugačije od svojih sugrađana. Pravo na slobodu izražavanja jedan je od kamena temeljca na kojima počiva razvoj suvremene moderne demokracije, ostvarivanje tradicija, ciljeva i ideala slobodnog društva, slobodnih i ravnopravnih pojedinaca u slobodnoj i demokratskoj društvenoj i državnoj zajednici vladavine prava i ustava.

Prema Bertrnand (2000.) odgovornost medija je koncept koji obuhvaća "etiku", osjećaj novinara za ispravno i pogrešno; "medijska etika", smjernice koje je struka sastavila kako bi dobro služila javnosti; i "kontrola kvalitete", tehnike koje proizvođač koristi kako bi zadovoljio i zadržao svoje klijente. Odgovornost medija uključuje javnost: ona je sasvim drugačija od "samoregulacije", koja se rijetko pokazala učinkovitom. Korisnici medija su također glasači i potrošači: oni mogu imati velik utjecaj na medije, ali rijetko su to činili do sada.

2.3 Zakonska ograničenja

Pravo na slobodu medija jamči i ZEM-a, koji u članku 3. jamči punu slobodu izražavanja i programsku slobodu svih elektroničkih medija. U stavku 2. istog članka Zakon eksplicitno propisuje kako se ni jedna odredba toga zakona ne može tumačiti na način da daje pravo na cenzuru ili ograničavanje slobode govora. Jedino što taj zakon ograničava jest objavljivanje priloga koji vrijeđaju dostojanstvo čovjeka, osobito nemoralnih i pornografskih sadržaja;

poticanje, promicanje i veličanje nasilja i kriminala te poticanje građana, posebice djece i mladeži, na uporabu duhanskih proizvoda, alkohola ili droga; bez znanja gledatelja, odnosno slušatelja, uporabom nekog tehničkog sredstva (npr. objavljivanjem slika ili tona vrlo kratkog trajanja) ne smije se prenositi određene poruke ili utjecati na gledatelje, odnosno slušatelje a da oni toga nisu svjesni.

Slobode medija dopušteno je ograničiti kada je i koliko je to nužno u demokratskom društvu radi interesa nacionalne sigurnosti, teritorijalne cjelovitosti ili javnoga reda i mira, sprječavanja nereda ili kažnjivih djela, zaštite zdravlja i morala, zaštite ugleda ili prava drugih, sprječavanja odavanja povjerljivih informacija ili radi očuvanja autoriteta i nepristranosti sudbene vlasti samo na način propisan zakonom. (Zakon o medijima, čl. 3. st. 3.)

Masovni mediji su industrije koje teže profitu i društvene institucije koje od njihova nastanka regulira društvo/država radi zadovoljavanja određenog javnog interesa. U tom se aspektu uloga i funkcija masovnih medija u današnjem društvu prvenstveno povezuje s doprinosom medija demokraciji. Na koji način pridonose demokraciji? Peruško (2011) prema Norris i Odugbemi ulogu medija i novinarstva promatraju u kontekstu deliberativne demokracije i doprinosa medija javnoj sferi u tri aspekta: kao čuvare (*watchdog*), kao one koje definiraju agendu, tj. teme koje su na javnoj raspravi (*agenda setting*), i kao one koji filtriraju ili omogućuju ulaz u javnost (*gatekeeper*). Naglasak je na tri ključne uloge koje mediji imaju za razvoj javnosti, čije postojanje i djelovanje smatra nužnim za funkcioniranje demokracije. (Peruško, 2011:16)

Prema Zakonu o medijima, čl. 3. st. 4. zabranjeno je prenošenjem programskih sadržaja u medijima poticati ili veličati nacionalnu, rasnu, vjersku, spolnu ili drugu neravnopravnost ili neravnopravnost na temelju spolne orijentacije, kao i ideološke i državne tvorevine nastale na takvim osnovama, te izazivati nacionalno, rasno, vjersko, spolno ili drugo neprijateljstvo ili nesnošljivost, neprijateljstvo ili nesnošljivost na temelju spolne orijentacije, poticati nasilje i rat.

2.3.1 Državna ili vojna tajna

Zakon predviđa kaznu od tri do deset godina zatvora za onoga tko državnu tajnu koja mu je povjerena ili do koje je došao na protupravan način učini dostupnom stranoj državi, organizaciji ili osobi koja za njih radi. Tim je zakonom regulirana i vojna tajna. (Peruško i dr.; 2011:45)

Člankom 6. Zakona o zaštiti tajnosti podataka (NN 108/96) propisan je pojam državne tajne. Državnom trajnom smatraju se podaci koji su zakonom, drugim propisom ili općim aktom

nadležnog tijela određeni državnom tajnom, a čijim bi otkrivanjem Republika Hrvatska imala štetne posljedice za nacionalnu sigurnost ili nacionalni interes.

2.3.2 Govor mržnje

Pod govorom mržnje podrazumijevamo sve oblike izražavanja kojima se šire, raspiruju, potiču ili opravdavaju rasna mržnja, ksenofobija, antisemitizam ili drugi oblici mržnje temeljeni na netoleranciji, uključujući tu i netoleranciju izraženu u obliku agresivnog nacionalizma i etnocentrizma, te diskriminacija i neprijateljstvo prema manjinama, migrantima i osobama imigrantskog porijekla. (Medijska pismenost)

Sve definicije govora mržnje karakteriziraju dvije značajke: sadržaj i društvene skupine protiv kojih je taj govor usmjeren. Govor mržnje predstavlja izražavanje mrzilačkih i/ili uvredljivih sadržaja, kojima se izražava, zagovara ili potiče mržnja, diskriminacija ili nasilje, ili koji izruguju, omalovažavaju, ponižavaju, dehumaniziraju ili obezvređuju. Takav mrzilački govor mora biti usmjeren protiv određenih ciljanih društvenih skupina i njihovih pripadnika, koji se mogu identificirati po određenim zajedničkim objektivnim značajkama kao što su rasa, boja kože, nacionalno ili etničko podrijetlo, vjera, spol, seksualna orijentacija, rodna pripadnost i slično. (Medijska pismenost)

Ustav u članku 14. propisuje da svatko ima slobodu neovisno o rasi, boji kože, spolu, jeziku, vjeri, političkom ili drugom uvjerenju, nacionalnom ili socijalnom podrijetlu, imovini, rođenju, naobrazbi, rođenju, društvenom položaju ili drugim osobinama, dok članak 39. izričito zabranjuje poticanje na nacionalnu, rasnu i vjersku mržnju ili bilo koji oblik nesnošljivosti.

Pitanje govora mržnje regulira i Zakon o elektroničkim medijima. Taj zakon zabranjuje programske sadržaje koji ugrožavaju ustavni poredak i nacionalnu sigurnost, ali osim toga zabranjuje i poticanje, pogodovanje poticanju i širenju nacionalne, rasne ili vjerske mržnje i netrpeljivosti, antisemitizma i ksenofobije, ideje fašističkih, nacističkih i drugih totalitarnih režima, kao i poticanje podrijetla, boje kože, političkog uvjerenja, svjetonazora, zdravstvenog stanja, spola, seksualnih ili drugih određenja ili osobina.

Zakon o suzbijanju diskriminacije (čl.3. st. 1.) definira da se uznemiravanjem smatra svako neželjeno ponašanje koje ima za cilj ili stvarno predstavlja povredu dostojanstva osobe, koje uzrokuje strah, neprijateljsko, ponižavajuće ili uvredljivo okruženje, a uzrokovano je rasnom ili etničkom pripadnosti, bojom kože, spolom, jezikom, vjerom, političkim ili drugim uvjerenjem, nacionalnim ili socijalnim podrijetlom, imovnim stanjem, članstvom u sindikatu,

obrazovanjem, društvenim položajem, bračnim ili obiteljskim statusom, dobi, zdravstvenim stanjem, invaliditetom, genetskim nasljeđem, rodnim identitetom, izražavanjem ili spolnom orijentacijom. Govor mržnje svakako spada među takva protupravna, diskriminatorna postupanja.

2.4 Pravo na informaciju

Ustav RH jamči pravo na pristup informacijama, i to člankom 38. u kojem stoji kako "novinari imaju pravo na slobodu izvještavanja i pristupa informaciji".

Evidentno je, dakle, da hrvatsko zakonodavstvo štiti pravo na informaciju i da svaka osoba, bez obzira na status, a posebice novinari, ima pravo na pristup informacijama. Iako to u praksi zbog ljudskog faktora ne funkcionira najbolje, jasno je da je hrvatsko zakonodavstvo učinilo dosta na ostvarivanju prava na informaciju. To bi se pitanje moglo pak dodatno poboljšati ako se mediji počnu koristiti uslugama Udruge za nezavisnu medijsku kulturu, osnovane u suradnji s Hrvatskim novinarskim društvom, a kojoj je cilj upravna pomoć u ostvarivanju prava na pristup informacijama u posjedu javnih vlasti. (Peruško i dr. 2011:30)

Udrugu za nezavisnu medijsku kulturu osnovali su 2005. godine novinari/novinarke i drugi djelatnici u elektroničkom izdavaštvu, u cilju razvoja nezavisnosti i profesionalnosti novinarske struke, te osiguravanja prava javnosti na obaviještenost i obrazovanje o pitanjima iz oblasti civilnog društva, kulture, društvene znanosti i politike. (Agencija za elektroničke medije)

Udruga se nalazi u Zagrebu, a misija udruge je formiranje informirane i obrazovane javnosti, razvoj demokracije i promicanje novinarstva kroz naš portal, koji proizvodi elektroničke novinske članke i druge oblike medija, te obrazovne aktivnosti. Cilj je pružanje javnog prava na informiranje i obrazovanje na područjima civilnog društva, kulture, društvenih znanosti i politike. (Anna Lindh Foundation)

2.5 Jezik

Prema Zakonu o elektroničkim medijima pružatelji medijskih usluga dužni su objavljivati program na hrvatskom i latiničnom pismu ili u prijevodu na hrvatski jezik. Mogu promicati i stvaralaštvo na narječjima hrvatskog jezika kao što je to bio slučaj kod Gruntovčana. Prema Leksikonu radija i televizije, kajkavsko narječje pomoglo je u uspjehu serije, a rečenice poput “Suncece ti presvetlo!” i “Kaj nemaš peneze?” postale su gotovo poštapalice. Uporaba hrvatskog jezika nije obavezna:

- ako se objavljuju filmovi i druga audio i audiovizualna djela u izvornom obliku,
- ako se objavljuju glazbena djela s tekstem koji je djelomice ili u cijelosti na stranom jeziku,
- ako su programi djelomice ili u cijelosti namijenjeni učenju stranog jezika i pisma.

