



Republika
Hrvatska
Ministarstvo
kulture
*Republic
of Croatia
Ministry
of Culture*

verzija od 20. siječnja 2015.

**Radni materijali za raspravu o
medijskoj politici Republike Hrvatske 2015 – 2020**

Prvi dio

Nacionalni izvještaj o medijima

Radni materijal 7

Mediji i javni interes

Demokracije, javnosti, njihov interes i njegovi mediji	3
Elitistički model.....	5
Liberalno-pluralistički model.....	8
Deliberacijski model	10
Gdje je nestala <i>javnost</i>?	15
Problem nejednakosti	15
Problem isključenja slabijih društvenih skupina	17
Problem isključenja pojedinačnih tema.....	17
Skrivanje političkoga	19
Model kompleksne demokracije.....	20
Mediji kao protuteža i agencija kompenzacije društvenih nejednakosti	23
Složeni medijski sustav čiji dijelovi služe različitim funkcijama.....	28
Aktivna medijska politika	39

Demokracije, javnosti, njihov interes i njegovi mediji

Smatrate li da se društvo, na primjer, sastoji od ravnopravnih pojedinaca koji legitimnim sredstvima ostvaruju svoje interese, dijeleći ih s grupama njima sličnih uvjerenja i interesa, nije isključeno da ćete politički sustav pogodan za ostvarenje tih interesa nazvati *demokracijom*. Vaši interesi će se dobrim dijelom poklapati s *demokratskim vrijednostima*, od kojih će jedna svakako biti i *slobodni mediji*. Bez njih ćete biti slabo informirani o potezima vlade, teško ćete pronaći sebi slične, a niti vlada neće imati dovoljno informacija o tome što je u vašem interesu.

Preformuliramo li ta očekivanja, u *javnom interesu* će biti da mediji kvalitetno *informiraju* tu javnost, *motiviraju* je i *prenose njeno mišljenje*.¹ Naravno, budući da se društvo u takvoj koncepciji sastoji od mnogobrojnih i unaprijed zadanih “interesnih skupina”, njihovi raznoliki interesi bi se trebali zrcaliti i u *javnim medijima*. Nadalje, imajući u vidu da ta raznolikost često podrazumijeva i distribucijske konflikte između skupina – nekih manjih, a nekih i većih ili barem moćnijih, koje bi lako mogle preuzeti kontrolu nad *javnim medijima* – u tako koncipiranom javnom interesu je također da svaka od sukobljenih skupina raspolaže i svojom komunikacijskom infrastrukturom.

Veoma često, kad netko govori o *javnom interesu u medijima*, ona ili on – osim što pokušava biti u pravu² – možda nesvjesno, ali barem implicitno referira na neku koncepciju demokracije ili općenito, vlastitu više ili manje dorađenu zamisao kako društvo (“zapravo”) funkcionira, odnosno kako bi trebalo funkcionirati. “Idealne” koncepcije medija i formacije medijskih politika, prema tome, često se strukturiraju i legitimiraju normativnim modelima demokracije, poput upravo skiciranog *liberalno-pluralističkog koncepta*, ili demokratskog pluralizma interesnih grupa. Nije samo mediologija, slijedeći različite teorije demokracije, proizvela

¹ Odnosno *public opinion* (Baker 2004: 148 i 151).

² Horwitz (1989: 26) i Freedman (2008: 63 – 71) navode primjere retoričke upotrebe koncepta javnog interesa i njegove inherentne neodređenosti u svrhu favoriziranja ekonomskih, odnosno privatnih interesa u medijima. Slijedeći liniju izlaganja u kojoj je javni interes izraz liberalne javnosti privatnih ljudi (Habermas 1969), striktno odijeljene od države i usmjerene na ostvarenje svojih ekonomskih dobrobiti, Horwitz se pridružuje Nancy Fraser (1992) u kratkom odgovoru na pitanje što je javni interes? – Privatni, ekonomski interes, naime. Dugi odgovor, putem različitih tipova normativno-demokratske legitimacije slijedi.

respektabilan opus normativnih medijskih teorija³. Svakodnevna rasprava o medijima također ne prolazi bez projekcija centralnosti medijskog polja za bilo koji održiv koncept demokracije. Na primjer, već su rane debate povodom zakonodavne liberalizacije hrvatskog medijskog tržišta, odnosno pokušaja uvođenja onoga što ćemo kasnije nazvati liberalno-pluralističkim modelom⁴, demonstrirale različite legitimacijske geste. “Kada je utvrđena suverena i samostalna Hrvatska država, opet na ovim prostorima, i kada su temelji utvrđeni u obliku demokratske vlasti političkog pluralizma i privatnog vlasništva, tada smo se opredijelili i za slobodu medija”, govori u Saboru 1993. godine predlagatelj Zakona o telekomunikacijama, ministar pomorstva, prometa i veza Ivica Mudrinić: “I unatoč činjenici da se često spominje da Hrvatska takve slobode nema, ja bih ovdje mogao vrlo odgovorno tvrditi da ih u velikom dijelu imamo, ali je ipak vrijeme da donesemo Zakon koji već dvije godine pripremamo, koji otvara mogućnost privatnog vlasništva u medijima. Mislim sada konkretno u elektronskim medijima, naravno” (Peruško 1999: 215). Zastupnik Antun Vujić u saborskoj raspravi o Zakonu o javnom informiranju 1996. godine primjećuje: “Čuli smo ovdje, dakako, mnoge krupne riječi o novinstvu. Između ostaloga jednu koja se citira, koju su svi

³ Popis glavnih radova bi uključivao Christiansa, Glassera, McQuaila, Nordenstrenga i Whitea (2009), Bakera (2004), Currana (1991 i 2011), ali i stariju literaturu poput Četiri torije Sieberta, Petersona i Schramma (1956) ili Habermasa (1969), čija Strukturna promjena javne sfere idalje izaziva mnogobrojne rasprave, uključujući kritičke priloge ne samo Nancy Fraser (1992) i Elleya (1992). Karppinen (2013) nudi najkraći mogući pregledan popis. Sasvim drugačiji pristupi, usmjereni na izgradnju normativnih modela medija “odozdo”, s pozicija političke ekonomije komunikacije ili pak deskripcije i kategorizacije “zatečenih stanja” mogu se pronaći u radovima McChesneya (2007), Natalie Fenton (2009) i Freedmana (2008), odnosno Hallina i Mancinija (2004). Od hrvatske mediologije, Peruško (1999 odnosno 2012a) reflektira oba tipa normativnih ulazaka u područje.

⁴ Radi se o pokušaju koji je sasvim sigurno uspio komercijalizirati hrvatske medije, ali u znatno manjoj mjeri osigurati “popularnu inkluziju” odnosno participacijski moment interesnih skupina u medijskoj komunikaciji, što je jedno od glavnih obilježja liberalno-pluralističkog modela (Feerre i dr. 2004: 210 – 215, 219). Zbog toga bi, kao što će se vidjeti iz daljnjeg izlaganja, praktičnu inačicu hrvatskog liberalnog modela bilo opravdano usporediti također i s elitističkim, administrativnim (Christians i dr. 2009) ili tržišnim (Meyer 2003) modelom, kojem je glavno obilježje posredovanje u rotaciji političkih elita. Budući da se, u osnovi, radi o akcentima na različita mjesta u konceptu koji proizlazi iz iste tradicije, Macpherson (1979: 77 – 92) oba modela objedinjuje pod etiketom pluralističko-elitističkog ekvilibrija. Peruško pokazuje da se hrvatski medijski sustav može klasificirati u polarizirani pluralistički mediteranski model Hallina i Mancinija: “Slab i zakašnjeni razvoj masovnog tiska i slaba profesionalizacija novinarstva, jak politički paralelizam i jaka uloga države. Politički sustav također pokazuje karakteristike koje izdvajaju mediteranski model – naglašeni klijentelizam koji je praćen niskom razinom racionalno legalnog autoriteta, tj. pravne države, politička kultura koja ne cijeni poštivanje apstraktnih normi i ne dijeli javni od privatnih interesa, elite koje komuniciraju više međusobno nego s građanima, novinare koji imaju ‘svoje’ političare, koji imaju ‘svoje’ novinare” (Peruško 2012a: 469).

režimi uvijek citirali, a to je da je tisak srce demokracije. Međutim, kada dođemo do tog srca, onda očito imamo različita shvaćanja toga, kako bi ono trebalo funkcionirati” (Peruško 1999: 209). Slično, i vlasnici medija, i oni koji im dodjeljuju ili nadziru koncesije za njih ističu *javni interes* kao glavnu vrijednost i kriterij uspješnosti, s podjednako nepomirljivim zamislima kome bi on trebao služiti.

Prije skiciranja osnovnog rastera medijsko-demokratske “kardiologije” – uz oslonac najviše, zbog preglednosti i medijske instrumentalnosti, na prikaz četiri “različite demokracije i njihovih medija” C. Edwina Bakera (2004) u nezaobilaznoj knjizi *Mediji, tržišta i demokracija* – potrebno je napomenuti da su teoretičari demokracije s vremenom razvili pravi “pluralizam” normativnih modela. Oni se ponekad djelomično preklapaju, gotovo uvijek različito nazivaju, a nikad “ne korespondiraju niti s jednom realno postojećom demokracijom”, kako primjećuje Kari Karppinen. Unatoč tome, raspravu o normativnim modelima demokracije koji se “skrivaju” iza normativnih modela javne komunikacije je moguće iskoristiti za “evaluaciju uloga različitih medija u društvu” (Karppinen 2013: 1 – 3) i demistifikaciju pojedinih pojmova.

Elitistički model

Zagovornicima elitističke (ograničene) demokracije je najbolje da se tzv. narod što manje miješa u “tehnički kompleksan” i, u krajnjoj liniji, mnogima nezanimljiv posao vlade. Svaki put kada čujete osobu koja pripada platonističkoj intelektualnoj tradiciji “mrzitelja demokracije” kako protiv šireg demokratskog sudjelovanja koristi argument da “ljudi za *to* nemaju niti vremena, niti volje”, prisjetite se da ona ili on, svjesno ili nesvjesno, upravo zagovaraju neku formu *natjecateljske* (Schumpeter 2006), *tržišne* (Meyer 2003), *madisonske* (Dahl 2006), *reprezentativno-liberalne* (Feree i dr. 2004) ili elitističke (Baker 2004) demokracije. Njeno osnovno obilježje je natjecanje elita za političko vodstvo, a povremena “uloga naroda u tome da proizvede vladu ili drugo intermedijacijsko tijelo koje će zauzvrat proizvesti nacionalnog ravnatelja, odnosno vladu” (Schumpeter 2006: 269). Iskreno bez moralnih aspiracija, pristaše tog “realističkog” *modela racionalnog izbora* (Curran 2011) vjeruju da su “obični građani slabo informirani, bez ozbiljnog interesa za javne poslove i, općenito, jadno opremljeni za političku participaciju. Stoga,

prirodno je koliko i poželjno da ostanu pasivni, mirni i zadovoljni dobro podmazanim stranačkim vodstvom” (Feree i dr. 2004: 206 – 207). Baker tu uočava tri tipa problema. Često je točno da “demokratski suveren”⁵ ima malo žara za sporednu ulogu u stereotipnoj sapunici političkog tržišta. Međutim, budući da je elitama savršeno jasno kako ljudima zapravo *ne manjka* ni vremena ni volje da preuzmu upravljanje vlastitim životima, oslonac samo na prisilu ne čini se ekonomičnim sredstvom osiguranja podrške elitnoj vladi stručnjaka. Nadalje, nisu svi stručnjaci podjednako stručni – ponekad bi lošijeg trebalo zamijeniti boljim. Posebno u slučajevima, to je treći tip problema, “hereditarne” korupcije, koja se izbjegava sistemski odrediti te zadržava u domeni “individualizacije krivnje” i vladinih struktura. Sistemska indukcija koruptivnih praksa u privatnom sektoru prepušta se “nadzornim mehanizmima” tržišta, ignorirajući činjenicu da su ilegalne operacije često veoma “efikasan” izvor ekstraprofita. Baker (2004: 131) podsjeća na tržišne motive koje navode privatne tvrtke da tajno ispuštaju otpadne tvari, ili aviokompanije da štede na sigurnosnim provjerama. U svakom slučaju, periodično nadmetanje za glasove pokazuje se barem djelomičnim rješenjem. Izbori osiguravaju legitimaciju i pristanak, kakvu-takvu cirkulaciju, kao i nadzor elita na demokratskom “tržištu”. Ukratko, stvari neodoljivo podsjećaju na reklamu: za vladu, potrebni su opći izbori. Za sve ostalo, tu su masovni mediji. Medijski sustav opskrbit će demokratske “potrošače” potrebnom količinom informacija o konkurentskim predizbornim “ponudama”, a izabrane elite nadzirati i informirati o demokratskoj “potražnji”, facilitirajući njihovu rotaciju.

Normativna slika medijskog pogona, izvedena prema prilici elitne demokracije, već sadržava glavne sastojke univerzaliziranog modela profesionalnog novinarstva: “Dominantna struja liberalne misli slavi kanon profesionalne objektivnosti i njegove akcente na nezainteresiranom odmaku, odvajanju činjenica i komentara, balansu stava i protustava. To proizlazi iz vrijednosti koju suvremeni liberalizam stavlja na ulogu medija kao kanala informiranja između vlade i onih kojima se vlada” (Curran 1991: 31 – 32). Međutim, u kroju medija po mjeri elitističkog modela demokracije, radi se o objektivnosti posebne vrste.

⁵ Valja imati u vidu da najmanje jedna škola elitističke demokracije uopće ne polazi od inače uobičajene krilatice da vlast pripada narodu.