Uporaba hrvatskog jezika nije obavezna u programima namijenjenim pripadnicima nacionalnih manjina u skladu s Ustavnim zakonom o pravima nacionalnih manjina. (Zakon o elektroničkim medijima, čl. 3. i 4.)

2.6 Medijska načela i obveze

Prema Zakonu o medijima mediji su dužni poštivati privatnost, dostojanstvo, ugled i čast građana, a osobito djece, mladeži i obitelji bez obzira na spol i spolno opredjeljenje. Zabranjuje se objavljivanje informacija kojima se otkriva identitet djeteta, ukoliko se time ugrožava dobrobit djeteta. Mediji su dužni poštivati pravo na zaštitu identiteta svjedoka i oštećenika kaznenih djela, i bez njihova znanja i pristanka ne smiju otkriti njihov identitet.

U slučaju ratnog stanja ili neposredne ugroženosti neovisnosti i jedinstvenosti Republike Hrvatske, te velikih prirodnih nepogoda nakladnik je obavezan na zahtjev nadležnoga državnog tijela objaviti bez naknade proglose, kao i službena priopćenja nadležnih državnih tijela. (Zakon o medijima; čl.19. st. 1)

U slučaju tehničko-tehnoloških i ekoloških nesreća i epidemija kad postoji opasnost za život i zdravlje ljudi, sigurnost zemlje, te javni red i mir, nakladnik je obavezan na zahtjev nadležnoga državnog tijela objaviti bez naknade proglose, kao i službena priopćenja nadležnih državnih tijela. (Zakon o medijima; čl.19. st. 2)

Plenković (2013.) tvrdi kako je Hrvatska dobila suvremeni zakonodavni okvir koji potiče medijsku konkurenciju i slobodno medijsko tržište. U skladu s pravilima Europske unije posebno je regulirana sfera elektroničke medijske komunikacije, mobilna telefonija, implementacija unificiranog europskog broja za hitne službe, regulacija medijskih pravila o trajanju reklamnih spotova (poruka) na javnoj televiziji, pravila za promicanje europske kulturne baštine i emitiranja filmova iz ukupne europske audiovizualne produkcije.

Posebno je, u skladu s razvojem informacijskog društva i medija, regulirana sfera nove elektroničke medijske tehnologije i elektroničkog trgovanja. Stvoreni su odgovarajući temeljni pravni okvir koji omogućuju elektroničko potpisivanje i razmjenu pravovaljanih elektroničkih medijskih ugovora u svakodnevnom poslovanju. Možemo zaključiti da je Republika Hrvatska u protekla dva desetljeća razvijala medije i novinarstvo u pozitivnom ozračju naslovljene sintagme „Mediji, novinarstvo i Europska unija« (prošlost, sadašnjost i budućnost).

3 Nastanak i razvoj televizije

Perišin (2011.) ističe da je Televizija (grčki tele – daleko + lat. - visio - gledanje) masovni medij s više lica. Za razumijevanje televizije bitno je razumjeti i njezin odnos prema ostalim medijima. Pojam televizija prvi put se upotrijebio u Parizu 1900. godine na Međunarodnom kongresu elektrike. Televizija je nezaobilazna u svakodnevnom životu. Svaka definicija televizije ističe da je to „sustav koji se odnosi na sve aspekte televizijskog programa, ali i na način transmisije slike i zvuka.“

Povijest televizije počiva na radiju, filmu, fotografiji i elektronskim kamerama. Prvo TV emitiranje započelo je tek dvadesetih godina 20. stoljeća iako je veliki dio tehnologije postojao već duže vrijeme. Pronalazak televizije pripisuje se škotskom inženjeru John Logie Bairdu. Njegovo istraživanje trajalo je deset godina, a 1926. prikazao je neku vrstu televizije nakon što je mehanički skenirao ekran od 15 linija. (Mek Kvin 2000:25)

Jukić (2019.) navodi da je John Logie Baird prvu televizijsku sliku ugledao na uređaju koji je sam konstruirao i nazvao ga televizor. Svoj izum pokazao je prvi puta članovima Kraljevskog instituta 1926. godine. Međutim, otkriću televizije prethodio je još niz izuma s kraja 19. stoljeća. Jedan od ključnih izuma bio je i mehanički disk njemačkog znanstvenika Paula Nipkowljeva.

On je dokazao da je sliku moguće pretvoriti u električni signal te taj signal prenijeti na drugo mjesto. Također, važan je bio i izum znanstvenika Karla Ferdinanda Brauna iz 1897. godine. On je patentirao katodnu cijev koja pomoću snopa elektrona na fluorescentnom zaslonu iscrtava sliku. Mnogi znanstvenici nakon tog pokušavali su proizvesti televizijsku sliku, međutim, to je prvo pošlo za rukom upravo John Logie Bairdu.

Da bi se zaista razumjelo televizijsko poduzeće i sve napetosti koje prate njegov trenutni preobražaj, mora se znati kako je sve to počelo. Američki zakonodavci i rukovodioci industrije smatrali su da je ovaj medij veoma blizak radiju. U prvoj polovici dvadesetog stoljeća oba medija su bila isključivo okrenuta radio – difuziji – korištenju javnih radio-valova za emitiranje zvučnih (radio) i audiovizualnih signala (televizija) do prijamnika koje su Amerikanci kupovali za svoje domove. (Tjrou, 2013:188)

Od samih početaka televizije sredinom dvadesetoga stoljeća, tehnologija prijenosa TV signala razvijala se vrlo brzo. Posebno je dinamičan razvoj televizije u posljednjih dvadesetak godina. Na početku se televizijski signal prenosio samo zemaljskim putem, a za njegov prijam potrebna je bila antena koja se postavljala na krov kuće ili bilo gdje s vanjske strane zgrade, ali okrenuta prema odašiljaču. Kako bi se omogućio kvalitetan prijam televizijskog signala bez

mnogo muke oko podešavanja antene, sredinom dvadesetog stoljeća u SAD-u razvio se razvio koncept kabelaške televizije. Prve kabelaške televizije prenosile su svega dva do tri programa. To su u početku bili isti oni programi koji su se emitirali i zemaljskim putem, a kabelaški operater je osiguravao kvalitetan signal svim korisnicima. Korisnici nisu morali imati vlastite antene nego su samo dobili priključak od kabelaške televizije koji su spojili na televizor. To je početak razvoja plaćene televizije.

S vremenom se povećavao broj programa koje je distribuirala kabelaška televizija, a pokrenuti su i neki programi koje je emitirala isključivo kabelaška televizija kao svoje. Istovremeno se razvijala i kabelaška televizija nudeći sve veći broj programa. 60-tih godina prošlog stoljeća se počela razvijati satelitska televizija, čija je glavna prednost pokrivenost velikog prostora. Putem satelita televizijski signal može pokriti cijelu Europu. Satelitska televizija u Europi doživljava svoj procvat početkom devedesetih godina prošlog stoljeća, kada putem satelita počinje emitirati dvadesetak njemačkih televizija, te po nekoliko engleskih, talijanskih i drugih.

Herceg (2012.) tvrdi da u posljednjih desetak godina razvoj interneta donio je novu tehnologiju prijenosa televizijskog signala. Radi se o IPTV-u, televiziji temeljenoj na Internet protokolu. Takav prijenos televizijskog signala je jeftin, ali zahtijeva stabilnu vezu na internetu koja će biti stalno uključena. Za gledanje potreban je prijamnik koji se spaja na ADSL uređaj. Oprema se dobiva od distributera, a za opremu i gledanje se plaća mjesečna naknada, isto kao i u kabelaškoj televiziji.

Radio i televizija razvili su se u Hrvatskoj u prvoj polovici 20. stoljeća kao državni monopol. Televizija Zagreb počela je emitirati 1956. godine. Pretplata je kao glavni izvor financiranja državne radiotelevizije uvedena 1961, drugi televizijski kanal počeo je emitirati 1972, a treći 1989. slijedom promjena na državnom i političkom planu, televizija Zagreb preimenovana je 1990. u Hrvatsku radioteleviziju (HRT), te se sastojala od Hrvatske televizije (HTV-a), Hrvatskog radija (HR-a), i odašiljača i veza. (Peruško i dr.; 2011:69)

Prema Popović (2004.) televiziju kao medij već od njezine pojave obilježavaju dva potpuno oprečna modela – model javne i model komercijalne televizije. Javna (europska) televizija svoj razvoj počinje službenim emitiranjem redovitoga programa BBC-ja (British Broadcasting Corporation) 1936. godine iz Londona, a prva komercijalna, privatna (američka) televizija NBC (National Broadcasting System) počela je emitirati redoviti “eksperimentalni program” 1937. godine iz New Yorka.

Prema Perišin (2010.) Pravodobnosti i autentičnost dvije su od nekoliko karakteristika televizijskog medija, koje ujedno određuju žanrovsku karakteristiku emisije televizijskih vijesti. Vijest u najužem smislu možemo odrediti kao nešto što se događa sada, što se dogodilo nedavno ili će se dogoditi. Televizijske vijesti jedan su od najviše karakterističnih televizijskih žanrova jer sadržavaju upravo sva obilježja samog medija. Još jedna karakteristika televizije kao medija, a s kojom se obilato služe televizijske vijesti jest "trenutačnost", dojam da se program prenosi uživo. Iako se uglavnom samo vijesti i sportski prijenosi emitiraju uživo, televizija se često koristi tom svojom odlikom. Neki programi snimaju se kao da idu uživo, iako će se reemitirati poslije. Važna specifičnost televizije kao medija jest i izravno obraćanje gledatelju – obraćanje kao da se vodi razgovor s njime. Najavljiivači, voditelji televizijskih vijesti čitaju izravno u kameru, simulirajući izravni kontakt s gledateljem.

Zakonski okvir kojim se osigurava nepristranost medija i pravičnost izvještavanja smatra se jednim od ključnih uvjeta za uspostavu demokratskih medija. Zahtjevi za pravičnost i nepristranost medijskih objava odnose se na svako razdoblje društvenog razvoja demokracija u tranziciji, ali su posebno istaknuti u vremenu izbora. Izbori bi trebali biti temeljni pokazatelj pravičnosti odnosa medija i politike u društvu. (Peruško i dr. 2011:107)

4 Moć televizije

Iz perspektive razvoja društva 20. stoljeće bilo je najdinamičnije kada je riječ o razvoju medija. Rođeni su i radio i televizija. Od prvog televizijskog emitiranja, na BBC-ju 1936. godine, prošlo je 75 godina i zasigurno možemo govoriti o pola stoljeća dominacije televizije kao najmoćnijeg medija. Ono što je televiziju razlikovalo od novina i radija bila je uvjerljivost žive slike, a za razliku od filma, televizijska slika zapakirana u informativne formate nije bila, ili se barem nije očekivalo da bude, režirana fikcija. Televizija je donosila prikaze događaja koji su se zaista dogodili te izjave osoba utjecajnih u političkom, gospodarskom, kulturnom i inom životu neke zemlje ili lokalne zajednice. (Car, 2010:91)

Prema Popović (2004.) u Hrvatskoj u kojoj je kultura čitanja općenito vrlo niska, a s obzirom na gospodarske prilike riječ je i o poprilično skupoj kulturi, moć televizije kao masovnog medija nedostižna je tiskanom mediju. Kad je posrijedi utjecaj na široku javnost, zbog atraktivnosti vizualnog medija, ne može je dostići ni radio. Prednosti televizije su uvjerljivost žive slike, brzina, dostupnost, a Hrvatska je televizija sve do prodaje trećeg kanala imala i povlašten monopolistički položaj na hrvatskom televizijskom tržištu.

Društvena funkcija televizije i njezin utjecaj na javnost i javno mnijenje mogu se promatrati preko utjecaja televizijskog prijenosa nekog događaja, i to ponajprije onoga koji se emitira u vijestima. Za Vijetnamski rat može se reći da je bio prvi televizijski rat. Televizijski izvještaji prikazivali su sve ratne strahote, upozoravali na zločine nad civilima koje su počinili američki vojnici, sve više preispitivali svrhu i stvarne ciljeve tog rata. Kada je 1965. CBS u vijestima prikazao izvještaj koji je slikom pokazao kako američki marinci upaljačima pripaljuju kolibe i ubijaju mještane, predsjednik Lyndon Johnson ljutito je nazvao predsjednika CBS-a i cijelu televizijsku mrežu proglasio izdajničkom. Iste godine započeli su proturatni prosvjedi diljem zemlje. (Perišin 2010:46)

Prema McLuhanovom shvaćanju riječ je o uvjerljivosti žive slike koja pridonosi vjerodostojnosti televizijskog sadržaja, a ona je jedan od ključnih kriterija televizijske moći i utjecaja. Upravo je ta slika "stvarnoga života" ono što je povuklo granicu između filma kao fikcije i televizije kao slike, medijski konstruirane, stvarnosti. Podcrtat ćemo da je televizijska stvarnost uvijek samo konstrukcija stvarnosti, jer čak i onda kada uživo prenosi neki događaj, i to bez novinarskog komentara, bez izjava sudionika, ostaje važan i položaj i kut kamere iz kojeg se događaj snima, odnos između snimljenog i nesnimljenog. Koristeći jednosmjerni komunikacijski kanal, onaj koji ide od tvorca sadržaja prema gledateljima, televizija je

dominirala i još uvijek dominira kao izvor informacija, znanja i zabave. Postala je najpopularniji medij i to još uvijek jest, iako je internet, s mnoštvom raznolikog sadržaja zapakiranog u različite formate i nove hibridne žanrove te uz komunikacijsku dimenziju kao svoju glavnu prednost, polako, ali sigurno ugrožava. (Car 2010:92)

Dvojbeno je, međutim, može li se gledanost televizije poistovjećivati s njezinim utjecajem na javnost. Na oblikovanje javnoga mnijenja svakako utječu i brojni drugi čimbenici kao što su obrazovanje, društvene vrijednosti i sl. Neki će se gledatelji, svjesni iluzije koju im pruža “mali ekran”, utjecaju televizije izlagati površno i pasivno. No, koliko je onih koji nisu tako oštroumni da budu pasivni – može li na njih ne utjecati višestruko ponavljanje istovrsnoga, ali različito upakiranog sadržaja? Odmah se nadovezuje i pitanje može li se s pomoću televizije upravljati političkim postupcima pojedinaca, osobito konkretnim političkim odlukama pojedinaca – npr. davanjem glasa na izborima? Odemo li još korak dalje, nameće nam se i pitanje može li država klasične instrumente sile pri vladanju zamijeniti (barem djelomično) informativnim manipulacijama?

Od najvećeg je značenja tko upravlja televizijom. Neovisno o vjerodostojnosti Mooreova Bowling for Columbine , gledatelji će se zapitati o utjecaju američkih medija na najširu populaciju. Dok najčešće nije tajna tko upravlja komercijalnom televizijom, ostaje pitanje tko uistinu upravlja javnom televizijom? (Popović 2004:19)

5 Medijske usluge televizije i radija

ZEM prema čl.19. st. 1. definira da djelatnost pružanja audio i/ili audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev može obavljati pravna ili fizička osoba koja ispunjava uvjete a to su da pružatelj medijskih usluga treba biti upisan u sudski ili drugi propisani registar u RH te ako uz opće uvjete ima sjedište i uredništvo u RH. Medijske usluge može obavljati ona osoba koja ima ispunjene navedene uvjete i ima dopuštenje Vijeća za elektroničke medije za obavljanje ove djelatnosti.

Postupak davanja koncesija za obavljanje djelatnosti pružanja medijske usluge televizije provodi Vijeće za elektroničke medije. Ovisno o raspoloživosti prijenosnih kapaciteta i interesu tržišta, AEM raspisuje koncesije a Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (HAKOM) pokreće postupak za izdavanje dozvole mrežnom operatoru. (Agencija za elektroničke medije)

Predvidivi troškovi pravnih osoba koje se javljaju na natječaj za televizijske koncesije, kao i televizijskih nakladnika vezani uz televizijske djelatnosti su:

- 3.100,00 kuna troška dostave natječajne dokumentacije i podnošenja ponude za nadmetanje
- dobivanjem koncesije nakladnik postaje obveznik uplate koncesijske naknade. Visina koncesijske naknade određuje se sukladno broju stanovnika na koncesijskom području. Za svakih započelih 50.000 stanovnika ona iznosi 500,00 kuna godišnje. Postoji i varijabilni dio koncesijske naknade koji se plaća u slučaju da nakladnik ima prihod veći od 5.000.000 kuna i plaća se u iznosu od 0,15% na iznos iznad navedenog,
- nakon potpisa ugovora o koncesiji, nakladnik postaje i obveznik uplate 0,5% godišnjeg bruto prihoda od djelatnosti na ime naknade za rad Agencije za elektroničke medije.

Pored gore navedenih troškova postoji i trošak naknade za uporabu radijske frekvencije koja se uplaćuje HAKOM-u te drugi troškovi vezani uz audio/audiovizualne djelatnosti (ZAMP i drugo), kao i troškovi emitiranja koji se određuju prema cjeniku Odašiljača i veza d.o.o. Nakon što Vijeće donese odluku o dodjeli koncesije te se sa pružateljem medijske usluge televizije sklopi ugovor o koncesiji, nakladnik se upisuje u Knjiga pružatelja medijskih usluga televizije, koja se redovito ažurira te je dostupna i u .xls formatu. (Agencija za elektroničke medije)

6 Hrvatska televizija

Prema Zakonu o hrvatskoj radio televiziji (čl.1 st.1.), HTV se definira kao pravna osoba koja ima status javne ustanove čija se djelatnost, funkcija i sadržaj javnih usluga, financiranje, upravljanje, nadzor i način rada uređuje ovim Zakonom i propisima donesenim na temelju njega.

6.1 Povijest HRT-a

Hrvatska je među prvim zemljama u srednjoj i istočnoj Europi koja je osnovala radiopostaju.

"Halo, halo! Ovdje Radio Zagreb!" prve su riječi emitirane uživo 15. svibnja 1926., označivši početak radija u Hrvatskoj. U 20:30 sati, uz zvuke hrvatske himne i uz najavu Božene Begović nakon koje je slijedio govor dr. Sterna, Radio Zagreb se čuo prvi put na frekvenciji 350 metara srednjeg vala. Te su večeri slušatelji mogli čuti službeni bilten, glazbu Beethovena, Haydna, Chopina, Rameaua, Saint-Saensa i na koncu 15-minutne novosti. (radiotelevizija, n.d.)

Prva izvješća s mjesta događaja počela su u jesen, a prva izvješća s otvorenog prostora bila su u studenom s otkrivanja spomenika J. J. Strossmayeru. Kasnije tog mjeseca održana su još dva prijenosa uživo opera More i Rusalka iz Hrvatskog narodnog kazališta, a također su započeli prijenosi svetih misa iz Markove i ostalih crkava. Do prosinca je Radio Zagreb bio među prvim radiopostajama u Europi koje su javno pozvale publiku da sudjeluje u stvaranju originalnih rukopisa za radiodrame. (Hrvatska radiotelevizija; Povijest HRT-a)

Prema Šalković (2000.) model javne televizije (MJT) nacionalno je strukturiran model formiran početkom 20.st. s ciljem prezentiranja i prenošenja najviše razine ljudskog znanja koja će demokratski predstavljati ujedinjeni glas nacije. MJT je model namijenjen zadovoljenju interesa cjelokupne publike. Njegova je uloga mnogo kompleksnija i važnija od pukog promicanja zabave. Štoviše, njegova je uloga u "potvrđivanju ljudskih iskustava, u izdizanju iznad okvira stereotipa". U svojem stremljenju prema zadovoljenju javnih interesa, MJT bi se trebao povoditi idejom objektivnosti, nepristranosti i pravičnosti. On mora zadovoljiti interese manjine u jednakoj mjeri kao i interese većine.

6.2 Načela HRT-a

Kao bitni kriteriji javne televizije Šalković (2000.) ističe: stabilnost, neovisnost, proporcionalnost (sadržajna) i transparentnost. Javna televizija ponajprije treba biti slobodna, ne zlorabeći pritom slobodu javnog informiranja tako da, ne želeći se svrstati ni na čiju stranu, umjesto da bude objektivna, postaje zlonamjerno kritična prema svima. Isključivo kao servis informacija, javna bi televizija trebala pomoći ljudima time što ih informira, ali i educira svojim sadržajima. Druga njezina funkcija je zabaviti, opustiti, razonoditi. Težeći demokratskom poretku, demokratskim slobodama, nazorima i kulturi demokratskog dijaloga, gotovo je nevjerojatno više uopće i spominjati državnu televiziju te s njom uspoređivati javnu.