Hind (2010) i Mancini (1993) je očitavaju već u “svetim tekstovima novinarstva” poput Lippmanovog *Javnog mnijenja* iz 1922. godine. Polazeći od uvjerenja da su ljudi podložni emotivnim reakcijama u vezi svojih demokratskih i radnih prava ili uvjeta na radnom mjestu, Lippman smatra da nisu kadri procijeniti koliko su ti uvjeti “uistinu” loši ili dobri, pa će nerijetko “izvesti paradu: ometati promet, izazivati policiju ili već nekako postaviti zamku koja prikazuje njihove ciljeve kao da su već vijesti”. Novinari-reporteri, u vezi kojih Lippman također ne skriva svoje razočaranje, također su emotivni, što znači da mogu “lako nasjesti” na takve “provokacije” sufražetkinja ili radnika s transparentima, i objavom senzacionalističkih slogana i vijesti hraniti “stereotipe koje ljudi imaju o štrajkovima i nemirima” (Lippman 1998: 346 – 348). Lippmanovo veoma utjecajno “rješenje je bilo”, sažima Hind (2010: 63 – 64), “raskrstiti s nerealnim optimizmom u vezi sposobnosti (opće) javnosti. Ne trebamo se pretvarati da su građani svemogućí. Umjesto toga, trebali bismo im dati političku ulogu koja bolje pristaje njihovima sposobnostima i ograničenjima. Populacija može ocjenjivati uspjeh svojih predstavnika na planu isporuke specifičnih dobara, na osnovi jasnih i objektivno mjerljivih kriterija. Legitiman test insajdera izvana pokazuje jesu li dobro obavili posao isporuke ‘određenog minimuma zdravlja, pristojnog stanovanja, materijalnih potreba, obrazovanja, slobode, zadovoljstava, ljepote’.” Ono što, prema Lippmanu, određuje “kvalitet civilizacije je način upotrebe vlasti. A ta upotreba ne može biti kontrolirana na izvoru” (Lippman 1998: 313).⁶ Zbog toga je potrebno uspostaviti posebnu, intermedijacijsku javnost prikladne *stručnosti* (objektivnosti itd.), doraslu zadaćama upravljanja vertikalnim komunikacijskim kanalom između vlasti i onoga što Ernesto Laclau naziva *underdogom*. “Struka” zadužena za artikulaciju javnog mnijenja u elitističkoj demokraciji bi se trebala sastojati od nezavisnih eksperata, analitičara i novinara koji raspolažu s dovoljno informacija i “dijalektičkih vještina” da kažu kako stvari “zapravo stoje”, objektivno ocijene i rad vlade i potrebe stanovništva, kojem bi onda preostalo, naravno, da “glasa prema svojoj savjesti”.

⁶ Drugačije čitanje i pokušaj obrane Lippmana od optužbi za elitizam nudi Michael Schudson (2008), tvrdeći da “intelektualni izazov nije izmisliti demokraciju bez eksperata, nego tražiti način kako da ih se stavi u legitimno demokratsku funkciju.” Vidi i McChesney, Robert W. (2011) *That Was Now And This Is Then: Walter Lippman and the Crisis of Journalism* u: Pickard, Victor i McChesney, Robert W. (ur.) *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights?*, New York, New Press: 151 – 161.

Sve dok je fokus nadzora na moći političkih, a ne i ekonomskih struktura, prikladan medijski sustav, naravno, mora biti u privatnom vlasništvu. Budući da je u elitističkom poimanju demokracije usmjerena ekskluzivno na vladine strukture, nadzorna (*watchdog*) funkcija intermedijacijske novinarske elite ne bi se mogla ostvarivati putem medija koji nisu u (1) u privatnom vlasništvu i (2) potpuno slobodni od bilo kakve regulacije: “Primarni strah elitističkih demokrata u vezi medija je vladina cenzura koja potkopava medijsku kontrolnu funkciju. Čak i benigne vladine intervencije prijete mogućnošću cenzure”, primjećuje Baker (2004: 166), upozoravajući da ni sama mogućnost regulacije nije prihvatljiva, jer bi mogla voditi autocenzuri.

“U takvoj slici”, kaže Mancini, novinari “nisu intermedijatori između ‘dvora’ i građana, kao što tvrdi tradicionalna literatura o novinarstvu, nego prije između različitih dijelova istog dvora”(Mancini 1993: 147), u kojem se smjenjuju uglavnom samo dvije najistaknutije stranke, dok “druge javne sfere ostaju zaboravljene, ili se promatraju i procjenjuju u odnosu prema ovima” (1993:136). Mediji, prema tome, nisu pozvani postavljati pitanja kompleksnija od poštenja i kompetentnosti aktualne vlade, a jedino o čemu se još može raspravljati, upozorava Baker, su teme na kojima se vlada i opozicija razlikuju: “Podjela (među elitama) na dnevni red dovodi mogućnost da aktualna vlada treba ili promijeniti smjer ili biti promijenjena.” Budući da su poštenje i kompetentnost elita mnogo važnije od javne participacije, “prikladan je teži naglasak na karakter i ponašanje individualnih javnih figura. (...) Dublji fokus na strukturne i druge substancijalne teme je zapravo nevažan – te stvari je bolje ostaviti elitama” (Baker 2004: 134).

Liberalno-pluralistički model

Oni koji, barem načelno, očekuju od demokratskog rituala nešto više od praktične proizvodnje pristanka (Herman i Chomsky 1988), insistirat će na liberalno-pluralističkoj slici društva u kojem pojedinci sudjeluju, ili barem imaju priliku sudjelovati u (javnoj raspravi o) vlasti. Ovisno o veličini i stupnju političke mobilizacije svake od interesnih grupa, distribucijski ishodi i dizajn institucija, uključujući medije, bit će rezultat “trgovine” ili kompromisa među njima. Javni interes se strukturira kao mozaik pojedinačnih interesa raznolikih javnosti, u gruboj

proporciji s “njihovim veličinama i intenzitetom interesa” (Baker 2004: 138).

Naravno, u takvom pluralističkom nadmetanju za svoj dio javne sfere, manjinske skupine imaju poprilične šanse da ostanu bez ičega. Zato je jedan od bitnih sastojaka liberalno-pluralističke koncepcije njihova konstitucionalna zaštita.

Myra M. Ferree i dr. (2004: 213) upozoravaju da je bitan od sastojaka idealnih medija liberalno-pluralističke javne sfere *osnaživanje* pojedinaca kako bi preuzeli svoje uloge angažiranih građana. Tako shvaćena informativna funkcija medija razlikuje se od jednostavnog servisiranja predizborne ponude karakterističnog za elitističke koncepcije. Mediji trebaju pripadnike grupe (1) *informirati* o najmanjoj naznaci prijetnje njihovim interesima, i (2) *motivirati* da ih zaštite, odnosno glasnije i masovnije artikuliraju, kako bi ih (3) vlada uzela u obzir i honorirala prilikom odmjeravanja distribucijskih ishoda. Ma koliko kanon “objektivnosti” bio duboko ukorijenjen u predodžbama o novinarstvu, Baker primjećuje da zajednički, javni mediji neće u potpunosti zadovoljiti liberalno-pluralističke aspiracije: “Pluralisti se oslanjaju na angažirane, mobilizacijske medije koji pomažu potaknuti participaciju” (Baker 2004: 148). Iz toga proizlaze dvije vrste zahtjeva.

Prva, koja se tiče javnih medija, podrazumijeva mozaičku koncepciju, kako je Leys naziva, kvazi-korporatističke javne usluge. Ona, međutim, ima svoje vlastite probleme, kao što su “nereprezentativna, politički imenovana upravljačka tijela; politička neutralnost rezervirana za neutralnost samo između pozicija glavnih parlamentarnih stranaka; ‘raznolikost’ sadržaja koja se svodi na kulturnu, ali ne i ideološku raznolikost, te univerzalnost pristupa shvaćena kao pravo svakoga da prima sadržaje, a ne i sudjeluje u njihovoj proizvodnji” (Leys 1999: 327). Nadalje, pluralizam raznolikih interesnih grupa svoju transpoziciju u normativni *layout* javnih medija ostvaruje najčešće pretvaranjem u neku vrstu oligopola elita koji, primjećuje Curran, “snažno utječe na način kako javne radiotelevizije izvještavaju i interpretiraju vijesti. Ovo je primarno posljedica njihova snažnog oslonca na mali repertoar moćnih, autoritativnih i akreditiranih izvora. Iako se ponekad mogu međusobno razlikovati, oni konstituiraju oligopol koji teži isključiti i marginalizirati druge glasove” (Curran 1996: 14). Debakl raspodjele kanala javne radiotelevizije između religijskih ili političkih organizacija – tzv. pilarizacija (Hallin i Mancini 2004: 165) u Nizozemskoj, ili *lottizzazione* u Italiji (Hanretty 2007: 32, Hallin i Mancini

2004: 108) – također dokazuje nesposobnost liberalno-pluralističkog modela da osmisli funkcionalne javne medije.

Zbog toga, druga vrsta zahtjeva pluralističkih demokrata nalaže da “svaki segment društva treba svoje vlastite medije za internu mobilizaciju, eksterno zagovaranje i regrutaciju. (...) Samodostatan, udoban monopol može postati lijenim i neagresivnim psom čuvarem.” Tako pluralizam medijskog vlasništva i borba protiv monopola, uključujući i vladinu regulaciju u vidu sprečavanja koncentracije, postaju temeljnim odrednicama ovog modela. Čak i u slučaju kada bi jedan veći lokalni radio, na primjer, imao više resursa da reflektira pluralizam političkih stajališta svojih slušatelja, liberalni pluralist će se zalagati za natjecanje više manjih radija oko istih oglašivačkih resursa (Baker 2004: 176 – 177).⁷

Deliberacijski model

Sljedeći “top-model liberalne demokracije” (Karppinen 2011) zaslužuje da ga se “odmjeri pažljivije” – sigurno pažljivije, nego što obuhvat ove rasprave omogućuje – barem zbog svog *deliberacijskog* atributa. Umjesto da slave ili, najčešće, očajavaju nad ishodima “natezanja užeta između posebnih interesa” (Curran 2011: 80) “privatni ljudi koji okupljeni čine publiku” (Habermas 1969 : 38) u ovoj bi verziji javne sfere trebali zajednički, razumno *deliberirati* o tome što je u javnom interesu cijele zajednice. Odnosno, citirajući još jednom Bakera (koji deliberacijsku demokraciju, sukladno angloameričkoj tradiciji, naziva *republikanskom*): “Prema kritičarima, navodni nesentimentalni realizam liberalnog pluralizma zapravo nije toliko realističan. Pluralizam interesnih grupa zanemaruje dva osnovna atributa, centralna za čvršću demokratsku teoriju i prisutna u većine ljudi. Prvo, ljudi nisu – sigurno ne uvijek – usko koristoljubivi. Ljudi su društveni, složni, a često brižni i

⁷ Baker upućuje na mikroekonomičke simulacije koje potvrđuju da je osiguranje raznolikosti medijskih glasova problem znatno kompleksniji od rješenja tržišnog natjecanja: “Zamislite da 66 posto publike voli samo program tipa x, 20 posto tipa y, a 14 posto program z. Na tržištu s tri tvrtke, svaki od tri vlasnika se može nadati udjelu od 22 posto publike nudeći program x, što je bolje nego da se odluči za emitiranje bilo y ili z. Prema tome, tržišno natjecanje može stimulirati svetri tvrtke da ponude samo program x i ignoriraju 34 posto potencijalne publike. Nasuprot tome, monopolist u posjedu tri postaje, radije nego da se natječe sam sa sobom, može ponuditi različite tipove programa na svakoj od postaja, nadajući se obuhvatu 100 posto publike i ne riskirajući da 34 posto publike isključi svoje prijemnike” (2004: 178). Bilo kako bilo, orijentacija na prihode od oglašavanja pokazuje tendenciju efikasnog isključivanja sadržaja od interesa manjih i, posebno, radikalnijih grupa, na koncentriranom i na segmentiranom tržištu podjednako.

idealistični, ne čisto sebični i atomistični. Oni se ne određuju kao bića preokupirana samo svojim osobnim interesima. Ljudi su obično motivirani koncepcijama zajedničkog dobra i skrbi za dobrobit drugih. Drugo, njihovi interesi se ne ispoljavaju već sazreli iz nekog unutarnjeg izvora niti grupnog identiteta. Radije, ljudi su u stanju uložiti znatne napore u formuliranje, procjenu te odabir interesa i vrijednosti kojima daju svoju vjeru. Ovaj zadatak zahtijeva samorefleksiju, razgovor, ponekad i oboje, a uobičajeno se upražnjava, barem dijelom, u interakciji s drugima” (Baker 2004: 138 – 139).

Tamo gdje su elitistički demokrati vidjeli prijetnju provali “emocija” u vladinu sferu, a pluralisti strahovali da elite neće “ubрати” stvarni pluralizam “tisuću cvjetova” predefiniranih privatnih interesa, zagovornici deliberacijske demokracije se boje da će segmentacija onemogućiti zajedničku raspravu. U vrijeme distribucijskog monopola javnih radiotelevizija, barem u Europi, bilo je ne samo moguće, nego i uobičajeno da cijeli naraštaji dijele formativna iskustva pojedinih, recimo, televizijskih serija. Tako stvoren zajednički imaginarij predstavljao je onda plodno tlo za pokušaje kolektivne samodefinicije zajednice i *konsenzualni* put prema njenom *javnom interesu* kao interesu svih i svakoga, a ne tek mozaiku zaraćenih identiteta. Meyerova (2003: 25 – 26) analiza informativnih programa njemačkih televizija jednog probnog dana 1997. godine, utvrđujući popis inscenacijskih pravila prikazivanja, otkriva *socijalnointegracijski ritual vijesti* i na privatnim i na javnim televizijama: “Očinski strogi ili prijateljski i, svakako, seriozni i povjerljivi *anchorman* progovara u utvrđeni sat kao prisni dio zajedničkog dnevnog rituala okupljenome općinstvu. Uzima nas za ruku i pokazuje nam, svagda pravilno dozirano i probavljivo izmiješano, dio teško shvatljivog svijeta, čini ga razumljivim, čak i ono neshvatljivo i prijeteće u njemu, prerađuje zabavno i tako ga gura – stišavajuće-ukročeno – u vječno isti ritual postojanog poretka.”⁸ Naravno, u

⁸ Uz socijalnointegracijski ritual “glavne informativne emisije” – koja se, kao što vidimo, održala i nakon što su joj 24-satni news-kanali predkazivali žanrovski krah – na popisu Thomasa Meyera i Martine Kampmann (1998) *Politik als Theater. Die Neue Macht der Darstellungskunst* nalaze se još personifikacija (Blair i Schröder se prikazuju kao snaga novoga), mitski sukob junaka (politički interesi prikazuju se kao sukobi vodećih političara), drama i minidrama (uvijek je netko pobjednik, a netko tragično propada), arhetipske priče (u vijesti se dijele uloge oca, majke, mudraca, skitnice...), verbalni okršaj (sukob po svaku talkshow-cijenu), zabavna artistika (malo cirkusa iz parlamenta), drame sa socijalnim ulogama (predstavnik stanara, predstavnik poduzetnika, predstavnik sindikata...) i simbolička radnja (npr. Willy Brand koji kleči pred spomenikom žrtvama).

situaciji koja prijete ubrzanom evakuacijom, posebno mlađih publika, s kanala terestrijalnih televizija na *on demand* ili *on YouTube* televizijska iskustva, atomizacija se čini sasvim realnim strahom deliberacijskih demokrata. To baca zanimljivo svjetlo na policy-preporuke koje budućnost javnih radiotelevizija primarno vide u hvatanju tehnološkog koraka s mobilnim uređajima i nelinearnim menijima. Svi koji na pitanje “kakav treba biti HRT u budućnosti?” odgovaraju “jednostavno, na mobitelu i *YouTubeu!*”, trebali bi – prema zagovornicima *deliberacijske javne sfere* – uzeti u obzir i aspekt zajedničkog iskustva. Naravno, uz činjenicu da je prijem terestrijalne televizije i radija ekonomski neselektivan, za razliku od priključka i uređaja za pristup internetu. Deliberacijski demokrati vide “dominantne nesegmentirane medije kao neophodan temelj efikasne javne sfere i istinski zajedničkog diskurza. Društvo bi trebalo izbjeći bilo kakav medijski poticaj ‘balkanizaciji’ javnosti” (Baker 2004: 171).

Zbog toga deliberacijski demokrati, za razliku od zagovornika drugih normativnih koncepcija (posebno one pluralističke), pokazuju malo bojazni od medijskog monopola. Naravno, pod uvjetom da se ne radi o – bilo tržišno, bilo osobno – korumpiranom monopolu koji bi selekcionirao sudionike rasprave i nametao im lažne zajedničke teme. Dapače, primjećuje Baker, “socijalno odgovoran” medijski monopol nudi se kao idealan facilitator zajedničkog dijaloga.

Iako se može na prvi pogled učiniti, sljedbenici habermasovske koncepcije liberalne javne sfere nisu toliko naivni da bi igrali samo na kartu moralnih osobina vlasnika medija, očekujući da neće angažirati nekog menadžera-računovođu s isključivim fokusom na bilancu, nego umjesto toga ulagati substancijalni dio prihoda u proizvodnju medijskih sadržaja. Mnoge mjere medijskih politika posjeduju karakter aktivne stimulacije vlasnika medija da udovolje demokratskoj ulozi koju društvo od njih očekuje. Jedna od njih su poticaji sadržajima od interesa lokalne zajednice, ne samo – u Hrvatskoj kao i mnogim državama⁹ – dodjelom javnih sredstava za sufinanciranje njihove proizvodnje, nego i koncesioniranjem

⁹ Doduše, s tom razlikom što hrvatski Fond za poticanje pluralizma (komercijalnih) lokalnih radija i televizija tek odnedavno uključuje i neprofitne medije, dok su takvih fondova uobičajeno rezervirani samo ili dominantno za neprofitne medije zajednica. “Fond je”, piše Marina Mučalo (2012), “od početka otvoren i komercijalnim medijima (radiju i televiziji) što ga je učinilo izuzetkom u praksi država Europske unije. Naime, iako su slični fondovi već postojali u mnogim europskim državama, smjeli su poticati isključivo neprofitne medije.”

frekvencija za programe namijenjene stanovnicima lokalnih samouprava, “koje su *locus* stvarnog narodnog participacijskog angažmana” (Baker 2004: 172). Zakonske odredbe o statutima medija, omogućujući sudjelovanje novinara u izboru ili barem potvrđivanju izbora urednica¹⁰, također su strukturna intervencija usmjerena jačanju javne funkcije privatnih medija. Isto vrijedi i za pravila o jednakom pristupu medijima političkih stranaka i kandidata tijekom predizbornih kampanja¹¹, čiji je “balans”, prema Bakeru (2004: 173), “teško ideološki neutralan, ali namjera inkluzivnosti pripada srcu republikanizma. Naravno, novinar je i dalje *gatekeeper*. Medij odlučuje koje su teme važne.” Bilo kako bilo, ta pozicija intermedijatora raprave teško da je uvijek kvalitetno iskorištena u domaćim predstavljajima sudionika, uglavnom, nižeg ranga političkog natjecanja koja često izazivaju negodovanja novinara, a podsmijeh i kontraefekt pasivizacije birača. Uostalom, u tome i jest ironija “balansa” i “objektivnosti”.

Medijsko-regulacijskoj doktrini deliberacijskih demokrata nisu strani niti forme cenzure (striktno određenih) govora poticanja na rodnu, etničku ili rasnu netrpeljivost, neprijateljstvo ili nasilje. Baker navodi da je čak i američki Vrhovni sud, tradicionalni zaštitnik slobode govora, izrekao pravorijek da “Prvi amandman ne sprečava vladu da zaštiti medije od ‘nevladinih kombinacija’, na primjer, korporacijskih vlasnika ‘koji ograničavaju ustavno zagarantiranu slobodu’” (Baker 2004: 172). Tradicija ovakvih tumačenja slobode govora dugotrajno je prisutna,

¹⁰ Zakon o medijima (2004: 26) u odredbi čija su primjenu vlasnici medija skoro deset godina opsturirali, a i danas je upitno u kolikoj mjeri je provode, kaže: “Statut medija je samoregulativni akt kojim se osobito utvrđuje način sudjelovanja novinara u postupku imenovanja i razrješenja glavnog urednika, sloboda rada i odgovornost novinara, te uvjeti i postupak po kojem glavni urednik i urednici imaju pravo na ostavku uz pravičnu otpremninu u slučajevima takve promjene u vlasničkoj ili upravljačkoj strukturi medija koja dovodi do bitne promjene u programskoj osnovi ili programskom sadržaju toga medija (tzv. klauzula savjesti). Statut medija donose nakladnik i predstavnik novinara uz prethodnu suglasnost većine ukupnoga broja novinara medija. Novinari biraju svoga predstavnika većinom glasova.”

¹¹ Zakon o lokalnim izborima (2012: 38) “sudionicima izborne promidžbe” načelno jamči “ravnopravan položaj u svim lokalnim medijima”, dok su Pravila o postupanju elektronskih medija s nacionalnom koncesijom (<http://www.izbori.hr/izbori/ip.nsf/WPDS/E0FB7749AD19D220C125745600383072?open&1>), barem do izmjena 2014. godine, precizirala jednak pristup stranaka i kandidata tim medijima tijekom natjecanja na izborima za Hrvatski sabor. Slično, Zakon o izboru predsjednika Republike (1992: 14) kaže sljedeće: “Hrvatska radio-televizija dužna je u razdoblju izborne promidžbe, u okviru svojih radio i televizijskih programa, omogućiti svakom kandidatu za predsjednika Republike, da u jednakom vremenu izloži svoj izborni program. Sva sredstva javnog priopćavanja dužna su svim kandidatima za predsjednika Republike omogućiti da pod jednakim uvjetima izlažu svoj program i obavljaju izbornu promidžbu.”

upozorava McChesney u radu sudaca koji ne pristaju na korporacijske pritiske da se čak i lažno oglašavanje (npr. sintetičkih pića i hrane kao “prirodnih”) proglaši slobodom govora. “Bilo bi zaista čudno”, citira McChesney suca Blacka koji je još 1945. godine tvrdio, “kada bi ozbiljna zabrinutost za slobodu štampe... bila tumačena kao zahtjev da vlada ne treba imati moć da zaštiti tu slobodu... Zasiurno, zahtjev da vlada ne treba sprečavati slobodan protok ideja ne predstavlja opravdanje za nevladina udruženja da sama nameću ograničenja te ustavom zagarantirane slobode” (McChesney 2008: 316).

Zamislamo li deliberacijsku javnu sferu kao neki dnevni boravak civilnog društva za, kako kaže Habermas, “javno rezoniranje” usmjereno “raščišćavanju računa” s javnom vlasti, glavno pravilo je da se prilikom ulaska “izuje” sva obuća socioekonomskih i kulturnih razlika. “Ceremonija činova” ustupa mjesto ravnopravnosti sudionika koja omogućuje “autoritet argumenta”, a dnevni red se demonopolizira. Pitanja o koja su jednom bila predmetom tumačenja crkve ili dvora, sada postaju temom rasprave *svih* (Habermas 1969: 49). Sličnu koncepciju javnog interesa dijelili su već britanski klasični republikanci u 17. stoljeću, poput autora *Commonwealth of Oceana*, Jamesa Harringtona, kojeg citira Hind: “Pojedinačni ljudi nisu ništa do mnogo privatnih interesa, ali ako ih uzmeš zajedno, oni su javni interes” (Hind 2010: 18), i to ne kao pluralistički zbroj individualnih bogatstava, kao kod Adama Smitha, nego kao “dodana vrijednost” koja proizlazi iz zajedničke konstitucije javnosti. Eventualno je Harrington pripadao takvom soju republikanaca, koji su kao preduvjet jednakosti posjednika u javnoj sferi zagovarali i neku vrstu agrarne reforme, što je možda bilo i razlogom da mu Oliver Cromwell zabrani tisak knjige. Bilo kako bilo, Hind povlači paralelu sa suvremenim problemom informacijskog “kapitala”: “Dok su svakodnevno iskustvo i razgovor jednom opskrbljivali ljude znanjem potrebnim da bi shvatili svijet, mi se danas oslanjamo na razgranatu infrastrukturu izvještavanja i istraživanja kako bismo ostali u toku sa sve udaljenijim svijetom stvarnog odlučivanja. Pa ipak nam ne polazi za rukom da nadziremo, a kamoli kontroliramo, sredstva putem kojih bivamo informirani o stvarima izvan našeg neposrednog iskustva; niti je mreža deskripcija na koje se oslanjamo otvorena za kritička propitivanja angažirane javnosti. Mediji

nam konstantno govore da smo individualno autonomni i kolektivno suvereni. Isti mediji imaju moć pobrinuti se da nismo nijedno” (Hind 2010: 24).

Gdje je nestala javnost?

Je li koncepcija javnog interesa deliberacijskih demokrata, zajedno s javnom sferom i obećanjem konsenzusa, preambiciozno ili krivo postavljena? Jesu li elitistički i pluralistički modeli, ma koliko deziluzionirani bili, naprosto realističniji? Ili participacijska demokracija može biti više od drugog imena za formu prijenosa ovlasti izvan dohvata “demokratskog čovjeka” – ovakva pitanja su na dnevnom redu kritičkog preispitivanja mogućnosti reforme medija iz perspektive modela *kompleksne* ili, kako je naziva Curran, radikalne demokracije.

Slično Hindu i otprilike u isto vrijeme, slovenski mediolog Slavko Splichal (2010: 65) upozorava na kontraverznost pojma javne sfere, pitajući se “što se dogodilo s konceptom *javnosti*, koji je bio dominantan sve do (...) uspona koncepta *javne sfere*. A onda – sa slavim prijevodom Habermasova rada na engleski [1989] – taj termin praktično nestaje iz znanstvenih časopisa, i odjednom je sve o javnoj sferi, a ništa više o javnostima. Što to točno znači? U osnovi, problem je u tome što je javna sfera veoma neutralan pojam, u usporedbi s javnošću kao specifičnim grupiranjem, određene društvene grupe s određenim funkcijama. (...) Najbolja definicija javnosti uopće je ona Johna Deweya iz 1927. godine, koji napominje da se javnost pojavljuje kad određeni broj ljudi postaje svjesnim važnih posljedica određenih transakcija u koje oni nisu uključeni. (...) Najvažnija pitanja u vezi javne sfere su pristup i otvorenost. To su, naravno, važna pitanja, ali su daleko od najvažnijih. Mislim, ako otvorite prostor, onda ga otvarate za različite aktere, a oni s najviše moći će ovladati njime, tako da prostor na kraju uopće neće biti javan. Ključna pitanja su zapravo: tko su akteri te javne sfere i što se zapravo dogodilo s javnošću?”

Problem nejednakosti

Model demokracije i medija koje nudi deliberacijski optimizam, iz perspektive kompleksne demokracije se čini “u najboljem slučaju neprikladnim, a u najgorem

slučaju naivnim i apologetskim” (Baker 2004: 63). Utjecajnu kritiku Habermasovog “životnog svijeta” komunikacijske akcije¹² Nancy Fraser (1992) započinje identifikacijom četiri glavne pretpostavke *kapitalističke, muške* javne sfere. *Prvo*, kao što i historiografska analiza Geoffa Eleyja (1992) pokazuje, neutemeljena je pretpostavka da sudionici prilikom ulaska u dnevni boravak javne deliberacije mogu pred vratima ostaviti svu “obuču” socioekonomskih razlika i doista rezonirati *kao jednaki*. Društvena jednakost *jest* nužna pretpostavka političke demokracije. Ma koliko pokušavali ostaviti po strani povijesne primjere sistemskih isključenja iz rasprave prema kriterijima klase i roda, zapitajmo se koliku će *snagu argumenata* moći demonstrirati, na primjer, žena koja svakodnevno obavlja dva posla, onaj na radnom mjestu i onaj u domaćinstvu, u odnosu na, recimo, muškarca s dovoljno resursa da svoju argumentaciju akumulira u uvjetima nužnim za razvitak bourdieovske autonomije? Uzmemo li obzir reprodukciju roditeljskih socioekonomskih akreditiva putem obrazovnog sustava, ili samo putem vremena koje obitelj može posvetiti djeci u ranoj dobi, čak i svijet pune zaposlenosti, koji se danas čini toliko dalekim, potvrdio bi da se pred vratima deliberacijskog dnevnog boravka ne može ostaviti *baš ništa* od statusnih razlika. Pretvaranje, *kao da ih nema*, upozorava Fraser, čini posljedice nejednakosti još gorima. “Takvo *stavljanje (socijalnih nejednakosti) na stranu* uobičajeno radi u korist dominantnih grupa u društvu, a na štetu podređenih. U većini slučajeva bilo bi prikladnije *staviti na stol* nejednakosti u smislu njihova eksplicitnog tematiziranja” (Fraser 1992: 120). Umjesto da razvije neki imaginarni prostor “kulture nulte razine”, ekonomija komercijalnih medija, naravno, subordiniranim grupama uskraćuje i komunikacijsku infrastrukturu. Politička ekonomija javne sfere tako “strukturno provodi ono što kultura postiže neformalno” (Splichal 2010: 65), pružajući odgovor na pitanje gdje su nestale javnosti.

¹² Koncept Lebenswelta koji uključuje obiteljski i svakodnevni život te deliberaciju u javnoj sferi Habermas (1987, 1987a) razvija u opoziciji spram “sistema” države i ekonomije. Ova druga razina podrazumijeva akcije u cilju ostvarivanja određenih (sistemskih: političkih i ekonomskih) zahtjeva, a prva je livingroom komunikacijskih aktivnosti i simboličke reprodukcije. “Ovdje, u sferama kulture, solidarnosti i osobnosti”, kaže Nancy Fraser, pronalazimo drugačiji tip racionalnosti, koji Habermas naziva komunikacijskim razumom, u suprotnosti spram instrumentalnog” (2013: 260). Proces simboličke reprodukcije (kulture, društva i osobe) “pokrivaju simboličke strukture životnog svijeta” koje bi, prema Habermasu (1987a: 138) trebalo “razlučiti od održavanja njegove materijalne podloge.”