HRT u svojim programima mora zadovoljiti interese javnosti na državnoj, regionalnoj i lokalnoj razini te osigurati odgovarajuću zastupljenost informativnog, umjetničkog, kulturnog, obrazovnog, dječjeg, zabavnog, športskog i drugog sadržaja. (Zakon o Hrvatskoj radio televiziji, čl.5)

Načela HRT-a:

- *U službi svih građana Republike Hrvatske*

Prema ljudima se odnosimo s poštovanjem, odgovorno, pravično i osjetljivo. Javne medijske usluge namijenjene su i bogatima i siromašnima, mladima i starima, većini i manjinama. Dio su „ljepila“ koje povezuje sve različite dijelove našeg društva, kojemu su kao temelj potrebni čestitost i solidarnost. Naša svakodnevna prisutnost u domovima i obiteljima nameće visoku odgovornost i obvezuje nas na primjereno ponašanje. Dužni smo razviti takvu organizaciju u kojoj će pravila ponašanja i postupanja otklanjati situacije sukoba interesa kako bi se programske i poslovne odluke donosile samo u interesu cjelokupne javnosti.

- *Vjerodostojnost i nepristranost*

Pružamo provjerene i nepristrane informacije, preuzimamo odgovornost za njihovu točnost i vjerodostojnost te neovisno i samostalno procjenjujemo njihovu važnost za objavu. Poštujemo različita mišljenja i stajališta, neovisno i samostalno procjenjujemo njihovu važnost te ih u skladu s tim nepristrano predstavljamo javnosti.

- *Nacionalne i opće vrijednosti*

Cijenimo bogatstvo i raznolikost nacionalnog i regionalnog kulturnog naslijeđa te ga predstavljamo javnosti čuvajući njegov izvorni smisao i vrijednost. Poštujemo raznolikost nacionalnih manjina i religijskih svjetonazora. Njeguemo i čuvamo hrvatski jezik. Nastojimo prepoznati suvremena društvena kretanja i nepristrano predstaviti nove i stare vrijednosti. Visoko cijenimo prirodnu baštinu, zauzimamo se za zaštitu okoliša i promičemo pravo sadašnjih i budućih naraštaja na zdrav okoliš.

- *Profesionalnost*

Zahtijevamo i potičemo visoku razinu profesionalnosti novinara i drugih stvaratelja programa. Poštujemo znanje te svoje djelovanje usklađujemo s razvojem znanja ugrađujući ga i u svoj proizvod i u svoju organizaciju. Postavljamo standarde kvalitete za multimedijske sadržaje i programe koje prati najšira publika. U svakoj prilici pridržavamo se profesionalne i poslovne etike.

- *Ravnopravnost medija*

Ravnopravno tretiramo sve medije u našoj nadležnosti: radio, televiziju, internetske portale, nelinearne medijske usluge, nove komunikacijske koncepte i druge nove medije. Poštujemo specifičnosti svakog medija, računamo na različite situacije u kojima je našem korisniku korištenje nekog medija prikladnije od drugih. Svjesni smo obveze umjetničkog i dokumentarnog izražavanja u okvirima svakog medija. Za pojedine društvene skupine, a osobito za mlađu publiku, prednost ćemo dati onom mediju koji će ostvariti najbolji doseg u toj skupini.

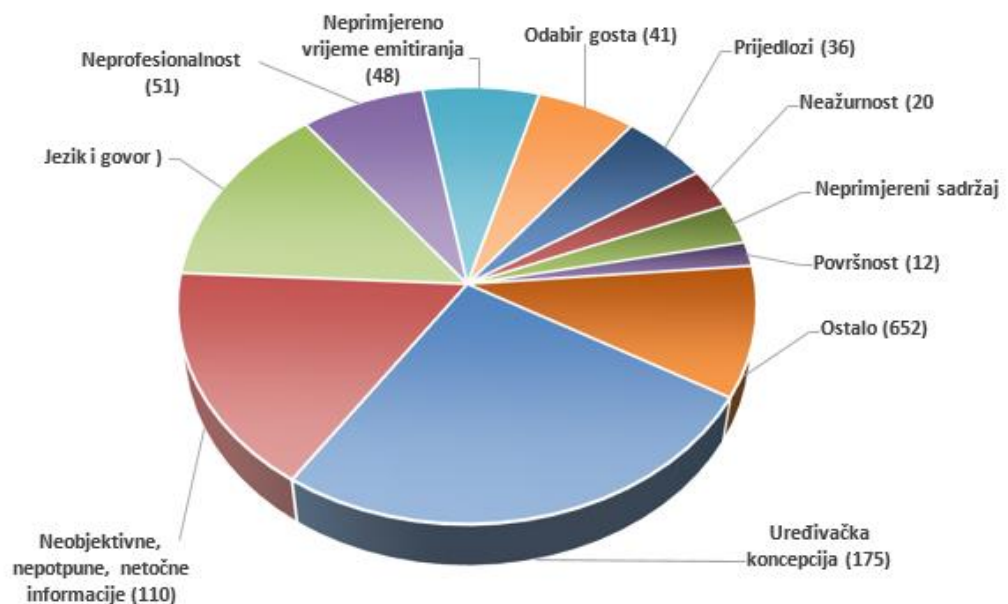
- *Inovativnost i kreativnost*

Potičemo inovativnost, nastojimo prepoznati vrijednosti novih društvenih ili tehnoloških pogleda, kreacija i rješenja. Ohrabrujemo građanstvo da se sučeli s promjenama koje donosi digitalizacija, s novim tehnologijama, komunikacijama i platformama. Upućujemo građanstvo u nove načine korištenja medija, pridonosimo unapređenju medijske pismenosti, razvoju novih vještina i zajednički gradimo društvo i ekonomiju zasnovanu na znanju. Ohrabrujemo umjetničku kreativnost, ističemo i predstavljamo umjetnička djela visoke vrijednosti te ih i sami stvaramo.

6.3 Prigovori, prijedlozi i pohvale korisnika usluga HRT-a

6.3.1 Prigovori

Od 708 primljenih prigovora najviše ih se (175) odnosilo na nezadovoljstvo koncepcijom programskih sadržaja, i to nezadovoljstvo ukupnim uređivanjem programa te na nezadovoljstvo uređivačkom koncepcijom pojedinih emisija (neuvršavanje pojedinih emisija u jesensku shemu, ukidanje pojedinih emisija, emitiranje pojedinih emisija u neatraktivnim terminima, premalo sportskih sadržaja ili previše sportskih sadržaja itd...). Velik broj prigovora (110) odnosi se na informacije koje su gledatelji i slušatelji smatrali nepotpunim, netočnim, pristranim, neobjektivnim ili senzacionalističkim. Tu su i prigovori na jezik i govor (93) koji se odnose na način govora, zastajkivanje, učestalu uporabu poštapalica i lokalizama i sl.



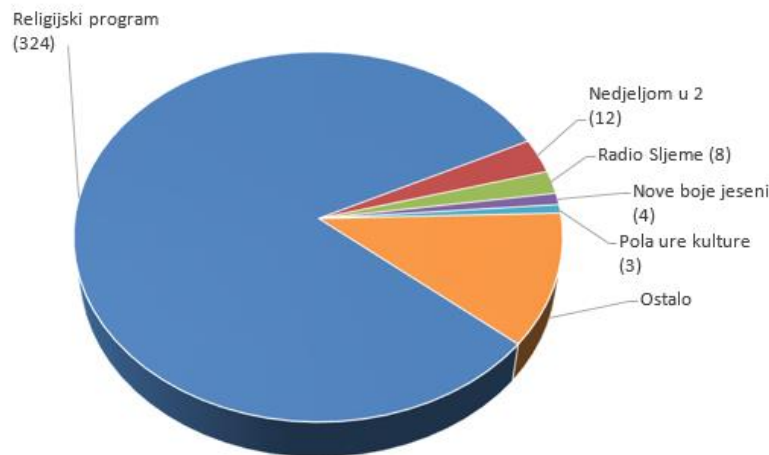
Slika 2 Prigovori korisnika, Izvor:

https://www.hrt.hr/fileadmin/dokumenti/1._Izvjescje_o_ostvarenju_ciljeva_i_obveza_iz_Ugovora_s_Vladom_RH_za_2017.pdf

Osim toga, korisnici usluga HRT-a tijekom 2017. godine prigovarali su zbog neprofesionalnosti (51), neprijmjerene termina emitiranja pojedinih emisija (48), odabira gosta (40), neažurnosti (20) i površnosti (12). Korisnici usluga HRT-a dostavljali su povjereniku i svoje prijedloge za koje su smatrali da bi unaprijedili kvalitetu programskih sadržaja i pridonijeli gledanosti te slušanosti programa HRT-a. (Hrvatska radiotelevizija; Organizacija, ravnatelj i ravnateljstvo)

6.3.2 Pohvale

Najviše pohvala u ovom izvještajnom razdoblju dobio je Religijski program (324), a osobito odabir prigodnih sadržaja emitiranih u povodu blagdana Velike Gospe (15. kolovoza 2017.), zatim emisija Nedjeljom u dva (12), Radio Sljeme (8), Nove boje jeseni (4), Pola ure kulture (3).



Slika 3 Pohvale korisnika, Izvor:

https://www.hrt.hr/fileadmin/dokumenti/1. Izvjesce_o_ostvarenju_ciljeva_i_obveza_iz_Ugovora_s_Vladom_RH_za_2017.pdf

Uz navedene emisije pohvaljene su i *A strana*, *Daj pet(ak)* i rubrika *IzazovNa* Anđela Jurasca te emisije *Hrvatski velikani*, *Stambeno pitanje*, *U svom filmu*, *Na rubu znanosti* i *Kućni ljubimci*, kao i neki novinari i urednici. (Hrvatska radiotelevizija; Organizacija, ravnatelj i ravnateljstvo)

6.4 Tijela HRT-a

Četiri su glavna tijela HRT-a, a to su: glavni ravnatelj HRT-a, ravnateljstvo HRT-a, nadzorni odbor i programsko vijeće HRT-a.