Problem isključenja slabijih društvenih skupina

Kompleksnost demokracije, prema Sheili Benhabib, “u suvremenim društvima se može promatrati kao povećanje broja i opsega autonomnih javnih sfera” (Ferree i dr. 2004: 223). Zbog toga se *druga primjedba* Nancy Fraser deliberacijskom modelu odnosi na habermasovsku pretpostavku da je jedna, velika javnost za demokraciju bolja nego množina malih. Uzevši u obzir stvarna ograničenja pristupa, argumentacija i stilova ekspresije pripadnika nepovlašćenih slojeva deliberacijskoj jednini javne arene, oni u tom slučaju ne bi imali prostora za raspravu, ne bi imali vlastitih medija itd. Srećom, povijest je prepuna primjera da su subordinirane društvene grupe pronašle mnoštvo mogućnosti vlastitog izraza, brušenja strategija, regrutacije, motivacije i obrazovanja svojih pripadnika. Bilo da se radi o sindikalnom biltenu, akademskom časopisu ili lezbijskoj poeziji, te, kako ih Nancy Fraser na tragu Gramscija naziva, *subalterne kontrajavnosti* često su pronašle načina da i onim širim publikama nametnu određene teme i kutove gledanja na dnevni red.

Naravno, ne treba idealizirati vrline subalternih kontrajavnosti. Neke od njih su otvoreno antidemokratske, sklone govorima mržnji i reprodukciji nanesenih im nepravdi. Ipak, zabrane i isključenja takvih grupa obično nisu urodile njihovim “građanskim preodgojem”, nego, nažalost, radikalizacijom njihovih neslavnih afiniteta. Za zagovornike kompleksne demokracije centralna je relacija između subalternih i onih dominantnih javnosti. “Sve dok se takve kontrajavnosti”, smatra Fraserova, pojavljuju kao odgovori na ekskluzije unutar dominantnih javnosti, one pomažu širenju diskurzivnog prostora (...) a to je u stratificiranim društvima dobra stvar.” Sve dok one jesu *javnosti* – što znači da žele komunicirati – a ne *enklave*, društvo ih ne bi trebalo komunikacijski izolirati. “Stvar je u tome da subalterne kontrajavnosti imaju dualni karakter. S jedne strane, one funkcioniraju kao prostori povlačenja i pregrupiranja snaga; s druge, kao baze i poligoni treninga za agitacijske aktivnosti usmjerene širim javnostima. Upravo u dijalektici između te dvije funkcije leži njihov emancipacijski potencijal” (Fraser 1992: 124).

Problem isključenja pojedinačnih tema

Uz pogrešnu pretpostavku da je stvarnu jednakost moguće simulirati i zanemarivanje isključenih glasova, *treći problem* deliberacijske javne sfere je pitanje dnevnog reda: o čemu se smije raspravljati? Ako javni interes treba biti nešto veće i kvalitetnije od puke sume individualnih interesa, onda mnoga posebna pitanja od interesa različitih grupa mogu postati kolateralnom žrtvom, odnosno biti isključena kao privatna. U svrhu racionalizacije interesnih *commonsa*, optimistički koncept “građanskog novinarstva” – više oslonjen na projekcije “njujorktajmsovske izvrsnosti”, nego na stupce u stvarnim novinama – posegnut će za primjerima organizacije javnih rasprava o kojima će onda izvještavati. Samo, koje teme dolaze u obzir? Samostalno ili u suradnji s organizacijama civilnog društva, demokratski odgovorno novinarstvo građanima ne bi trebalo isporučivati elitistički “objektivan” izvještaj o zajedničkim vrijednostima, nego ih radije aktivistički stimulirati na sudjelovanje. Međutim, takva koncepcija novinarstva teško da se može razviti u situaciji radikalizacije materijalnih pritisaka u redakciji, što je vjerojatno jedan od razloga zašto su javne tribine u Novinarskom domu, ili barem izvještavanje o njima, u domaćem iskustvu relativno rijetke. Neizbježna koalicija s vlasničkim, oglašivačkim i kreditorskim interesima sistemski sprečava građanski odgovorno novinarstvo da “prijeđe crtu” političkog angažmana, kako pri strukturiranju vlastitih izvještaja, tako i prilikom izbora tema koje dolaze na dnevni red javne sfere. “Nepristranost” koja se na razini izvještavanja očituje balansiranjem izjava jedne i druge strane, na razini odabira tema se manifestira kao selekcija samo onoga što se “zdravorazumski” nameće, da bi moglo biti od zajedničkog i istovremenog interesa svih. Fokus na *commonse* poput vode, urbane parkove, decentralizaciju, veće šanse za mlade, veće šanse za stare... i druge, kako kaže Baker “važne ali nekontraverzne ciljeve – sigurnije perivoje ili poštene zakonodavce – iako nije sam po sebi loš, ne bi trebao zamijeniti narodne borbe u stvarnim društvenim podjelama. (...) U svom najgorem izdanju, građanski odgovorno novinarstvo bi moglo biti tehnika kooptacije koja stvara lažni dojam participativnog angažmana bez propitivanja utvrđenih interesa elita” (Baker 2004: 63).

Polazeći od kritike liberalno-pluralističkog poimanja interesa društvenih grupa kao unaprijed zadanih uloga u nadmetanju, deliberacijska koncepcija ispravno

upozorava da se zajednički interesi konstruiraju raspravom (pa čak i tamo gdje ih prije nije bilo), ali pritom razvija pogrešnu pretpostavku da postoji samo jedna točka dnevnog reda: javni (ili, kako se često naziva, nacionalni) interes. Obiteljsko nasilje, navodi primjer Nancy Fraser, može biti lako proglašeno obiteljskom, privatnom stvari. Jednako kao što i sva pitanja odnosa na radnom mjestu, budući da se vode u rubrici privatne ekonomije, veoma često ne ulaze niti pod točku “razno” na dnevnom redu masovnih medija.

Skriivanje političkoga

Četvrta pogrešna pretpostavka deliberacijskog modela jedinstvene javne sfere je podjela između države i civilnog društva. Ako je, kao što u svojoj kritici zaključuje Baker, centralna tema koncepta odgovornog, građanskog novinarstva to, da bolje služi demokraciji, onda svakako treba imati u vidu da je za liberalne mislioce poput Habermasa glavna briga demokracije kako civilno društvo i medije “osloboditi od politike”, odnosno kako politički proces odvojiti od sfere civilnog društva. Taj, kako ga Ellen Meiksins Wood naziva, konceptualni *portemanteau* “trpa zajedno sve, od domaćinstava i dobrovoljnih udruga do ekonomskog sustava kapitalizma”, a pretendira na svoju “autonomiju” zahvaljujući opreci između prisile kao prerogativa države, i “slobode ili dobrovoljne akcije, koja pripada u načelu, ako ne nužno u praksi, civilnom društvu.” Rezultat te operacije je da svi oni sistemski uzroci nejednakosti sudionika zajedničke javne sfere postaju nevidljivi “u konceptualnoj noći gdje su sve mačke crne” (Wood 2012: 215 – 217). Klasne, rodne ili kulturne determinante kojima netko može biti opravdano nezadovoljan u jednoj sferi, može navodno nadomjestiti u drugoj. *Double shift* radnica može pronaći vremena za feministički kružok, a nezaposleni pedesetogodišnjak interesom za ekološki aktivizam nadomjestiti... doista, može li? Razdvajanje države i civilnog društva realno premješta barem dio obaveza i prisila, jednom ekskluzivno atribuiranih kraljevima i državama, u sferu “slobodne” ekonomske razmjene, prava udruživanja i raspolaganja slobodnim vremenom. Citirajući ponovno E. M. Wood, “nema tog davnog despota koji se mogao nadati prodoru u osobne živote svojih podanika – njihove životne prilike, izbore, prioritete, mišljenja i relacije – u tolikoj mjeri i sitnom

detalju, ne samo na radnom mjestu, nego u svakom kutu njihovih života” (Wood 2012: 219).

Nancy Fraser podsjeća da je minimalna pretpostavka socioekonomske, pa onda i komunikacijske jednakosti upravo neki oblik redistribucije. Ako javni mediji ne promoviraju teme, interese i komunikacijske stilove subalternih skupina, ako nema javnih potpora njihovim medijima... teško da će zajednička rasprava biti moguća. Naravno, za redistribucijske zadaće je potrebna određena kultura regulacije, kakvu uobičajeno pripisujemo državi. Tako, na kraju ispada da je u “javnom interesu” upravo povezivanje, a ne striktno razdvajanje sfera “komunikacijske i instrumentalne aktivnosti”, odnosno društva i države. Potraga za hibridnim formama i različitim vezama odgovornosti, delegiranja i opoziva između mnogostrukih *slabih*, kako ih Fraserova naziva, asocijacijskih i *jakih*, zakonodavnih javnosti upravo je jedna od centralnih tema modela kompleksne, konstrukcionističke ili radikalne demokracije.

Model kompleksne demokracije

Između anomijskog “realizma” interesnog tržišta i apologetskog optimizma konsenzusa, pragmatizam kompleksne demokracije medije vidi kao prostor suodlučivanja, koordinacije između mnogostrukih javnosti i političke odgovornosti građanima, kao što kaže Fraserova (1992: 136), esencijalnih za egalitarno društvo. Ideja da demokratski funkcionalni mediji ne mogu biti prepušteni “dominaciji jedne snage formiranja mišljenja” već je ušla i u dokumente Europske komisije (Vīke-Freiberga i dr. 2013). Standardni repertoar “zabrinutosti u vezi mogućeg političkog utjecaja”, danas se, barem u odgovornijem dijelu akademske i *policymakerske* produkcije, redovito balansira upozorenjima na “ekscresne utjecaje medijskih vlasnika i oglašivača u političkom prostoru” ili “efekte komercijalne medijske koncentracije i promjena poslovnih modela na smanjenje kvalitete (istraživačkog i drugog) novinarstva, restrikcije uredničke slobode, kao i eroziju radnih uvjeta i sigurnosti novinarskog zaposlenja” (Vīke-Freiberga i dr. 2013: 13 – 16). Ma koliko ohrabrujuća, ta činjenica, međutim, ne znači kako postoje gotova modelska rješenja koja bi ponudila više od “autonomije” medija tek prividno izmaknutih od autoritativnog političkog odlučivanja u slab zaklon

nereprezentativnosti “civilnog društva.”¹³ Možda, u slučaju “kompleksne demokracije”, etiketa “modela” i nije najsretnija, budući da njeni zagovornici stavljaju manji naglasak na moralnu ekonomiju normativnih predodžbi “svijeta života”, a veći na instrumentalnost zahtjeva koje njegovi akteri donose iz svijeta rada. Bilo kako bilo, veoma konkretne i ostvarive smjernice za jačanje demokratske i kulturne uloge medija u radovima autora poput C. Edwina Bakera, Roberta W. McChesneyja, Daniela Hinda ili Jamesa Currana, zahtijevaju temeljitu reviziju medijskih politika i kanona profesionalnog novinarstva izraslih na zasadima elitističkih, liberalno-pluralističkih i deliberacijskih koncepcija demokracije. Uz komparativni pregled performansi – i neizbježna preklapanja – različitih modela, prikazan u susjednoj tablici¹⁴, tri skupa glavnih odrednica karakteriziraju kompleksne ili konstruktivističke pristupe medijima i osnaživanju njihove demokratske funkcije. To su: (1) ispravljanje društvenih nejednakosti putem širenja pristupa javnom dijalogu i kompenzacije inferiornih komunikacijskih resursa i vještina podređenih društvenih grupa (Curran 1991: 30), (2) multisektorski sustav neprofitnih, komercijalnih i javnih medija s različitim demokratskim funkcijama, organizacijskim načelima i ekonomskim osnovama (Baker 2004: 189) i (3) aktivna medijska politika u interesu javnosti, a ne privatnom interesu (McChesney 2008a: 416).

¹³ Barem je arheologija određenja “javnog interesa” i normiranja upravljačkih modela hrvatske javne radiotelevizije pokazala da hibridne forme suodlučivanja i koordinacije “slabih” i “jakih” javnosti još treba tražiti. Epizoda libertarijanskog pluralizma pod mentorstvom Karola Jakubowitza završila je u svojevrsnoj pobuni politički “slabog” civilnog društva, i to tako da su pojedini samoizabrani predstavnici udruga u Vijeću HRT-a najavili pokretanje političke stranke. U drugoj epizodi, “povratak” države se prometnuo u managerijalizam i asocijacijske zahtjeve da “država preuzme odgovornost” i zaustavi eroziju programa. Koliko god to iskustvo uspona i, uglavnom, padova medijske politike nije bez ironičnih preokreta, ono dokazuje da potrebe i prostori, pa čak i periodi poboljšanja, postoje.

¹⁴ Prema Curran (1991: 28), Ferree i dr. (2004: 229), McQuail i dr. (2009: 97).

Normativni modeli demokracije, koncepcije javnog interesa i medija

	elitistički	liberalno-pluralistički	deliberacijski	kompleksno-demokratski
<i>suverenitet</i>	ograničen na zamjenu jedne vlade drugom; "vlast za narod", ali ne i "vlast naroda" (Schumpeter 2006: 256)	podijeljen među sukobljenim interesnim grupama; "mnogostruk centri moći, od kojih nijedan nije sasvim suveren" (Dahl, 1967: 24)	kolektivni, utemeljen na zajedničkom interesu "privatnih ljudi koji okupljeni čine publiku" (Habermas 1969: 38)	zahtijeva neposredno sudjelovanje u javnim poslovima "svih ljudi koji vladaju... barem dio vremena" (Barber 1984: 15)
<i>civilno društvo</i>	ograničeno na ekspertizu individualnih učinaka službenika	privatizirano, poduzetničko, modelirano prema tržištu	otvoreno svima jednako spremnim i sposobnim za "javno rezoniranje" o ciljevima društva	poziva na izravno sudjelovanje u vlasti; nije odijeljeno od države
<i>jednakost</i>	u pravu glasa	šansi, u osnovi privatna stvar	uvjeta, javno pitanje distribucije resursa	ishoda, rezultat aktivnih redistribucijskih politika
<i>soboda govora</i>	definirana negativno, <i>sloboda od</i> vladine cenzure	definirana negativno, <i>sloboda od</i> monopola bilo koje vrste	definirana pozitivno, afirmirana odgovornošću i sprečavanjem govora mržnji	definirana pozitivno, <i>sloboda</i> za ostvarenje vlastitih ciljeva afirmirana vladinim politikama
<i>javna sfera</i>	prostor ekspertize elita, slobodno tržište ideja	prostori različitih stilova govora i proporcionalne agregacije individualnih i grupnih interesa	jedinstveni prostor javne rasprave svih, <i>kao da</i> su jednaki	javne arene dijaloga jakih i slabih
<i>javni interes</i>	u osnovi, određuje ga stranka na vlasti dok ne dođe vrijeme za njenu smjenu; donošenjem odluke tema se skida s dnevnog reda	pluralistički mozaik kao rezultat odnosa snaga interesnih grupa, uz dodatak konstitucionalne zaštite manjina; izbjegava se skidanje tema s dnevnog reda	konsenzus o pitanjima koja se tiču svih; ishod ovisi o mogućnosti njegovog postizanja	ispravljanje društvenih nejednakosti; ishodi ovisе o osnaživanju slabijih skupina i raspravi manje prisutnih tema i stajališta
<i>medijski sustav</i>	oligopol; javni mediji ne bi trebali postojati	slobodno tržište; javni mediji bi trebali biti podijeljeni između različitih interesnih grupa	regulirano tržište; javni medij bi trebao biti agent integracije različitih diskurza	multisektorski sustav neprofitnih, komercijalnih i javnih medija s različitim demokratskim funkcijama, organizacijskim načelima i ekonomskim osnovama
<i>novinarstvo</i>	proizvodnja pristanka; stručno i objektivno, balansirajući između glavnih političkih stranaka, pokriva krize i kampanje, nadzirajući vlast	informiranje i motiviranje; angažirano i segmentirano, zagovara interese grupa, nadzirajući pozicije moći u potrazi za skandalima	odgovorno informiranje i moderiranje deliberacije; nezainteresirano i nepristrano, odvaja činjenice od komentara; balans tvrdnje i protutvrdnje, zagovor konsenzusa	eksterno i interno informiranje, motiviranje i dijalog različitih skupina; nadzor ekonomskih, političkih i kulturnih pozicija moći; širenje pristupa javnoj raspravi i kompenzacija inferiornih komunikacijskih resursa i vještina podređenih društvenih aktera
<i>zabava</i>	suvišna	dobrodošla	štetna	oblik društvene komunikacije i uspostavljanja relacijskog identiteta
<i>medijska politika</i>	nepotrebna	samoregulacija	koregulacija	sustavna javna intervencija

Mediji kao protuteža i agencija kompenzacije društvenih nejednakosti

Ako je socijalna vaga nagnuta, dodavanje iste mase (medijskih teza i protuteza) na obje strane neće je dovesti u ravnotežu. Kulturni kapital i argumentacijska snaga neizostavno idu pod ruku sa socijalnim i ekonomskim resursima. U takvom odnosu sila, lijepe želje da svi zajedno raspravljaju *kao da* su jednaki aktivno doprinose samo reprodukciji i povećanju nejednakosti, a kanon medijske “objektivnosti” garantira da će glasovi i interesi slabijih društvenih skupina u tako definiranoj javnoj sferi biti trivijalizirani, izvrnuti ili – u najboljem slučaju – prešućeni.¹⁵ Zbog toga mediji, posebno oni zajednički, poput javnih radiotelevizija – umjesto da njeguju “objektivnost” svedenu na mjerenje minutaže predstavnika glavnih političkih frakcija elite – trebaju kompenzirati pomanjkanje komunikacijskih resursa podređenih društvenih grupa.

“Mediji trebaju tražiti načina da isprave”, kaže Curran, “neravnotežu moći u društvu. U osnovi, to znači *proširenje pristupa javnoj domeni* kojoj elite imaju povlašten pristup” (Curran 1991: 30). Baker ističe da javni mediji “trebaju pružati informacije o pogledima i raspravama unutar ‘autsajderskih’ ili ‘subalternih’ javnih sfera. Takve informacije su esencijalne ne samo za interne namjene tih subgrupa, nego i za razmišljanje i politike nadležne demokratske vlade” (Baker 2004: 153). McChesney i Nichols zaključuju da “zdravo novinarstvo”, među ostalim, “*mora smatrati informacijske potrebe svih građana legitimnima*” (McChesney i Nichols 2010: 164). Tamo gdje kraj profesionalnog novinarstva po mjeri elitističke demokracije insistira na “neutralnosti” stručne arbitraže, pluralistički model na reprodukciji (objektivno) postojećeg odnosa snaga, a deliberacijski razum na bezinteresnom odbacivanju razlika u ime potrage za idealom konsenzusa, kompleksno-demokratska medijska politika se otvoreno stavlja na stranu slabijih društvenih subjekata.

Uzmemo li za primjer nedavno radikaliziranu raspravu o definiciji braka u Hrvatskoj, “objektivnost” elitističkog modela će – smatrajući da je tema bitna jer se političke elite tu razlikuju u stavovima – u jednakom opsegu prikazati stavove “za” i “protiv”, tako da će polazna prednost patrijarhalne većinske pozicije ostati očuvana. Liberalno-pluralistički individualizam će “dozvoliti” da angažirani mediji

¹⁵ Vidi McChesney (2011).

obiju strana otvoreno zastupaju pozicije u konfliktu, ostavljajući da prevagne ona snažnija, i eventualno tražiti ustavnu zaštitu manjine, dok će deliberacijski optimizam i samo pitanje skinuti s dnevnog reda kao “privatno”. U svakom slučaju, medijski sustav će odigrati ulogu agenta reprodukcije postojećih odnosa moći. Nasuprot tome, kompleksno-demokratska koncepcija polazi od uvjerenja da “mediji trebaju biti ‘kompenzacijska’ snaga u društvu (naravno, unutar okvira koji osigurava predstavljanje svih interesa)” (Curran 1993: 30). Javni mediji i, šire, javna medijska politika, trebaju poticati ne samo vertikalnu komunikaciju između vlade i različitih društvenih grupa, nego i horizontalnu razmjenu stavova između samih grupa, kao i unutrašnju komunikaciju između pripadnika iste, kompenzirajući pomanjkanje vještina i resursa onih slabijih.

Na primjer, ukoliko su pozicije LGBT zajednice – o čemu se može raspravljati – slabije predstavljene u dominantnim medijima, onda javni mediji trebaju preuzeti ulogu uzajamnog informiranja i motiviranja njezinih pripadnika. Raspolazu li, recimo, udruženje umirovljenika, sindikat ili naprosto grupa radnica koje ne primaju plaću, komunikacijskim resursima nedostatnim da bi se uopće uzajamno informirali, tražili saveznike, a kamoli se izborili za svoje argumente, javni mediji trebaju preuzeti ulogu njihovog “informativnog biltena”, dok javna medijska politika poticaje treba usmjeriti njihovoj komunikaciji. Ne odnosi se to samo na informativni program javne radiotelevizije i javne izvještajne agencije – koje bi svoje resurse trebale reorganizirati tako da izvještavaju o mnogobrojnim aktivnostima raznih manjih i slabijih društvenih grupa, a ne prate samo suženi itinerarij službenih tvrdnji i protutvrdnji malog broja etabliranih izvora – nego i na popularnu dramsku fikciju i zabavni program. Sve dok televizijske serije budu prepune stereotipa o ženama koje “ne znaju voziti automobil”, “lijenim” imigrantima ili “feminiziranim” gejevima, teško je govoriti o demokratskoj funkciji medija. Način predstavljanja pripadnika društvenih grupa u zabavnim žanrovima snažno utječe na njihovu samopercepciju i motivaciju za politički dijalog. “Određuju li se ljudi na primjer”, piše Curran, “u terminima nacionalnosti, lokalnosti, etniciteta, roda, religije, generacije, klase ili seksualne orijentacije, i kao artikuliraju te različite elemente, često veoma utječe na ono što će postati u ‘političkim’ terminima” (2007: 42).

Ako je zadaća medija, kao u čuvenoj krilatici, “ojačati nemoćne i oslabiti moćne”,¹⁶ onda je potrebno redefinirati i nadzornu funkciju medija, čija se dominantna usmjerenost na strukture državne moći zadržala do danas. Nasuprot fosiliziranom modelu profesionalnog novinarstva, zagovornici kompleksno-demokratske medijske politike i komplementarne uloge novinarstva smatraju da medijski *watchdog* treba svoju budnost i oštricu istraživačkog novinarstva usmjeriti na sve sfere društvenog i ekonomskog života. Iako vladine strukture i nadalje ostaju na popisu prioriteta nadzorne funkcije novinarstva – kako u privatnim i neprofitnim, tako i u javnim medijima – iluzorno je očekivati da će, na primjer, nemoralno ponašanje u redovima Crkve spriječiti Duh Sveti, a sistemsku korupciju u sferi privatne ekonomije tržište. Koruptivne aktivnosti tržišnim akterima – i medijskim vlasnicima i oglašivačima – mogu donijeti značajne profite i bolje tržišne pozicije, što ih s tržišne točke gledišta čini sasvim “efikasnim” (Baker 2004: 131). Zbog toga nadzorna funkcija medija mora biti podjednako usmjerena na sve pozicije moći, odnosno “*osiguravati strogi nadzor* ljudi koji su na vlasti i onih koji žele biti na vlasti u državnom, poslovnom i neprofitnom sektoru” (McChesney i Nichols 2010: 164).

Međutim, ma koliko opravdan, fokus na denuncijaciju individualnih djela i osobina pripadnika političkih elita njihove sistemske uzroke više skriva, nego što otkriva. “Ojačati nemoćne” podrazumijeva i sustavni razvoj mogućnosti njihove vlastite orijentacije u javnoj sferi. Razvoj demokratske javnosti nije moguće nadomjestiti spektakularizacijom tekućeg korupcijskog “skandala”, kao što nije bilo moguće niti historijskom adoracijom dvora. Analizirajući funkcije ranog tiska (17. stoljeća), Habermas primjećuje kako su “političke novine već od početka obavještavale o putovanjima i povratku vladara, dvorskim svečanostima, naimenovanjima...” (1969: 32), strukturirajući već tada novinarstvo kao kanal “vertikalne komunikacije između vladajućih i onih kojima se vlada” (Mancini 2000: 238). Substitucija objave “naredbe vladara u interesu podanika” (Habermas 1969: 32) eventualnim prokazivanjem vladara, nekih tristo godina kasnije, u interesu

¹⁶ “Mr. Brady, it is the duty of a newspaper to comfort the afflicted and afflict the comforted”, rečenica je koju izgovara Gene Kelly u ulozi beskompromisnog novinara, u filmu Stanleyja Kramera (1960) *Inherit the Wind*. McChesney i Nichols (2010: 8 i 275) atribuiraju je čikaškom novinaru s kraja devetnaestog stoljeća, Finleyju Peteru Dunneu.

rotacije političkih elita (Baker 2004: 133), ma koliko se činila naprednom, još uvijek zadržava medije u vertikalnom modu komunikacije. Razvoj horizontalne komunikacije i demokratske javne sfere, prema tome, neće biti moguć bez osnaživanja kritičkih kapaciteta javnosti, odnosno “prethodne analize ekonomskih, društvenih i političkih struktura, izvan kojih pojedinačni događaji nužno ostaju samo izolirane i nerazumljive epizode. Ta je razlika”, kako kaže uredništvo jednih novina, “od presudne važnosti za odgovor na pitanje obavlja li neki medij ulogu izvora informacija koje čitateljima omogućuju stvarnu orijentaciju u svijetu u kojemu živi. Ako to ne čini, ako čitatelje tretira kao puke potrošače jednokratnih ‘skandala’ i beskrajnog niza pseudodogađaja, onda pada na testu svoga deklarativnog mandata. Ako novinarstvo i kada kritizira ostaje zarobljeno u ‘dvorskoj perspektivi’ i misli da dodavanjem negativnog, denuncijacijskog predznaka obavlja posao kritičkog novinarstva, tada riskira postati dijelom problema. Ako novinarstvo propušta priliku da doprinese razvoju sposobnosti samostalne kritičke prosudbe svojih čitatelja, ako propusti tretirati ih kao punopravne subjekte, sposobne za shvaćanje kompleksnih odnosa, tada propušta doprinijeti i razvoju istinski demokratske kulture. Tabloidna logika se opravdava tvrdnjom o nedoraslosti svojih čitatelja. No servirajući im svaki dan iznova sadržaje pripremljene posebno za ‘nedorasle’, ona tu nedoraslost ne servisira, nego je sustavno proizvodi”¹⁷.

Curran uočava kako kanonizirana *watchdog* funkcija novinarstva, svojim fokusom na razinu nacionalne države, također propušta uzeti u obzir pad njezine moći u korist supranacionalnih struktura poput Europske unije i međunarodnih financijskih struktura, odnosno inherentnih koruptivnih praksa. Osim toga, umjesto da se romantizirano koncipira – a u prekariziranoj svakodnevnici redakcije komercijalnih medija uglavnom izostaje – kao individualna borba moralno beskompromisnog novinarskog barda, istraživačko novinarstvo bi se trebalo reformirati kao intermedijator između kolektivnih nadzornih resursa cijelog društva – zviždača, “otpadnika” elitnih struktura, asocijacijskih *watchdoga* i kritičkih

¹⁷ Le Monde Diplomatique, uredništvo hrvatskog izdanja (26. siječnja 2013) Povodom izlaska novog hrvatskog izdanja: S onu stranu dvorske perspektive, <http://lemondediplomatique.hr/povodom-izlaska-novog-hrvatskog-izdanja-s-onu-stranu-dvorske-perspektive/>, pristupljeno 17. svibnja 2014.

istraživača (Curran 2007: 35). Štoviše, ideja da novinarski *watchdog*, kako bi uspješno nadzirao vladu, mora biti u privatnom dvorištu, vuče podrijetlo iz osamnaestog stoljeća. Tada su jedini “mediji” bile javne novine, dok danas ogromnu većinu prostora i vremena komercijalnih medija zauzimaju različite mješavine zabavno-komercijalnog materijala. Danas, kaže Curran, “čak i mnogi takozvani ‘informativni mediji’ javnim pitanjima posvećuju samo mali dio sadržaja – a tek mrvicu od toga razotkrivanju službenih prijestupa. U konačnici, liberalna ortodoksija definira glavnu demokratsku svrhu (nadzor vlade) i organizacijsko načelo (privatno vlasništvo) medija onime što ti mediji većinu vremena *ne čine*” (Curran 2003: 219). Napokon, mnogobrojni primjeri povezanosti vlasničkih i oglašivačkih struktura u medijima s vladinim dužnosnicima dokazuju u kolikoj mjeri je privatno vlasništvo iluzorna garancija efikasnog nadzora vladajućih struktura. Naravno, eutanazija privatnog *watchdoga* ne znači da i onaj javni često nije efikasno ušutkan. Politički pritisci i kadroviranje, uskraćivanje financijskih sredstava i informacija, prijetnje otkazima i privatizacijom... – sve su to bila i ostala sredstva koja i najglasnije novinarske aspiracije mogu pretvoriti u tišinu, “svestrano korisnu upravi” (Habermas 1969: 32). Zbog svega toga, potrebne su konkretne političke akcije kako bi se osigurala neovisnost nadzorne funkcije novinarstva, nekorumpiranog niti od političke, niti od ekonomske sfere moći, kao niti od njihovih interesnih koalicija.