6.4.1 Glavni ravnatelj HRT-a

Hrvatskom radiotelevizijom upravlja Glavni ravnatelj Hrvatske radiotelevizije u skladu sa Zakonom o Hrvatskoj radioteleviziji i Statutom Hrvatske radiotelevizije. Glavnoga ravnatelja Hrvatske radiotelevizije na temelju Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji imenuje Hrvatski sabor na mandat od pet godina. Postupak imenovanja i razrješenja Glavnoga ravnatelja Hrvatske radiotelevizije utvrđen je Zakonom o Hrvatskoj radioteleviziji. (Hrvatska radiotelevizija; Organizacija, ravnatelj i ravnateljstvo)

Glavni ravnatelj zastupa i predstavlja Hrvatsku radioteleviziju i odgovoran je za zakonitost njezina poslovanja, za uspješno ostvarivanje njezine djelatnosti, za financijsko poslovanje i ostvarivanje programskih načela utvrđenih Zakonom o Hrvatskoj radioteleviziji. Glavni ravnatelj odgovoran je za to da se rad i poslovanje ostvaruju sukladno Zakonu o Hrvatskoj radioteleviziji, Statutu Hrvatske radiotelevizije, drugim propisima i Ugovorom s Vladom Republike Hrvatske. (Hrvatska radiotelevizija, Izvješće o ostvarenju ciljeva i obveza)

Prema Zakonu o hrvatskoj radioteleviziji u slučaju prestanka mandata Glavnog ravnatelja HRT-a, Hrvatski sabor će do izbora novog Glavnog ravnatelja HRT-a imenovati vršitelja dužnosti Glavnog ravnatelja HRT-a, najdulje na rok od godinu dana. Javni natječaj za imenovanje Glavnog ravnatelja HRT-a objavit će se u roku od mjesec dana od dana imenovanja vršitelja dužnosti Glavnog ravnatelja HRT-a, osim ako je u tijeku provedba već objavljenog javnog natječaja. (Hrvatska radiotelevizija, Izvješće o ostvarenju ciljeva i obveza)

6.4.2 Ravnateljstvo Hrvatske radiotelevizije

Ravnateljstvo Hrvatske radiotelevizije čine Glavni ravnatelj Hrvatske radiotelevizije i ravnatelji ustrojbenih jedinica Hrvatske radiotelevizije –

- ravnatelj Poslovne jedinice Program;
- ravnatelj Poslovne jedinice Produkcija;
- ravnatelj Poslovne jedinice Tehnologija;
- ravnatelj Poslovne jedinice Poslovanje

Radom Ravnateljstva Hrvatske radiotelevizije rukovodi Glavni ravnatelj Hrvatske radiotelevizije.

6.4.3 Nadzorni odbor HRT-a

Prema Zakonu o Hrvatskoj radioteleviziji nadzorni odbor HRT-a ima pet članova. Četiri člana Nadzornog odbora HRT-a imenuje i razrješava Hrvatski sabor na način i po postupku utvrđenom Zakonom o HRT-u. Jedan član Nadzornog odbora HRT-a je predstavnik radnika HRT-a koji se imenuje i razrješava u skladu sa Zakonom o HRT-u i Zakonom o radu. Mandat članova Nadzornog odbora traje četiri godine.

Nadzorni odbor obavlja poslove utvrđene Zakonom o HRT-u i Statutom HRT-a. Način rada Nadzornog odbora HRT-a uređuje se Poslovníkom o radu Nadzornog odbora HRT-a.

6.4.4 Programsko vijeće HRT-a

Programsko vijeće jedno je od tri upravljačka tijela HRT-a, a djelokrug rada regulira Zakon o HRT-u. (NN 25/03). Vijeće ima 11 članova, a glavna zadaća mu je nadziranje radijskoga i televizijskog programa HRT-a radi interesa javnosti. Članove Vijeća bira Hrvatski sabor, a izbor se obavlja putem javnoga poziva. Vijeće nadzire provedbu programskih načela; savjetuje i razrješava HR-a i HTV-a; i GP-a HTV-a; imenuje direktora programa i glavnoga urednika Informativnog programa; daje mišljenje o programskom usmjerenju radijskoga i televizijskoga programa te o financijskome i poslovnom planu HRT-a; donosi statut HRT-a te poslovnik o svom radu. Vijeće ne može pregledavati snimljene materijale prije objave niti može donositi odluke o objavljivanju. Ta odredba jamči uredničku neovisnost i sprečava cenzuru, no time se Vijeće zapravo svrstava u tijelo koje nadzire program i prema potrebi kažnjava one koji ga oblikuju ako se ne drže zakona te postavlja ljude na čelne funkcije javne televizije. (Peruško, 2011:37)

Prema Zakonu o HRT-u za članove Vijeća HRT-a biraju se osobe koje su hrvatski državljani s prebivalištem u Republici Hrvatskoj, koje su medijski stručnjaci i stručnjaci za audiovizualne djelatnosti, ugledni intelektualci, priznati umjetnici, stručnjaci i ostali javni djelatnici koji su se u javnom životu istaknuli zalaganjem za poštivanje demokratskih načela i vladavinu prava, izgradnju i unapređenje najviših vrednota ustavnog poretka Republike Hrvatske, razvitak civilnog društva, obranu ljudskih prava i sloboda, promicanju kulture, znanosti i umjetnosti, kao i zaštitu slobode medija i izražavanja. Pri izboru članova Vijeće HRT-a vodit će se računa o svjetonazorskom i drugom pluralizmu hrvatskog društva.

6.4.5 Pitanje sadržaja

Samoregulacija je pitanje nacionalne medijske kulture i važan preduvjet razvoja medija kao platforme za demokratski diskurs u društvu. Ona je temelj profesionalnog razvoja medijske industrije, a može uspjeti samo isključivo u dijalogu između vlasnika medija, države i urednika – novinara. Uspjeh samoregulacije ovisi o općoj kulturi javnog komuniciranja i pregovaranja te o svijesti o javnom interesu i društvenoj ulozi medija. Svaki društveni kontekst zahtijeva specifičan način samoregulacije, nema općega modela koji bi bio prikladan za svako društvo, ali se obično prihvaćaju određeni standardi međunarodne zajednice pri čemu je korisna međunarodna suradnja i dijalog profesije. (Peruško, Perišin i dr. 2011:103)

Predstavnici televizijske industrije ističu da više vole samoregulaciju od državne intervencije. Oni posebno podržavaju sistem ocjena, koji pokazuje roditeljima i drugim zainteresiranim na moguće neprikladne sadržaje emisije, a da istovremeno ne sprječava producente da proizvode takve programe. Krajem dvadesetih godina dvadesetog stoljeća rast javne zabrinutosti zbog televizijskog prikazivanja seksa i nasilja, kao i upotrebe nepristojnog jezika, navelo je kritičare televizijske industrije koji su bili i članovi kongresa (SAD-a) da se dogovore sa voditeljima ove industrije da se i u radio-difuznoj televiziji uvede sličan sistem. (Tjurou, 2013:240)

Tablica 2. Razlozi za zabrinutost i odgovori industrije

Razlozi za zabrinutost	Obrazloženje	Odgovor industrije
Nasilje	Nasilje na televiziji potiče djecu, pa čak i odrasle, da vjeruju da je fizička sila način rješavanja problema, da misle da je svijet oko njih podliji i opasniji no što jeste, kao i da budu manje osjetljivi nego što bi trebalo na nasilje u stvarnom svijetu	Nasilje je dio života, a televizija samo odražava život. Neka od najvećih književnih djela sadrže nasilje. Najveći dio nasilja na televiziji jeste nerealan i većina gledatelja zna razlikovati pravo i televizijsko nasilje.
Seks	Televizija prikazuje seks i seksualnost na neodgovoran način, ne povezujući ih sa ljubavlju. Seks najčešće nije povezan sa pitanjem kontrole rađanja ili sigurnosti.	Seks je dio života, a televizija odražava život. Kada programi sa takvim sadržajem ne bi bili popularni, producenti ih ne bi nudili.
Stereotipi	Osobe koje pripadaju određenim grupama, a posebno žene, ljudi koji pate od fizičkih nedostataka, kao i pripadnici manjinskih etničkih grupa, prikazani su na televiziji šablonski, često	Stereotipi su dio života, a televizija nesumnjivo odražava i taj vid života. Pri tom, mada na televiziji i dalje postoje stereotipi, danas ih ima mnogo manje nego što je to bio slučaj prije više

	na način koji ih ponižava. Debeli su često predmet ismijavanja, a istovremeno se prikazuju vrlo rijetko inteligentni crnci. Takvi prikazi pojačavaju i šire predrasude u društvu u cjelini.	godina. Kako Sjedinjene Države sve više postaju multietničko društvo, i televizija odražava tu raznolikost.
--	---	---

Izvor : Tjurou, *Mediji danas*

U realizaciji programskog usmjerenja za 2017. HRT se i dalje vodio slijedećim strateškim programskim ciljevima definiranim Programskom strategijom 2014.-2017 (Hrvatska radiotelevizija, Izvješće o ostvarenju ciljeva i obveza)

- povećana proizvodnja domaćih sadržaja i djela trajne vrijednosti
- rast i uravnoteženost dosega
- visoka pozicija HRT-a na multimedijским i mobilnim platformama • prepoznatljiva kvaliteta
- mogućnost utjecaja korisnika na stvaranje programa
- dostupnost osobama koje teško prate redovitu programsku uslugu
- pokretanje društveno korisnih događaja i sudjelovanje u njima
- otkrivanje uspješnosti i anomalija u društvu neovisno o interesnim snagama.

7 Dominacija komercijalnih televizija u Hrvatskoj

Danas se elektronički mediji, a osobito oni koji funkcioniraju kao javni servis, suočavaju s mnogim izazovima. Pritisci više ne dolaze samo od političara i vlasti, nego i od tržišta, oglašivača i drugih komercijalnih interesa. Usto, sve je veća konkurencija komercijalnih televizija i sve širi izbor programa. Postavlja se pitanje: zašto bi građani plaćali pretplatu za javnu televiziju kad ostale programe mogu dobiti besplatno? Na hrvatskom tržištu informativnog televizijskog programa svjedoci smo utakmice koja se svim sredstvima, a ne samo sadržajem, vodi između javne i konkurentskih komercijalnih televizija. Tri televizijske kuće – javna Hrvatska radiotelevizija i komercijalne televizije Nova TV i RTL proizvode program i na nacionalnoj razini. Emitiraju vlastitu središnju dnevnu informativnu emisiju i nastoje biti glavni izvor informacija građanima Hrvatske. (Perišin 2010:19)

Prema Roller (2014.), prva istraživanja o koncentraciji vlasništva i pluralizmu sadržaja na hrvatskom medijskom tržištu pojavila su se koncem 90-ih godina prošloga stoljeća, a tijekom prvog desetljeća novog milenija realiziran je niz projekata koji su se bavili strukturnim pluralizmom i pluralizmom programskih sadržaja u hrvatskom televizijskom prostoru. Značajne strukturne promjene dogodile su se proteklih nekoliko godina, nakon 2009. Ključan preokret zbilo se s javnim televizijskim servisom koji je, prvi put od postojanja Hrvatske, izgubio primat u gledanosti. Dok je do 2009. "HRT-ov položaj (bio) ozbiljno ugrožen" te se postupno smanjivala "njegova dominacija glede brojnosti gledatelja", od 2010. dominaciju u gledanosti preuzele su privatne komercijalne televizije.

Televiziju kao medij već od njezine pojave, tvrdi Popović (2004.) obilježavaju dva potpuno oprečna modela – model javne i model komercijalne televizije. Dok je temeljni zadatak komercijalne televizije ostvariti profit, model javne, neovisne i pluralističke televizije temelji se na shvaćanju televizije kao javne usluge koja se financira posredovanjem države. Dvije su ključne zadaće javne televizije u liberalnoj demokraciji – poduprijeti demokratski sustav i vladavinu zakona, što je istodobno i jamstvo njezine neovisnosti i slobode, te osigurati javnosti točno i sveobuhvatno izvještavanje kao i ravnopravan i slobodan javni forum za raspravu o važnim društvenim temama.

Tablica 2. Prosječna i ukupna zastupljenost programa na javnoj televiziji i komercijalnim televizijama u 2009.

Programska kategorija	Javni televizijski kanali (HTV 1, HTV 2)				Komercijalni televizijski kanali (Nova TV i RTL TV)			
	Prosječno trajanje emisije (min.)	Zbroj	Stupac N%	Red N%	Prosječno trajanje emisije (min.)	Zbroj	Stupac N%	Red N%
Zabavni program	47	5 577	32,08%	44,20%	43	6 500	36,22%	55,80%
Informativni program	33	6 428	36,97%	81,20%	27	1 230	6,85%	18,80%
Dramski program	53	5 380	30,95%	36,30%	58	10 214	56,92%	63,70%
Ukupno	42	17 385	100,00%	52,70%	48	17 944	100,00%	47,30%

Izvor: Peruško i dr., *Hrvatski medijski sustav*, 80.str.

Iz prikazane tablice vidljivo je da je javna radiotelevizija glavni proizvođač raznolikih žanrova u televizijskom sektoru. Raspon tema koje se emitiraju u televizijskim programima neusporedivo je širi na javnoj televiziji nego na komercijalnim televizijama. Po naravi programa, komercijalne su televizije osobito usmjerene na emitiranje dramskog i zabavnog programa, dok je u njihovim programima manje od 7% vremena posvećeno informativnim programima, uključujući vijesti i druge informativne emisije.

Iz toga je jasno da programska raznolikost na hrvatskom televizijskom tržištu ovisi o javnoj televiziji, te je potrebno zadržati javnu politiku kojom se njezin položaj osnažuje (u smislu uređivačke i programske kvalitete i proizvodnje programa u široko definiranom javnom interesu, financijske samostalnosti i upravljačke odgovornosti bez dnevnopolitičkih intervencija ili uplitanja). (Peruško i dr.; 2011:80)

8 British Broadcasting Corporation, BBC

BBC, *British Broadcasting Corporation*, Britansko radio društvo utemeljeno 1922. kao dioničko društvo elektronske opreme pod nazivom *British Broadcasting Company*, a 1926. dobiva sadašnji naziv Kraljevom poveljom, od 1927., odlukom Parlamenta, pretvoreno u javno poduzeće. Od tada se BBC financira od pretplate i zabranjena je bilo kakva vrsta plaćenih oglasa i reklama.

BBC je vodeći svjetski javni servis. Oni su nepristrani i neovisni i svaki dan stvaraju prepoznatljive programe i sadržaje svjetske klase koji informiraju, obrazuju i zabavljaju milijune ljudi u Velikoj Britaniji i širom svijeta. (BBC, n.d.)

British Broadcasting Corporation (BBC), javno financira sustav emitiranja u Velikoj Britaniji. U Velikoj Britaniji je imao monopol na televiziji od njegovog uvođenja do 1954. godine i na radiju do 1972. godine. Sjedište se nalazi u četvrti Westminster u Londonu. Iako u konačnici odgovoran parlamentu, BBC ima gotovo potpunu neovisnost u vođenju svojih aktivnosti. Britanski monarh imenuje članove BBC Trust-a, neovisnog 12-članog panela, kojim upravlja predsjednik, koji nadzire svakodnevne operacije. (British Broadcasting Corporation)

Po kvaliteti programa i neovisnosti od političkog utjecaja BBC je jedna od najuglednijih RTV kuća u svijetu, ujedno jedan od najvećih svjetskih izvoznika TV programa. Emitiranje BBC-a je prekinuto početkom II. svjetskog rata, a nastavljeno 1946. BBC je bio prva europska TV koja je počela emitirati program u boji (1967, sustavom PAL) i teletekst (1974). Program na stranim jezicima počeo se emitirati 1938, a danas emitira na 29 jezika. Satelitsko informativni kanal BBC World, namijenjen gledateljima u inozemstvu, pokrenut je 1995. i dostupan u 200 zemalja. Taj je kanal do 2014. u cijelosti financiralo Ministarstvo vanjskih poslova, a od tada se dijelom financira i od komercijalnih prihoda. Budući da u BBC-jevim domaćim programima oglašavanje nije dopušteno, glavni su izvor prihoda pretplata (75%) te komercijalne djelatnosti (21%) i vladina potpora BBC World Serviceu (4%). Ukupni godišnji prihod iznosi oko 6,6 milijardi eura. BBC ima više od 16 000 zaposlenih i oko 20 000 vanjskih suradnika. (Leksikon radija i televizije)

Za razliku od Velike Britanije, u kojoj se televizija od početka razvijala kao javni servis, u SAD-u se četrdesetih godina razvijala komercijalna televizija, a televizijske mreže bore se za gledatelje. U Velikoj Britaniji, informativni televizijski program razvijao se pod okriljem BBC-a, koji je još 1926. definiran kao javna korporacija. U SAD-u zakoni tržišta utjecali su na razvoj televizije i ona se otpočeta razvijala kao komercijalna. Izravni prijenos specifičnost je

televizijskog medija i glavno obilježje televizije u njezinim počecima. I dan – danas, izravni prijenos smatra se najtelevizičnijom formom. Upravo zbog posebnosti izravnog prenošenja događaja, bitne su značajke televizije trenutačnost, istodobnost i pravodobnost. Danas i emisije koje se snimaju unaprijed nastoje postići dojam prijenosa uživo, kako bi pružile gledateljima osjećaj da se to što gledaju događa upravo sada. U nas su primjeri za to kvizovi milijunaš i Jedan protiv sto. Snimaju se unaprijed ali su realizirani tako da gledatelj ima dojam da se prenose izravno. (Perišin 2010:37-39)

Prema Ružić (2008.) prvi generalni direktor radija BBC, Lord Rit upozoravao je da mediji trebaju obavijestiti, podučiti i zabaviti društvo. On je smatrao da bi mediji trebao pružiti nepristrane informacije, na osnovi kojih bi građani mogli sami donositi odluke. Također smatra da je medij izraz nacionalnog konsenzusa u pitanjima morala i ukusa, da kvaliteta proizvoda uvijek daje prednost pred ostvarenjem dobiti.

BBC je počeo mijenjati stil pod utjecajem konkurencije, komercijalne televizije. (ITV (Independent Television) prva je komercijalna televizija u Europi. Pod svojim okriljem ITV je osnovao servis televizijskih vijesti ITN (Independent Television News), koji je želio izgraditi prepoznatljiv stil. U ITN-ovim vijestima česta su javljanja reportera s mjesta događaja, njeguje se agresivan stil intervjuja, a sastavni su dio emisije i tzv. tople ljudske priče.

Povelja BBC-u određuje pet javnih svrha (British Broadcasting Corporation)

1. Osigurati nepristrane vijesti i informacije kako bi pomogli ljudima razumjeti i surađivati sa svijetom koji ih okružuje

BBC bi trebao pružiti valjane točne i nepristrane vijesti, aktualne događaje i činjenične programe kako bi izgradio razumijevanje ljudi svih dijelova Ujedinjenog Kraljevstva i šireg svijeta. Njezin sadržaj treba pružiti najvišim uredničkim standardima. Trebalo bi ponuditi opseg i dubinu analiza i sadržaja koji nisu dostupni široj javnosti od drugih pružatelja vijesti iz Ujedinjenog Kraljevstva, koristeći prezentatore i novinare najvišeg kalibra, te zagovarati slobodu izražavanja, tako da se sva publika može u potpunosti uključiti u glavne lokalne, regionalne, nacionalne, Velika Britanija i globalna pitanja te sudjeluju u demokratskom procesu, na svim razinama, kao aktivni i informirani građani.

2. Podržati učenje za sve uzraste

BBC bi svima trebao pomoći u učenju o različitim temama na način koji će im biti pristupačan, privlačan, inspirativan i izazovan. BBC bi trebao pružiti specijalističke obrazovne sadržaje za pomoć u učenju za djecu i mlade u Velikoj Britaniji. To bi trebalo potaknuti ljude da istražuju nove teme i sudjeluju u novim aktivnostima kroz partnerstva s obrazovnim, sportskim i kulturnim institucijama.

3. Pokazati najkreativnije, najkvalitetnije i prepoznatljivije proizvode i usluge

BBC bi trebao pružiti visokokvalitetnu produkciju u mnogim različitim žanrovima i kroz niz usluga i platformi koje postavljaju standarde u Ujedinjenom Kraljevstvu i na međunarodnoj razini. Njegove usluge trebaju se razlikovati od usluga koje se pružaju na drugim mjestima i trebale bi preuzeti kreativne rizike, čak i ako ne i svi, kako bi se razvili novi pristupi i inovativni sadržaji.

4. Razmišljati, predstavljati i služiti različitim zajednicama svih država i regija Ujedinjenog Kraljevstva i na taj način podržati kreativnu ekonomiju u Ujedinjenom Kraljevstvu

BBC bi trebao odražavati raznolikost Ujedinjenog Kraljevstva, kako u svojoj proizvodnji, tako i u uslugama. Time bi BBC trebao točno i autentično predstaviti i prikazati živote ljudi u Ujedinjenom Kraljevstvu danas i podići svijest o različitim kulturama i alternativnim stavovima koji čine njegovo društvo. Trebalo bi osigurati da on pruža rezultate i usluge koje zadovoljavaju potrebe nacija, regija i zajednica Ujedinjenog Kraljevstva. BBC bi trebao okupiti ljude za razmjenu iskustava i pridonijeti socijalnoj koheziji i dobrobiti Ujedinjenog Kraljevstva. U naručivanju i isporuci rezultata BBC bi trebao ulagati u kreativne ekonomije svake od zemalja i doprinijeti njihovom razvoju.