Angažirano novinarstvo u kompleksnoj demokraciji služi tome da se društveni konflikti ne ušutkuju samo zato što o spornim pitanjima postoji slaganje političkih i ekonomskih elita, ili je jedna strana u konfliktu preslaba da bi se njezin glas uopće čuo, niti zato da ne bi propala mogućnost konsenzusa o “nacionalnom interesu”. Međutim, gorke podjele u društvima često mogu poprimiti nasilne oblike. Zagovornici kompleksne demokracije, naravno, ne vide demokratsku ulogu medija kao ratnih huškača, nego – upravo suprotno liberalno-pluralističkoj koncepciji – kao prostor ravnopravnog dijaloga. Pravid ove kontradikcije razotkriva se u viđenju medija kao množine u kojoj, kako kaže Curran, “različiti sektori medija imaju različite uloge, povezuju se s društvom na različite načine, prakticiraju različite oblike novinarstva, i na različite načine doprinose funkcioniranju demokratskog sustava” (Curran 2007: 39).

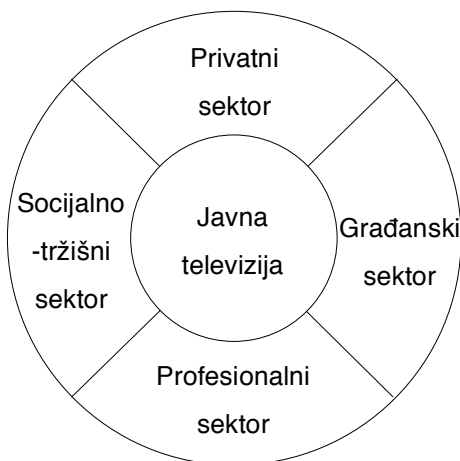
Složeni medijski sustav čiji dijelovi služe različitim funkcijama

Starinska koncepcija da su mediji, jednostavno, mediji, koji se dijele na novine, radije, televizije itd. odavno više ne služi baš ničemu, do reciklaže postojećeg stanja. Ako ništa drugo, internet i, općenito, digitalna tehnologija su izbrisali razlike između tehnoloških platformi distribucije do mjere koju ilustrira nedavna odluka austrijske regulacijske agencije kako se jedne dnevne novine – zahvaljujući obilnoj ponudi video-sadržaja na svojoj internatskoj stranici – moraju pridržavati pravila koja inače vrijede za televizije.¹⁸ Nasuprot tome – otkako su još osamdesetih godina prošlog stoljeća satelit, a kasnije internet, ukinuli “nestašicu” kanala emitiranih putem zajedničkog dobra radiofrekvencijskog spektra i, zajedno s tim, poljuljali “pravnu osnovu” regulacije – ideologem *tehnološke neutralnosti* razvio se u glasne zahtjeve za deregulaciju svih medija prema *laissez faire* obrascu kakav otprije vrijedi za privatne novine. Iako takvi “stručni uvidi” ponekad dobivaju podršku pojedinih kooptiranih članova, ili čak višegodišnjih praksa cijelih regulacijskih agencija, lako ih je odbaciti kao poprilično prozirne “ponude” za (besplatnu) privatizaciju javnih dobara. To bi izgledalo kao da privatni dječji vrtić, već osiguravši nultu razinu standarda javne usluge, sada traži i zgradu bivšeg javnog vrtića “za jednu kunu”. U praksi, stvari stoje tako da komercijalna televizija u vlasništvu nekog globalnog medijskog konglomerata s beskonačnim katalogom filmova i serija za emitirati u stankama između reklama, za godišnju naknadu od oko pola milijuna kuna godišnje, dobiva u koncesiju dio nacionalnog radiofrekvencijskog spektra koji joj omogućuje godišnji prihod na razini tristo milijuna. I to uz jedinu obavezu, kako je na panelu oxfordskog Reuters Instituta istaknuo reporter hrvatske komercijalne televizije, da proizvede jednu polusatnu informativnu emisiju dnevno.

Dok elitističke i pluralističke normativne teorije javne medije vide prije svega kao prijetnju, deliberacijski optimizam podjednako nevoljko gleda kako fragmentacija javne sfere onemogućava konsenzus. Dok prve smatraju kako bi u idealnom

¹⁸ Krajem 2012. godine austrijska Kommunikationsbehörde je presudila da video-ponuda Tiroler Tageszeitunga (<http://video.tt.com>) odgovara svim kriterijima koji inače važe za televizije odnosno, u žargonu medijskog zakonodavstva Europske unije, audiovizualne medijske usluge, u ovom slučaju, “na zahtjev” (EAO 2013: 20 – 21).

medijskom sustavu svi mediji trebali biti privatni (u nijansama većeg ili manjeg tržišnog natjecanja), druge vjeruju kako bi svi mediji trebali biti javni (bez obzira na vlasničku strukturu). Međutim, dok se teorije fokusiraju na svoje uske političke ciljeve – iz kojih se ciljevi onih drugih vide kao prijetnje – praksa funkcionira prema svojim, uglavnom dereguliranim zakonima. Ono što u međuvremenu dobivamo je deregulirano tržište koje sve glasove neslaganja veoma uspješno apsorbira u “konsenzusu” medijskog monopola. Zbog toga, pragmatična kompleksno-demokratska perspektiva zagovara raznolike kombinacije javnih, komercijalnih i neprofitnih (asocijacijskih, odnosno komunalnih) medija koji – odgovorni različitim javnostima – ostvaruju različite ciljeve i funkcije novinarstva. U svom prijedlogu James Curran (2003: 241 – 247) identificira pet povezanih medijskih sektora, od kojih svaki ima različita organizacijska/upravna načela i svoju ekonomsku bazu.



James Curran (2003: 241) *Radni model demokratskog medijskog sustava*

Usmjeren na masovnu publiku, *javni medijski sektor* je platforma izraza koja objedinjava različite aktere i drugačije, manjinske poglede građanskog, profesionalnog i socijalno-tržišnog sektora u dijalogu o upravljanju društvom. Kompleksno-demokratski koncipirana javna radiotelevizija se razlikuje od drugih modela time što joj jednakost pristupa različitim društvenih subjekata, tema i kutova gledanja u javnu javnu sferu nije tek načelno polazište. Nasuprot “jednakosti šansi”, uređivačka politika javne radiotelevizije treba aktivno raditi na jednakosti komunikacijskih *ishoda*. To, naravno, znači favoriziranje pozicija slabijih, redovito siromašnijih društvenih grupa, a ne slijepi balans “objektivnosti” minutaže priloga u proporciji s kulturnim, socijalnim ili ekonomskim kapitalom govornika. Nadalje, to podrazumijeva multilateralnu komunikaciju u kojoj javni mediji nisu institucijska

tvrđava u koju je pristup dozvoljen samo dežurnim stručnim arbitrima i natjecateljima u izbornom sportu, uz prethodnu najavu. Umjesto toga, javna radiotelevizija množinom svojih sadržaja i programa treba biti istodobno i “školsko glasilo”, i “sindikalni bilten”, i “komunalna tribina”. Napokon, javni mediji svoju funkciju ne iscrpljuju informativnim programom, art-filmom niti emisijom o dvorcima Hrvatskog zagorja. Popularna fikcija, kviz domaće koncepcije, sport i glazba... sve to čini kompleksni žanrovski repertoar centralne kulturne institucije koja – između lažnih izbora komercijalizma i elitizma – želi biti demokratska.

Građanski sektor je ono što tradicionalno nazivamo medijima civilnog društva koje, prema Curranu, uključuje i političke stranke, nove socijalne pokrete i različite subkulturne mreže. Upozoravajući na moguća preklapanja u praksi, Curran ovaj sektor dijeli na tri dijela od kojih prvi obuhvaća angažirane, “propagandističke” medije političkih stranaka i organizacija kojim je cilj izgradnja podrške za određenu političku perspektivu. Drugi dio se sastoji od medija koji se ne referiraju toliko na neku određenu organizaciju, koliko na određenu, labavo povezanu socijalnu bazu, poput LGBT medija, koji mogu odigrati važnu kohezijsku funkciju proširenja zajedničkog identiteta društva. Treći dio građanskog sektora bi obuhvaćao medije s primarno unutarorganizacijskim funkcijama stvaranja kolektivnog identiteta, informiranja ili nadzora rukovodstva, kao što to čine sindikalna glasila, na primjer. Mnogobrojni primjeri pokazuju brigu različitih država da ovaj medijski sektor održe, razviju i izvuku iz krize. Sam Curran navodi primjere alokacije javne medijske infrastrukture korporativnim organizacijama u Nizozemskoj i norveških potpora tjednicima političkih stranaka, imigrantskih grupa i drugih organizacija u iznosu od 24 milijuna kuna godišnje. Francuski fond za neprofitne radije – od poreza na oglašavanje u programu komercijalnih radija – izdvaja otprilike isti godišnji iznos, ali u eurima, a njemačka i austrijska¹⁹ potpore *stiftunzima* omogućuju informiranje pripadnika političkih organizacija i izvan tih država.

Oznaku *socijalno-tržišnog sektora* Curran koristi za male tržišne “pridošlice” koji bez državne potpore ne bi mogli preskočiti visok ulazni prag komercijalno-

¹⁹ Određena Federalnim zakonom o promociji političkog obrazovanja putem političkih stranaka i medija, shema u nadležnosti Ministarstva kulture praktično predviđa da se dio sredstava namijenjenih redovitom financiranju političkih stranaka upotrijebi za političko obrazovanje i informiranje građana.

medijskog oligopola. Primjeri ubrajaju britansku javnu televiziju *Channel 4* koja, financirana oglašavanjem, nabavlja programe nezavisnih producenata, zatim nordijske kredite za pokretanje novina, potpore medijima s manjinskim tržišnim udjelima u Švedskoj, Austriji, Nizozemskoj i Sloveniji, kao i mnogobrojne financijske *sheme* potpore filmskoj i televizijskoj proizvodnji. Kod nas bismo to, prema jednoj skromnoj financijskoj aktivnosti Ministarstva kulture, nazvali “poduzetništvom u kulturi”. Sasvim je jasno da ono bez državnih potpora ne može opstati niti u velikim jezičnim zajednicama, a kamoli u razmjerima ostataka domaćeg koncentriranog tržišta. Uostalom, nema potrebe uspoređivati društvene funkcije informativnih medija i, na primjer, europske filmske proizvodnje – sasvim je jasno da niti jedno, niti drugo bez substancijalnih javnih sredstava u uvjetima monopolne konkurencije ne bi postojalo, dok bi europske kulture i demokracije bile znatno siromašnije. Curranov koncept socijalno-tržišnog medijskog sektora upozorava, asocirajući povijesni primjer njemačke politike *Sozialmarktwirtschafta*, kako je, bez državne regulacije i strukturnih politika usmjerenih poticanju konkurencije, tržišni pluralizam tek balon od sapunice koji ubrzo nestaje na ulaznim barijerama medijskog oligopola. Zbog toga se europska politika zaštite tržišnog natjecanja ne bi trebala svoditi na pokušaje zabrana državnih potpora i dozvole za korporacijska udruživanja.

Naravno, krediti za pokretanje malih komercijalnih medija ne znače mnogo ako su tržišni ili mikroekonomski uvjeti određeni tako da ne omogućuju održivu proizvodnju, kao što potvrđuje više neuspjelih primjera novina ili informativnih internetskih stranica u Hrvatskoj. Ukoliko opstanak manjih komercijalnih medija – onih izvan medijskog oligopola – ovisi o državnoj potpori, onda nema nikakvog razloga da se ne smatraju neprofitnima. Takvo rezoniranje, međutim, ima dvije potencijalno sporne posljedice. Prvo, to podrazumijeva implicitnu odluku da se komercijalni medijski sektor prepusti dereguliranoj monopolnoj konkurenciji, odnosno medijskom oligopolu, sa svim negativnim posljedicama za kulturnu i demokratsku funkciju medija na koje je već upozoreno. I drugo, to bi uputilo inicijatore takvih medijskih pothvata u ono što Curran naziva građanskim sektorom, kojem izvorno ne pripadaju. Kako bi se kvalificirali za državne potpore, takvi mediji bi se morali *pretvarati* da su politički, sindikalni ili asocijacijski mediji

različitih zajednica, dok njihovi motivi zapravo ne reflektiraju (u osnovi, političke) interese pojedinih javnosti, nego ciljaju na zadovoljenje (različitih) interesa pripadnika svih ili barem većine publika. Ta svojevrsna pat-pozicija svjedoči o praktičnim limitima tržišta kao alokatora komunikacijskih resursa, ali zaslužuje da joj se posveti određena pažnja, ako ni zbog čega drugoga, onda zato što bi neke medijske vrste i žanrovi u njoj mogle ostati trajno zaglavljene. Nema mnogo razloga, recimo, kvalitetnu popularnu glazbu ili televizijsku komediju osuditi na izumiranje između opcija: ili afilijacija nekoj građanskoj/političkoj platformi, eventualno maskiranje prerogativima “visoke umjetnosti”, ili praktično izumiranje u stereotipu komercijalizacije.

Takozvane horizontalne potpore, poput poreznih olakšica, za ovu vrstu zadataka imaju slabu djelotvornost, budući da najveće dobrobiti od njih ubiru upravo pripadnici medijskog oligopola. Selektivne potpore – vezane uz određeni karakter sadržaja – su mnogo djelotvornije. One se kreću u rasponu različitih fondova za poticanje medijskog pluralizma usmjerenih ne samo neprofitnim – ili, kao u Hrvatskoj, uglavnom manjim komercijalnim – medijima, preko javnih nabava umjetničkih djela i različitih vrsta sadržaja, do subvencija i kvota za distribuciju (npr. udio domaćih filmova u kinima ili europskih djela na televizijama).

Kao i kod subvencioniranja neprofitnih medija, karakterizacija sadržaja, unatoč diversifikaciji kriterija ocjenjivanja, podliježe u osnovi diskrecijskoj odluci određene komisije, odnosno žirija ili povjerenika, čija se “objektivnost” i demokratska odgovornost – često s razlogom – dovodi u pitanje. Iako se može raditi o ideološki snažno obojenoj primjedbi, kao dodatni problem selektivnih potpora najčešće se ističe “pasivizacija” korisnika koji, navodno, kad jednom dobiju sredstva, prestaju mariti za publike ili se čak – ovisno o ideološkim pozicijama kritičara – pretvaraju u “kućne ljubimce” države.²⁰ Zbog toga su zagovornici kompleksno-demokratske

²⁰ Također i u programima javno-financirane radiotelevizije često će se naići na odjek komercijalno-medijske kampanje protiv javnog financiranja filmske proizvodnje, kao i javnog financiranja mnogo čega drugoga, uostalom (izuzev poduzetništva, vojske i policije). Narativ uvijek uspoređuje iznos javnih sredstava (veliki troškovi) i “box-office” pojedinog filma (užas, mali broj gledatelja!), ne uzimajući u obzir ni relativno malu gledanost same televizijske emisije, ni druge parametre kao što su dominacija američkog filma, distribucija i marketing, erozija instucije kina, niti mogućnosti angažmana iste javne radiotelevizije u promociji filmske kulture, koje sasvim sigurno nisu iscrpljene. Za ilustraciju standardnog pristupa vidjeti npr. Daniela Angelina Jelinčić (27. rujna 2011) Car Hrvatske kulture je gol, Nacional.

medijske politike razvili raznovrsna rješenja koja istovremeno omogućuju i državne potpore, i odgovornost publikama, a ne komisijama i povjerenstvima.