5. Odraziti svijet u svijetu, njegovu kulturu i vrijednosti

BBC bi trebao pružiti visokokvalitetnu vijest međunarodnoj publici, čvrsto utemeljenu na britanskim vrijednostima točnosti, nepristranosti i pravednosti. Njegove međunarodne službe trebale bi staviti Ujedinjeno Kraljevstvo u svjetski kontekst, pomažući razumijevanje Ujedinjenog Kraljevstva u cjelini, uključujući njegove nacije i regije gdje je to prikladno. Trebalo bi osigurati da proizvodi proizvode i usluge kojima će uživati ljudi u Ujedinjenom Kraljevstvu i na globalnoj razini.

9 Usporedba BBC-a i HRT-a

Velika Britanija ima dugu tradiciju objektivnoga i neovisnoga televizijskog izvještavanja. Jandrić (2004.) je pisao da je Hrvatska tek nakon 2000. godine uspjela razviti relativno slobodno televizijsko novinarstvo. Kao mlada demokracija, koja je 1991. proglasila neovisnost, Hrvatska se morala suočiti s ozbiljnim poteškoćama u prvom desetljeću svoga postojanja. To su, ponajprije, srbijanska agresija i okupacija dijela teritorija, a potom vlastita nacionalistička vlast. U takvim okolnostima, razvoj nepristranoga i neovisnoga novinarstva na televiziji, najutjecajnijem mediju, bio je teško ostvariv cilj. Oba istraživačka projekta potvrdila su da je televizija najvažniji medij i izvor informacija. U Velikoj Britaniji, 91 posto ispitanika navelo je televiziju kao “koristan izvor informacija”. HRT se doživljava kao najvažniji masovni medij, posebno kao izvor informacija o političkom i javnom životu. U Britaniji postoji “uočljiva kriza novinarstva, napose političkog novinarstva, koje se optužuje za pad razine političke angažiranosti i odaziva birača na izborima. Informativni programi optužuju se za “zatupljivanje” (dumbing down) i podriivanje osnovne razine znanja i informacija koje su potrebne u zdravim demokracijama.

Njihovo istraživanje Jandrić (2004.) navodi da potvrđuje prethodne zaključke da je politika kao tema vijesti u stalnom padu još od 1975. godine, a da je njezino mjesto najčešće zauzeo kriminal. Zaključuje da su “tvrđnje kako su se televizijske vijesti dramatično preusmjerile s ‘ozbiljnih’ na ‘laganije’ ili ‘zatupljujuće’ teme pretjerane. Ipak, postoji mjerljiv odmak od davanja prioriteta britanskoj politici u televizijskim vijestima”. U Hrvatskoj žarište nije toliko na “zatupljujućim” vijestima koliko na nedostatku profesionalizma u televizijskom novinarstvu. Hrvatska televizija nije više “vladin propagandni stroj kao što je bila 1999”, ali je njezin program još uvijek “daleko od služenja javnom interesu na istinski i kvalitetan način”

U ovom dijelu usporedit ću strukturu glavnih informativnih emisija na BBC ONE i HRT 1, na temelju analiziranih emisija. Prva razlika koju možemo uočiti jest drugačija obrada udarne “vijesti dana”. Kao rezultat “Birtove revolucije” BBC proizvodi dnevne informativne emisije tako da je “glavni događaj dana predstavljen u najpotpunijem mogućem kontekstu u raspoloživom vremenu”. U praksi to znači da izvjestitelji pokušavaju pružiti dublju analizu i pozadinu događaja, ali je istodobno smanjen broj događaja o kojima se iscrpnije izvještava u informativnim emisijama. Kao što se vidi u Tablici 3, BBC daje bitno više vremena udarnim pričama od HRT-a – od 3 minute 30 sekunda (News at 10 o’clock, 18. lipnja) do cijelih 7 minuta posvećenih propustu osiguranja na rođendanskoj zabavi princa Williama (News at 1 o’clock, 23. lipnja). U svim četirima promatranim emisijama BBC je o ‘udarnim pričama’ izvještavao

javljanjem uživo svojih izvjestitelja ili stručnjaka te je pružio detaljnu analizu događaja. (Jandrić 2004:76) Ne samo da HRT posvećuje manje vremena glavnom događaju (od 3 minute 4. srpnja do najdulje 4 minute i 25 sekunda 7. srpnja), nego pruža i manje informacija o istima. Čak i u slučajevima od velikoga društvenog značenja, kao što je bankrot brodogradilišta u Rijeci, HRT nije imao nijednu neovisnu analizu niti je gledateljima objasnio pozadinu događaja. Gledatelji su tako samo mogli čuti stajalište sindikata, informaciju o sastanku banakavjerovnika, stajalište oporbenog čelnika i informaciju da je Vlada odbila komentirati bankrot. Goran Milić, urednik na HRT-u, kritizirao je takvu uređivačku politiku:

Razlika između HRT-a i zapadnih televizija jest u tome što ove druge idu u analizu vijesti i tragaju za pozadinom. Mi to činimo rijetko, osobito u slučajevima vezanima za gospodarstvo i pravosuđe. HRT često nema ekskluzivitet, radije preuzima vijesti iz drugih izvora – sa zajedničkih konferencija za novinare, agencija ili reciklira arhivski materijal u slučajevima različitih obljetnica. Od nekoliko stotina reportera HRT mjesečno dobije samo dvije ili tri ekskluzive. Uopće nema istraživačkog novinarstva i takav je sustav nepromijenjen već 20 godina.

BBC			HRT		
Emisija	Udarna vijest	Trajanje (min:sek)	Emisija	Udarna vijest	Trajanje (min:sek)
17. 6.	Istraga o ratu u Iraku	04:50	4. 7.	Nevrijeme u Dalmaciji	03:00
18. 6.	Uhićen Saddamov savjetnik	03:30	7. 7.	Bankrot brodogradilišta	04:25
19. 6.	Donorske bebe	04:30	8. 7.	Rješenje za brodogradilište	03:35
23. 6.	Sigurnost kraljevske obitelji	07:00	9. 7.	Ukinuta telefonska pretplata?	03:15

Slika 4 Udarne vijesti u promatranim emisijama BBC-a i HRT-a, Izvor: Jandrić, I. (2004.)

Jandrić (2004.) tvrdi da razlika u broju priloga po emisiji nije prevelika, iako ih je HRT emitirao više – 77 u odnosu na 59 priloga BBC-ja. No, razlikuju se po duljini. U svakoj analiziranoj emisiji BBC je imao točno devet detaljno obrađenih priča/tema, koje su prosječno trajale dvije minute (ili čak i dulje). Ostali su događaji pokriveni tek šturom viješću u kraćim informativnim blokovima, koji su razdvajali emisiju na tri dijela. HRT je u prosjeku imao dvanaest priloga po emisiji, koji su najčešće trajali od jedne do dvije minute, dok se 'blok vijesti' uglavnom koristio za događaje iz svijeta.

10 Konzumenti medijskih manipulacija

Očita je činjenica da mediji danas u najvećoj mjeri, tvrdi Matušić (2004.) utječu na javno mnijenje, na stavove i ponašanje ljudi, a funkcioniranje modernoga pluralističkoga demokratskog društva bitno je vezano uz medije. Oni u njemu imaju višestruku ulogu. Mediji trebaju ponajprije informirati građane da bi ovi mogli sudjelovati u društvenom i političkom životu.

Kovačić i Baran (2018.) tvrde da mogućnost manipuliranja sa stvaranjem fikcija proizlazi iz činjenice da su ljudi bez utopije "zatočnici onoga što smatraju stvarnošću". Televizija i tzv. Novi mediji sve više stvaraju paralelnu stvarnost, virtualnu zbilju i pružaju dokaz da je utopija projektirana iluzija. "Manipulatori pronalaze plodno tlo u podsvjesnome dijelu naše ličnosti i zato mediji imaju posebnu moć u stvaranju virtualne stvarnosti, a čime se gubi slika stvarnoga svijeta za razliku od svijeta iluzija. "Mediji 21. stoljeća su dakle krenuli prema novom području: izmišljenoj stvarnosti (virtualreality)".

To je korak više od fikcije, a dva koraka više od činjenica, ali sadrži fikciju i stvarnost. Sve bitne okolnosti su izmišljene: neka skupina ljudi stavlja se u neku situaciju koja nema veze sa stvarnošću navode Kovačić i Baran (2018.). Sve ostalo je stvarno – ljudi i njihovi odnosi. Zato su, prema Maloviću, mediji koji se temelje na fikciji počeli sve više utjecati na medije koji se temelje na činjenicama. Naime, izmišljena priča daleko je zanimljivija i uzbudljivija od novinarskog izvještaja.

Vuksanović (2015.) navodi da filozofija medija, ukoliko nastoji biti problemski orijentirana prema svijetu suvremenih komunikacijskih tehnologija i proizvoda medijskih i kreativnih industrija, osim vladajućih uvjerenja da su mediji (zajedno s umjetnošću i kulturom), u većini slučajeva uzevši, instrument manipulacije, otuđenja, pa čak i sredstvo za prepariranje i upravljanje oružanim konfliktima i ratovima većih razmjera, trebala bi kritički sagledati perspektivu razvoja medija i tzv. „medijske kulture“ u budućnosti. Takvih pokušaja je, povijesno gledano, svakako bilo, recimo, kada je u pitanju propitkivanje ideje medijske konvergencije, ili, pak, kada je bilo govora o aktualnim refleksijama u smislu prodora utjecaja mrežnih tehnologija i tzv. novih medija u svakodnevni život čovjeka, a koji danas bitno djeluju na izmjenu paradigme doživljaja stvarnosti, bar kada je riječ o tehnološki razvijenom svijetu.

Kovačić i Baran (2018.) navode kao primjer da najpopularnija televizijska voditeljica u SAD-u Oprah Winfrey javno se ispričala milijunskom gledateljstvu početkom 2006. godine kada je preporučila knjigu Jamesa Freya *A Million Little Pieces* (Milijun malih dijelova), koji se u knjizi lažno predstavio kao izliječeni ovisnik o drogama i alkoholu s debelim kriminalnim dosjeom. Ništa od navedenog nije bilo točno, ali je autor zaradio milijune dolara na lakovjernim čitateljima kojima je godilo identificirati se sa "žrtvom režima" i temama koje su razbuktale njihovu maštu. U medijskoga konzumenta izazivaju se osjećaji koji će ga potaknuti da se osobno identificira s pričama koje čita, gleda i sluša. Zbog toga se dobra vijest teško probija na tržište, a ako se i probije, pridodaje joj se malen i skoro nikakav značaj. U krajnjem slučaju kontroliranje i manipuliranje društvom (i medijima) postaje tako iracionalna aktivnost koja se zapravo može oteti (uobičajenoj) kontroli, biti iracionalna i za kontrolore i za javnost, za sve koji se nalaze u iznuđivačkome okruženju. Svijet postaje sve više mjesto gdje nam zdrav razum i ne treba, sustavi medija i vlasti postaju sustavi u kojima se unatoč proklamacijama o demokracijama, dostojanstvu i pravdi, sve više osjećamo nesigurni, nikad dovoljno poslušni, uz stalno opetovani strah da nismo dovoljno učinili za sustav.

Verg (2007.) ističe da mediji imaju moć da odlučuju, koje probleme će ispostaviti javnosti, na koji način će ih predstaviti, te tko i pod kojim uvjetima će sudjelovati kod predstave problema. Mediji tako ispričaju ljudima u javnosti što da si misle o stvari, kako da si ju objašnjavaju. Mediji tako u podosta velikoj mjeri smanjuju sposobnost običnih državljana da presuđuju te da se u vlastitom interesu odazivaju na političke događaje i na akciju nosača snage.

Rajko (2011) smatra da kao rezultat informatičke tehnologije, čovjekova moć nad njegovom okolinom uvelike se povećava, a razmjerno tome raste i njegova podložnost manipulacijama. Informatička tehnologija može doprinijeti stupnju otvorenosti u društvenim i političkim procesima. Niti jedan drugi izum, niti institucija, nikad nije bio tako neposredno vezan s izgledima za otvoreno, donosno tajno društvo.

11 Zaključak

U današnje vrijeme kada smo konstantno okruženi različitim vrstama medija kod kuće, na poslu, na fakultetu, pa čak i na ulici, vrlo je važno znati što su mediji, kako na nas utječu, kako su regulirani, kako ih trebamo koristiti i razno razna druga pitanja koja se vežu uz same medije. Mediji su zapravo sredstva priopćivanja, to je naziv za komunikacijska sredstva, sredstva javnoga priopćivanja i ustanove koje djeluju na velik broj korisnika odnosno čitatelja, slušatelja i gledatelja. Moglo bi se zaključiti da mediji, a posebice televizija kao medij, imaju izuzetno veliki utjecaj i moć u promjeni percepcije kod ljudi.

Prilikom analize Hrvatske radiotelevizije, neophodno je poraditi na pojedinim stvarima oko kojih su konzumenti dali najviše prigovora. Izrazili su nezadovoljstvo koncepcijom programskih sadržaja, i to nezadovoljstvo ukupnim uređivanjem programa te na nezadovoljstvo uređivačkom koncepcijom pojedinih emisija. Velik dio prigovora odnosio se i na informacije koje su gledatelji i slušatelji smatrali nepotpunim, netočnim, pristranim, neobjektivnim ili senzacionalističkim. Iako je HRT televizija koja je više informativnog i edukacijskog karaktera, smatra se da bi ga trebalo malo modernizirati kako bi bio privlačniji korisnicima.

Vrlo je interesantna i razlika između HRT-a i BBC-a. HRT bi trebao posvećivati više vremena glavnom događaju koji se odnosio na određeni dan kao što to radi BBC. Isto tako HRT bi trebao uvesti istraživačko novinarstvo, a ne oslanjati se samo na tuđe izvore.

Čovjek prilikom provođenja određenog slobodnog vremena ispred televizije izložen je određenim vrstama manipulacije koje je moguće prikazivati putem televizije kao medija. Ona je sposobna mijenjati ljudske vrijednosti o životu, morale, znanja i svijesti kod ljudi. Vjerovali ili ne, ali televizija ima sposobnost utjecati na način ponašanja i razmišljanja koja ima neka osoba o sebi ali i o drugima.

Studentica: Ana-Marija Strnad

U Koprivnici, 17. lipnja 2019.

Sveučilište Sjever



IZJAVA O AUTORSTVU

I

SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, ANA-MARIJA STRNAD (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PRAVNI OKVIR ELEKTRONIKIH MEDIJA S ROŠEJNIM OSJETLJIVIM NA TELEVIZIJU (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Strnad Ana-Marija
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, ANA-MARIJA STRNAD (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PRAVNI OKVIR ELEKTRONIKIH MEDIJA S ROŠEJNIM OSJETLJIVIM NA TELEVIZIJU (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Strnad Ana-Marija
(vlastoručni potpis)

12 Literatura

1. Agencija za elektroničke medije; <https://www.e-mediji.hr/hr/aem/vijece-agencija/vijece/>, dostupno 25.svibnja 2019
2. Anna Lindh Foundation, <https://www.annalindhfoundation.org/members/association-independent-media-culture-udruga-za-nezavisnu-medijsku-kulturu>, dostupno: 14.06.2019. 9:27
3. Arlović, M. (2016.) *Pravo na slobodu izražavanja misli (ustavnopravni okvir i ustavnosudska praksa u Republici Hrvatskoj)*. Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu 2. Split.
4. Baran, T., Kovačić S., (2018.) *Hum. Novi mediji – generator novih tehnika manipulacija*. Vol. 13, No. 19
5. Bertrand, C.J., (2000.) *Ogledi/Rasprave. Media Accountability Systems* 3. 1-12.
6. British Broadcasting Corporation <https://www.britannica.com/topic/British-Broadcasting-Corporation>, dostupno 17.6.2019.
7. Car, V., (2010.) *Medijske studije. Televizija u novomedijskom okruženju* 1. 1-2
8. Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda (NN 63/19, MU 18/97, 6/99, 14/02, 13/03, 9/05, 1/06, 2/10)
9. Galetić, F., Herceg, T. (2012.) *Tržište plaćenih televizija u Hrvatskoj*. Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu 2. Zagreb.
10. H-alter, <http://h-alter.org/vijesti/udruga-za-nezavisnu-medijsku-kulturu>, dostupno: 14.06.2019. 9:20
11. HRT <https://www.hrt.hr/326/povijest/povijest-hrt-a-2>; *Povijest Hrvatske radiotelevizije*, dostupno 16.6.2019.
12. Hrvatska enciklopedija, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=56656>, dostupno: 13.6.2019.
13. Hrvatska radio televizija https://www.hrt.hr/fileadmin/dokumenti/1._Izvjescje_o_ostvarenju_ciljeva_i_obveza_iz_Ugovora_s_Vladom_RH_za_2017.pdf, *Izješće o ostvarenju ciljeva i obveza*, dostupno 16.06.2019.
14. Hrvatska radiotelevizija; Organizacija, ravnatelj i ravnateljstvo <https://www.hrt.hr/organizacija/ravnatelj-i-ravnateljstvo/>, dostupno 13.6.2019.

15. Hrvatsko debatno društvo, <https://hdd.hr/2018/10/26/sloboda-govor/> dostupno: 14.06.2019.
16. IUS-INFO <http://www.iusinfo.hr/DailyContent/Topical.aspx?id=10205>, dostupno 16.6.2019
17. Jandrić, I., (2004.) Politička misao. *Usporedba informativnih programa BBC-ja i HRT-a*. 2. 72–84
18. Jukić, Tea. 2016. *Medijska publika javnih televizija*. Završni rad. Sveučilište Sjever. Koprivnica. 4.str.
19. Leksikon radija i televizije <https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/b/bbc/>, dostupno 17.6.2019.
20. Mataušić, J. M., (2004.) Nova prisutnost. *Mediji i zlo u društvu*. 1. 119-126.
21. Medijska pismenost, <https://www.medijskapismenost.hr/sloboda-izrazavanja-i-govor-mrznje-gdje-je-granica/>, dostupno 16.6.2019
22. Mek Kvin D. (2000). *Televizija*. Beograd: Clio.
23. Perišin T. (2010). *Televizijske vijesti*. Zagreb: Medijska istraživanja.
24. Peruško Z. (2011). *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
25. Peruško Z., Perišin T., Topić M., Vilović G., Zgrabljic R., Nada. (2011). *Hrvatski medijski sustav*. Zagreb
26. Plenković, M., (2013.) Mediji, kultura i odnosi s javnostima. *Mediji, novinarstvo i europska unija* 1. 1-5
27. Popović, V., (2004.) Politička misao. *HTV – javna televizija? Programsko vijeće HRT-a – institucija javnog nadzora ili političke kontrole?* 2. 17-29
28. Povelja O Temeljnim Pravima Europske Unije, <https://fra.europa.eu/hr/charterpedia/article/11-sloboda-izraavanja-i-informiranja>, dostupno: 13.6.2019.
29. Preporuka o upisu pružatelja elektroničkih publikacija u upisnik pružatelja medijskih usluga, elektroničkih publikacija i neprofitnih proizvođača audiovizualnog i/ili radijskog programa, <http://www.propisi.hr/print.php?id=13252>, dostupno 13.6.2019. 15:42
30. Radolović, A. (2007.) *Odnos prava osobnosti i medijskog prava*. Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci 1. Rijeka.
31. Rajko A., (2011). *Informacijsko upravno pravo*. Zagreb:
32. Roller, V., (2014.) Politička misao. *Novo doba televizije u Hrvatskoj: žanrovi, publika i javni interes*. 4. 124-171

33. Ružić, N., (2008.) *MediAnali. Zakonska ograničenja ili sloboda izražavanja na internetu?* 4. 101-111
34. Skoko B., Lučka, D., *Povjerenje u medije i medijske slobode.* (2017). Sarajevo
- Tjurou D. (2013). *Mediji danas – Uvod u masovne komunikacije II.*, Zagreb:
35. Šalković, H., (2000.) *Medijska istraživanja. Hrvatska televizija u transformaciji prema modelu javne televizije – iluzija ili realnost?*1. 19-39
36. Vreg, F., (2007.) *Izvorni znanstveni članak. Medijske teorije i stvarnost.* 3. 173-179
37. Vuksanović, D., (2015.) *In medias res. Budućnost medija: mediji i smrt.* 7. 1012-2023
38. *Zakon o elektroničkim medijima* („Narodne novine“, broj 153/09, 84/11, 94/13, i 136/13)
39. *Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji* („Narodne novine“, broj 137/10, 76/12, 78/16, 46/17, 73/17 i 94/18)
40. *Zakon o suzbijanju diskriminacije* („Narodne novine“, broj: 85/08 i 112/12)
41. *Zakona o zaštiti tajnosti podataka* („Narodne novine“, broj :108/96)
42. Zgrabljic Rotar N. *Digitalno doba.* (2011). *Medijska istraživanja.*

Popis slika:

Slika 1	Obrazac za prijavu u upisnik elektroničkih publikacija.....	4
Slika 2	Prigovori korisnika.....	22
Slika 3	Pohvale korisnika.....	23
Slika 4	Udarne vijesti u promatranim emisijama BBC-a i HRT-a.....	34