Ne samo neprofitni, nego i projekti *medijskih zadruga*, *niskoprofitni* mediji i *post-korporacijske novine* (McChesney i Nichols 2010: 182 – 189) – dakle svi oni medijski pothvati kojima je profit nepostojeći ili barem sekundarni motiv, a prihod namijenjen financiranju kvalitetne medijske proizvodnje – mogli bi se sufinancirati putem modela *građanskih medijskih donacija*. “Ideja je veoma jednostavna”, pišu McChesney i Nichols (2010: 201 – 206), “svaka odrasla osoba [iz državnog proračuna] dobije 200 dolara godišnje koje može donirati bilo kojem neprofitnom informativnom mediju prema svom izboru”. Ekonomist Dean Baker, koji model izvorno razvio u suradnji s Randyjem Bakerom, predviđa i mogućnost financiranja ne samo informativne medijske proizvodnje, nego i umjetničkog rada u širem spektru područja (Dean Baker 2010 i 2012). McChesney i Nichols napominju da je moguće sufinanciranje medija različitih pravno-organizacijskih formi, pod uvjetom da primatelj sredstava nije dio neke veće organizacije, da nema ne-medijske poslove i da se svi proizvedeni sadržaji budu putem interneta besplatno dostupni svima. Donacije bi se indicirale putem porezne prijave ili jednostavnog formulara, a sve bi kontrolirala porezna uprava. D. Baker upozorava da, ako bi vrijednost vaučera bila znatno manja, to moglo mnoge građane odvratiti od gubljenja vremena na njihovu raspodjelu, predlažući u tom slučaju raspodjelu svake dvije ili više godina. Potrebno bi bilo odrediti donji prag – inicijatori predlažu 20 tisuća dolara – vrijednosti ispod koje porezna uprava ne bi dodjeljivala sredstva, kako bi se spriječile zloupotrebe. U osnovi, radi se o malom dijelu poreza koji bismo mogli usmjeriti medijima koje cijenimo. Može se raspravljati o tome kako raspodijeliti neiskorištene “vaučere” (opcije bi uključivale analogiju D'Hondtovoju metodi na izborima i komisijsko upravljanje fondom za pokretanje novih medija), kako isključiti potpore destruktivnim medijima koji šire mržnju (dobrovoljna predbilježba za potpore bi istodobno značila i suglasnost medija s određenim regulacijskim nadzorom), a McChesney i Nichols predlažu također da se potpore ne dodjeljuju medijima koji objavljuju plaćene oglase, što bi oglašivačko tržište ostavilo komercijalnim medijima u potrazi za djelotvornim poslovnim modelom.

Nešto drugačiji *model javne nabave (public commissioning)*, predložio je Dan Hind (2010: 153 – 174). Dok građanske medijske donacije ciljaju na demokratizaciju pozicije vlasnika medija, koja je podbacila pred izazovom financiranja demokratski funkcionalnog novinarstva, Hindov prijedlog javne rasprave i glasanja o novinarskim radovima, uz demokratsku raspodjelu javnih sredstava, cilja primarno na demokratizaciju uredničkih odluka. U svakom slučaju, odluke o tome što će se istraživati, pisati ili snimati ne bile u domeni komisija za raspodjelu potpora, ali niti oglašivača, vlasnika i s njima, kako se to pravno eufemizira, “povezanih osoba”. “Ključna točka bi bila da odluke o istraživanju i objavljivanju nalaza ne bi više bile u rukama poslodavaca ili privatnih vlasnika,” piše Hind i dodaje da bi “u sistemu *public commissioning* svaki građanin trebao dobiti jednako pravo glasa u odlučivanju kako da se distribuiraju javni resursi za žurnalizam. I dalje bi postojala podjela rada između izdavača, urednika i novinara. Ali ideja je da se ponudi izazov ili dopuna diskrecijskom pravu urednika i da se napravi pomak od sistema gdje su odluke bile isključivo rezultat birokratsko-uredničke hijerarhije. U ovom bi se sistemu novinari za podršku mogli obratiti samoj javnosti. Svi bismo mogli učestvovati u tome što se istražuje i kako rezultate istraživanja kasnije plasirati. Ukoliko ljudi odluče da se nešto treba istražiti detaljnije, onda se i to može zajednički iskombinirati i učiniti, a ako se u istrazi želi postići dodatna uvjerljivost, onda se u nju može uključiti širi auditorij. U svakom slučaju, posrijedi nije građansko novinarstvo, nego građansko uređivanje. Pritom valja imati na umu da ne sugeriram da s ovakvim konceptom treba krenuti, barem ne odmah, u komercijalnim ili javnim medijima” (Dragojević 2013).

Demokratizacija uredničkih i vlasničkih odluka, odnosno odgovornost medija građanima kao drugo ime za slobodu medija od tržišta i države podjednako, ma koliko bila neupitna, nije jedino rješenje niti recept koji bi trebalo primjenjivati na sve medije. Curran tako koncipira *profesionalni medijski sektor* kao “jedini dio predloženog medijskog plana koji još ne postoji u prototipu.” Za razliku od Hinda, kojega brinu lošije godine BBC-jevih urednika, Curran, inspiriran “britanskim modelom javne radiotelevizije u svom zenitu” predlaže jedan televizijski i jedan radijski kanal, u cijelosti financirane javnim sredstvima, koji bi bili pod kontrolom medijskih profesionalaca. Njihova “enormna privilegija da budu neovisniji od bilo

koga u svojoj struci (...) trebala bi potaknuti neustrašiv nadzor države i drugih centara moći.” Zalažući se za mogućnost razvijanja vrhunskih profesijskih standarda, Curran podsjeća da su novinari komercijalnih medija sve više usmjereni na zabavu, oni u građanskim medijima advokati ciljeva svojih organizacija, dok su novinari javnih medija ograničeni obavezom postizanja ravnoteže i građanske participacije. Iako se iz aktualne hrvatske perspektive čini teško mogućim okupiti i omanju redakciju profesionalaca čiji bi ugled bio neupitan – a pitanje je, kao i uvijek, prema kojim i čijim kriterijima – mnogi svjedoci s kojima smo razgovarali o povijesti HRT-a, kao mjeru njegove erozije uzimaju upravo pad utjecaja profesionalnih elita. Njih je dezintegrirala negativna selekcija političkih i komercijalnih arbitara, dio je prešao na komercijalne televizije i veće plaće, a neke je, vjerojatno, pregazilo i vrijeme (iako se možemo prisjetiti umirovljenika koji bi i danas mogli napraviti emisije daleko iznad HRT-ovskog prosjeka). (Uostalom, ako je jasno da se televizijsko novinarstvo informira i orijentira dobrim dijelom i iz dnevnih novina, a u svakom slučaju ne živi u vakuumu “javne usluge”, nemoguće je promatrati eroziju profesionalnih elita na HT-u kao izoliran slučaj “maligne institucije”.) Činjenica je da u malom i, u odnosu na informativne medije, perifernom polju akademskih časopisa već imamo ono što bi Curran nazvao profesionalnim sektorom, a isto vrijedi i u književnosti i filmu. Alokacija jednog dijela javnog medijskog sektora u ruke etabliranih profesionalaca omogućila bi, prema tome, “renesansu društveno relevantne televizijske drame” (Curran 2003: 245), a u organizacijskim relacijama novinarskih redakcija javne jezgre i profesionalnog sub-sektora otvorila prostor usporedbe i napredovanja.

Privatni sektor nije nešto od čega James Curran mnogo očekuje, osim pridržavanja zakona o ograničenju koncentracije vlasništva te neovisnosti urednika i novinara, poput statuta medija u austrijskom i hrvatskom sustavu. Privatno medijsko poduzetništvo čini “medijski sustav u cjelini responzivnijim popularnim užiticima (...) i privilegira desne perspektive. Ovo je pozitivna osobina plana, koja obogaćuje njegov pluralizam” (Curran 2003: 245). Iako mnogobrojne mikroekonomske zakonitosti govore u prilog ovakvoga, prije svega realističkog, pogleda na komercijalne medije, nisu svi kompleksno-demokratski medijski reformatori “digli ruke” od privatnog sektora. C. Edwin Baker, na primjer,

komentirajući deliberacijski optimizam u pogledu socijalnog konsenzusa, podsjeća da su “prethodno neovisne novine, često u obiteljskom vlasništvu, normalno usmjeravale više resursa u proizvodnju boljeg novinarstva no što su čisto ekonomski faktori zahtijevali, dok bi dioničarske korporacije na čelo stavile MBA-ovce ili, u slučaju Los Angeles Timesa, direktora tvornice zobenih pahuljica kako bi jedina briga bila račun prihoda i rashoda. Drugim riječima, monopolni mediji mogu, a ponekad i hoće, upotrijebiti monopolne profite u svrhu republikanskih nastojanja, dok natjecanje može rasuti te profite i tako eliminirati mogućnost njihove progresivne upotrebe“ (Baker 2004: 175). Autor televizijskih serija *The Wire* (2002 – 2008) i *Treme* (2010 – 2013), dugogodišnji novinar *Baltimore Suna*, David Simon rekao je u svjedočenju pred Senatom SAD-a 2009. godine sljedeće: “Kada su lokalne novine u obiteljskom vlasništvu, poput *Suna*, konsolidirane u burzovne novinske lance, esencijalna dinamika, esencijalno povjerenje između novinarstva i zajednice kojoj je to novinarstvo služilo bila je izdana. Ekonomski, isključenje je sada očigledno. Što je menadžere u Los Angelesu ili Chicagu briga imaju li čitatelji u Baltimoreu bolje novine, posebno kad mogu zaraditi više izdavanjem mediokritetskih, nego novina koje vrijede? Tamo gdje je obiteljski vlasnik mogao biti zadovoljan s 15 posto profita, lanci su zahtijevali dvostruko, i više. I rezovi su započeli, mnogo prije nego se prijetnja nove tehnologije uopće mogla naslutiti.”²¹

S druge strane je činjenica, kao što upozoravaju McChesney i Nichols (2010: 33 – 34), da su korporativna preuzimanja novina u tradicionalnom vlasništvu obitelji lokalnih magnata – iz čega bi se mogla napraviti analogija s privatizacijom hrvatskih dnevnih novina – uzela maha krajem sedamdesetih i osamdesetih godina, u vrijeme kad je američka privreda bila dobro zagazila u razdoblje pada profita. Kad su profitna očekivanja jedna od varijabli, svakako bi trebalo uzeti u obzir i galopirajuću financijalizaciju ekonomije koja se odvija u isto vrijeme. Napokon, nepotrebna je mistifikacija individualnih svojstava nasljednika obiteljskih bogatstava, “ukorijenjenih u zajednice” maločim osim činjenice da su od tih zajednica prethodno oduzeta, kao što su korporativna preuzimanja lokalnih novina,

²¹ David Simon (2009), citirano u McChesney i Nichols (2010: 33 – 34). Vidi: John Nichlos (11. svibnja 2009) David Simon, Arianna Huffington and the Future of Journalism, <http://www.thenation.com/article/david-simon-arianna-huffington-and-future-journalism>, pristupljeno 17. siječnja 2014.

uostalom, i pokazala. Sve dok su informativne, nadzorne i deliberacijske funkcije novinarstva bile nužne osobine proizvoda koji je donosio profit, bila su to “zlatna vremena” profesionalnog novinarstva. Kada su profiti počeli opadati jer oglašavanje i interesi u lokalnoj privredi i politici nisu davali dovoljno, pogled vlasnika se intuitivno usmjerio prema dnu stranice s prikazom prihoda i rashoda. U vidu raznovrsnih oglašivačkih “sinergija”, medijski konglomerati su u rukama imali veću polugu ispumpavanja prihoda i, jednostavno, kreditna pisma investicijskih banaka. Korporacijska preuzimanja slijede rezovi u redakcijama, pad novinarstva slijedi pad prihoda, a onda restrukturiranje silazi u novi krug... Posebno u uvjetima monopolnog natjecanja, logika tržišta neizbježno pokazuje malo razumijevanja za altruističke porive, ma koliko nekad “socijalno odgovornih” vlasnika. “Točno je da su s došašćem interneta mnoge uspješne gigante – *Apple* i *Google* padaju na pamet”, piše McChesney, “pokrenuli idealisti koji su mogli biti nesigurni u vezi toga žele li doista postati staromodnim kapitalistima. Sistem ih je u kratkom roku doveo u red. Sve dvojbe o privatnosti, komercijalizmu, izbjegavanju poreza ili niskih plaća za radnike u tvornicama Trećeg svijeta bile su brzo zaboravljene. Ne radi se o tome da su menadžeri posebno loši i pohlepni ljudi – njihov moralni *makeup* je u suštini irelevantan – nego radije o tome da sistem oštro nagrađuje određene tipove ponašanja, a kažnjava druge, tako da se ljudi ili prilagođavaju programu i internaliziraju nužne vrijednosti, ili propadaju. Kapitalizam posjeduje neumoljivu logiku: ako igraš, moraš igrati na pobjedu. Uspješni kapitalisti i menadžeri pokazuju tendenciju internalizacije potrebnih vrijednosti i rijetko uopće primjećuju to kao pitanje. Ovo nije antikapitalistička kritika; najsnažnije ju je iznio Milton Friedman kao svoju glavnu obranu sistema” (McChesney 2013: 45).

Zbog toga je potrebno stvoriti systemske uvjete koji stimuliraju poželjne oblike ponašanja u komercijalnim medijima, a destimuliraju one destruktivne za njihove demokratske funkcije. Razmišljajući kako reducirati negativne, a potaknuti pozitivne eksternalije, C. Edwin Baker ima aktivniji pristup komercijalnim medijima. Svjestan da performanse medijskog sustava, mnogo više nego o normativnim koncepcijama, ovise o broju, motivaciji i radnim uvjetima novinarki i novinara, on je pred Kongresom SAD-a predložio porezne olakšice za sve, pa i komercijalne medije, u visini od polovice ukupnih novinarskih plaća. “Budući da su slabe nade

da će se prihodi od oglašavanja vratiti na stare razine, mjesto na kojem treba prekinuti spiralu koja novine vodi prema dnu su otpuštanja novinara”, kaže Baker. “Urednici već znaju da svaka zaposlena novinarka marginalno povećava kvalitet novina i tako doprinosi nakladi, prihodu (kao i dobrobiti javnosti). Otkazi se, međutim, pojavljuju kad taj “marginalni” doprinos ne pokriva plaću. (...) Ako savezna vlada, putem administrativno jednostavnog odbitka poreza, pokrije do polovice plaće svakog zaposlenog novinara ili urednice (do limita u visini prosječne plaće), poticaj za novine da zapošljavaju novinare dramatično će se povećati, eliminirati logiku otkaza i dovesti do povećane zaposlenosti. Ova ciljana potpora, na sadašnjim razinama zaposlenosti, mogla bi koštati oko 1,25 milijardi, dobrano manje od iznosa potpora tisku prije sto godina. Više novinara će se zaposliti, čitanost će porasti” (Baker 2009). Takve, sistemske mjere mogu u ponešto drugačijoj intonaciji postaviti staro pitanje: zašto uopće ubacivati javni novac u privatne džepove vlasnika medija, kad su oni sami izabrali “službu javnoj funkciji”, bez “bilo kakvog” miješanja države u njihove poslove (izuzev, dakako, kada je potrebno “olabaviti” neki propis, sniziti poreznu stopu ili oprostiti dug)? Možda zbog negativnih eksternalija, u kompletnom spektru likova, od “ispuštanja otrovnih tvari” u kanale javne komunikacije i sedacije dezinformiranog “biračkog tijela”, do otvorenog ratnog huškanja i podrške korumpiranim vladama? Sistemske politike mogu dugoročno biti djelotvornije od normativnih zabrana i, posebno, “horizontalnih” poreznih olakšica prema načelu “novac najprije u proračunu, a kasnije na računima vlasnika medija”. Pragmatičnost kompleksnih modela medijske politike, uz već navedena, uključuje raznolika rješenja, poput subvencioniranja proizvodnje deficitarnih sadržaja (obrazovanja, vanjske politike i, posebno, istraživačkog novinarstva), distribucije putem pretplate, favoriziranja aplikanta koji žive i rade u gradovima za koje se dodjeljuju radijske i televizijske koncesije, radno zakonodavstvo koje daje snažniji glas redakcijama, trgovačko i porezno zakonodavstvo koje stimulira radničko dioničarstvo, kooperativno vlasništvo i prijelaz na neprofitni režim akumulacije. Za takve i druge, sistemske mjere, naravno, potrebna je država u ulogama znatno drugačijim od deregulacijskog zakonodavca i suosjećajnog poreznika.

Aktivna medijska politika

“A što sa cenzurom? A što ako miješanje države medije pretvori u glasnogovornike vlade?” – na takve prijetnje i upozorenja zagovornika minimalne države medijski reformisti odgovaraju argumentima da jedino aktivna vladina politika pruža garanciju efektivnog korištenja slobode govora. Iz kompleksno-demokratske perspektive ta se temeljna sloboda ne shvaća negativno, kao *sloboda od* cenzure i instrumentalizacije vladajućih, nego kao pozitivna *sloboda za* artikulaciju mišljenja i ostvarenje ljudskih potencijala. Prema tome, sama sloboda medija od vladine cenzure i instrumentalizacije je nužan, ali ne i dovoljan uvjet aktivnog upražnjavanja sloboda izraza. Takav stav je duboko ukorijenjen u demokratskim tradicijama koje su aktivnim politikama i poticajima – poput značajnih olakšica za poštansku distribuciju uvedenih krajem 18. stoljeća – stvarale slobodne medije istodobno s vladavinom naroda. “Potrebno je također”, sažimaju McChesney i Nichols stavove ranih republikanaca poput Thomasa Jeffersona, “da postoji pismena publika, održiv medijski sustav, i da ljudi imaju lak pristup tim medijima. (...) Ukratko, mediji preuzimaju obavezu da podrivaju prirodnu tendenciju vlasničke klase da dominiraju politikom, ograničava mase na stvarnu obespravljenu i, u krajnjoj liniji, ukida demokratsku vladavinu” (2010: 119).

Raymond Williams je početkom šezdesetih godina ponudio kratak i efektan odgovor na pitanje: “Koji bi bili uvjeti za komunikacijski sustav u autentičnoj demokraciji? Prvo,” kaže Williams, “temeljno je da niti jedna društvena grupa nema pravo kontrolirati što se može ili ne može reći, i da ne smije biti kontrole strahom, cenzurom ili fizičkom likvidacijom. Svjesni smo tih opasnosti jer su se ostvarivale u našoj zemlji prije mnogo vremena, a još uvijek se ostvaruju u drugim zemljama i danas. Međutim, takve opasnosti su još prisutne i još uvijek prijete, uvijek kad je kontrola financijska prije no politička, kad banka i korporacija preuzmu ovlasti suca i cenzora. Situacija u kojoj se grupa ljudi mogla okupiti i pokrenuti novine, steći nešto čitatelja i izložiti određeno mišljenje, doslovno je prestala postojati. Kapital potreban za to je narastao toliko da je razvoj takvih usluga postao mogućim samo malim grupama u društvu, koje su samim tim nereprezentativne, a to nije slučaj samo s proizvodnjom. Ista je stvar s distribucijom, i ne samo s novinama.” Zbog

toga je potrebno, smatra Williams, što veći dio medijske proizvodnje i distribucije redefinirati na netržišnim osnovama, kao medijske zadruge, javne ili neprofitne medije. Također, nije dovoljno da se vlada drži podalje od redakcije, niti da se pretvara da nema nikakvu medijsku politiku prepuštajući sredstva javne komunikacije u privatne ruke. “Hitna je stvar usmjeriti se na prave centre gdje se donose odluke o tome” (Williams 2013).

Pritom valja imati na umu da jednostavna preka između “tržišta” i “države” odavno ne funkcionira. Ona ne funkcionira, dakle, niti kao privid da “više države” automatski znači cenzuru i vladinu kontrolu ideja, a “više tržišta” slobodu izraza. Nema nikakve sumnje da se tržište pokazalo veoma efikasnim “cenzorom” i kontrolorom informacija i stavova. Međutim, prividna preka između države i tržišta ne funkcionira niti u drugom smjeru: ništa samo po sebi ne jamči da će veći angažman države u medijima smanjiti negativne efekte tržišnih mehanizama. Jedna od *Trinaest zapovijedi neoliberalizma* Philipa glasi upravo: “Preoblikuj zadatke države prema svojim potrebama!” Mirowski identificira dvije taktike kojima se neoliberalna država stavlja u funkciju tržišta. Prva se odnosi na preimenovanje “građana” u “potrošače” i marketizaciju države putem “transparentnosti” i “efikasnosti” “novog javnog upravljanja” koje vodi “restrukturiranju” “državnih usluga u privatnu opskrbu na ugovornoj osnovi.”²² Uz upotrebu različitih “nezavisnih agencija” kojima se alociraju funkcije države, druga taktika je redukcija mehanizama promjene “samo na teško dostupne intervencije u ustav. U praksi ‘deregulacija’ se na koncu uvijek ispostavlja kao ‘regulacija’, samo što sada operira s drugim setom *ukaza*” (Mirowski 2013).

Upravo tako, i u medijskoj sferi je državna regulacija uvijek postojala, iako ne nužno u svojim cenzorskim izdanjima, koja u Hrvatskoj redovito asociramo s razdobljem prije kraja devedesetih. Ne samo mnogobrojne i tradicionalne javne potpore i olakšice, nego i dodjela unosnih frekvencija za emitiranje privatnim radijima i televizijama, kao i na koncu privatizacija interneta također su

²² S tim u vezi, kao domaće primjere, dovoljno je samo podsjetiti na uvođenje ugovorne definicije mandata Hrvatske radiotelevizije, ali i privatizaciju lokalnog radijskog etera sa značajnim javnim potporama, da privatizaciju dnevnih novina – i porezne olakšice novim vlasnicima – i ne spominjemo. “Jedna od velikih varki neoliberalala”, kaže Mirowski “jest maskiranje njihove uloge u stvarnim odnosima moći putem prikazivanja ‘marketizacije’ državnih funkcija kao smanjenje države; ako išta, birokracije pod neoliberalnim režimima upravljanja postaju još glomaznije, a ne manje” (Mirowski 2013).

regulacijske geste. “Prema tome”, zaključuje McChesney (2008a: 416), “nije pitanje regulacija ili slobodna tržišta, nego, nasuprot tome, regulacija u javnom interesu ili regulacija u čisto privatnom interesu.”

Efikasno sprečavanje medijskih oligopola i negativnih učinaka tržišta iz ove perspektive se čini mogućim jedino putem vladine medijske politike usmjerene javnom interesu definiranom razvojem participacije i suradnje slabijih društvenih grupa. “Aktualni kolaps novinarstva podvlači koliko je *laissez-faire* mitologija bankrotirala u adresiranju prave prirode našeg medijskog sustava i velikih problema pred nama”, pišu McChesney i Nichols. “Zamislite, na trenutak, što bi se dogodilo da je federalna vlada izdala uredbu koja zahtijeva oštro smanjenje dopisništava, zatvaranje vodećih novina, prekid praćenja rada vlada i parlamenata, i oštre rezove budžeta i ljudi lokalnih redakcija. Zamislite, također, da je predsjednik izdao naredbu da se dopisništva iz Washingtonu imaju zatvoriti, a informativni mediji koncentrirati na slavne ličnosti i trivijalnosti, umjesto da istražuju ekonomsku krizu ili strogo progone korupciju u vladinim agencijama. Da se sve to dogodilo, te službene geste detonirale bi takav prosvjed, da bi Watergate izgledao kao dan na plaži. Pa ipak, kad kvazi-monopolni komercijalni interesi efektivno čine poprilično istu stvar, ostavljajući društvo kulturno osiromašenim kao da je to rezultat vladine odluke, onda se to dočekuje većinom s rezignacijom, kao nešto neizbježno koliko i veličina Rocky Mountaina kad vozite iz Chicaga u Kaliforniju” (2010: 147 – 148). Ipak, barem u Hrvatskoj, nekoliko nedavnih primjera javnog angažmana usmjerenog *povratku javnosti* u odlučivanje o medijskim politikama svjedoče da opća rezignacija bespućima *laissez-fairea* nije jedini mogući pristup. U svibnju 2012. velika je koalicija novinarki i novinara, organizacija civilnog društva i sindikata, alarmirana erozijom HRT-a u organizacijskom, tehničkom, kadrovskom i programskom smislu, tražila od države “da preuzme odgovornost”. “Od Ministarstva kulture i Hrvatskog sabora tražimo da spriječe osvetu Uprave i dijela uredništva HTV-a. Jedino njihovim smjenama i dugo očekivanim izmjenama Zakona o HRT-u može se spriječiti daljnja šteta koja se nanosi HTV-u i javnosti”, prenosi Novi list riječi predsjednika Hrvatskog novinarskog društva Zdenka Duke i dodaje da je “predsjednik Sindikata novinara Hrvatske Anton Filić prisavski slučaj stavio u širi kontekst, podsjetivši primjerice na otkaz što ga je u *Business.hr-u*

dobio sindikalni povjerenik Ante Pavić jer se drznuo Paulu Vandorenu kazati kako poduzeće ne uplaćuje doprinose. ‘Jasno je da našim poslodavcima nije u interesu da novinari kritički nastupaju. Ove skandalozne odluke s opomena na slikovit način daju odgovor na pitanje zašto smo na 83. mjestu po slobodi medija na svijetu’ – kazao je Filić.”²³ Nepunu godinu kasnije, mnogobrojni potpisnici otvorenog pisma ministrima i zastupnicima u Saboru traže da Vlada odustane od bezuvjetnog sniženja poreza na dodanu vrijednost s 10 na pet posto nakladnicima dnevnih novina. “Naime, PDV na tiskovine već je jednom smanjen”, stoji u pismu iz ožujka 2013., “učinila je to tadašnja Sanaderova vlada pred parlamentarne izbore 2007. godine, kada su se izdavači su obvezali da će novac koji im zahvaljujući tome smanjenju ostaje na računima uložiti u jačanje društvene uloge tiskanih glasila, poboljšanje profesionalnih i radnih standarda, te u popravljjanje materijalnoga položaja novinara. Izdavači su sve do jednoga prekršili: informativni sadržaj sve je prije nego informativan, a i sve ga je manje na račun žutila; novinari služe tek za popunjavanje praznina između oglasa, pri čemu sve prolazi (...) samo da je jeftino. Stoga se novinare profesionalce otpušta – na Zavodu za zapošljavanje već ih je osam stotina, među njima i niz poznatih novinara stručnjaka – i zamjenjuje lažnim slobodnim novinarima, tzv. RPO-ovcima odnosno ‘novinarima obrtnicima’. To, međutim, nisu nikakvi slobodnjaci niti obrtnici od kojih izdavač zakonito naručuje i kupuje tekstove, nego su obvezani raditi kao da su u radnome odnosu: u prostorijama i na sredstvima poslodavca, u smjenama, dežurati, a k tome im je zabranjeno svoje uratke ikome drugome prodavati, ali bez prava koja iz radnoga odnosa proistječu. Riječ je, dakle o prekarijatu, o nadničarima koje poslodavac može otpustiti kad se sjeti, pa su podložni poslodavčevim ucjenama. Mediji nisu tek obična industrija: oni igraju ključnu ulogu u djelovanju demokracije jer točnim, cjelovitim i pravovremenim informiranjem omogućuju građanima da donesu obaviješteni izbor. Mediji također imaju i kulturnu i obrazovnu ulogu. Zbog te ih društvene uloge porezni obveznici i imaju pravo subvencionirati nižim PDV-om. (...) Za dobro hrvatskoga demokratskoga društva, zahtjev izdavača da im se PDV smanji s 10 na pet posto treba iskoristiti ne bi li se tiskani mediji preobrazili u društveno odgovorne. Stoga smanjenje PDV-a nikako

²³ Siniša Pavić (9. ožujka 2014) HND traži smjenu uprave i uredništva HTV-a, Novi list

ne bi smjelo biti automatsko i bezuvjetno, nego bi se za to kandidirati mogli samo izdavači tiskovina od javnog interesa, čije redakcije imaju i poštuju redakcijski statut te u kojima rade novinari s ugovorima o radu (po mogućnosti i zaštićeni kolektivnim ugovorom)...”²⁴ Takvi glasovi – uspjesi, a vjerojatno i propusti da ih se poslušaju – svjedoče još jednom o potrebi da aktivna medijska politika omogućí raznolikim javnostima da same definiraju što je to u njihovom interesu, kojem bi hrvatski mediji trebali služiti.

²⁴ <http://www.h-alter.org/vijesti/peticija-protiv-bezuvjetnog-smanjenja-pdv-a-na-dnevni-tisak>, pristupljeno 17. siječnja 2014.