

Televizijsko izvještavanje i televizija u Hrvatskoj

Čondić, Ivana Tea

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:251817>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-12**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ KULTURA, MEDIJI I
MENADŽMENT

IVANA TEA ČONDIĆ

TELEVIZIJSKO IZVJEŠTAVANJE I TELEVIZIJA U HRVATSKOJ

ZAVRŠNI RAD

MENTORI:

dr. sc. Ivica Šola, izv. prof.
dr.sc. Snježana Barić-Šelmić

Osijek, 2023.

Sažetak

Ovaj rad bavi se temom televizijskog izvještavanja i razvojem televizije. U svojim se poglavljima rad dotiče i razvoja televizije, te njezine povijesti začetka. Od pojave novinarstva sve do televizije i medija danas, ovaj rad sadrži pregled godina između tih pojava. Tako se dotiče začetaka elektroničkih medija u 20. stoljeću, razvoja televizije pedesetih i šezdesetih godina, pa sve do dolaska interneta i nastanka komercijalne televizije. Ovaj rad predstaviti će povijest i razvoj televizije i dotaknuti se televizije u svojstvu prenositelja poruke – medija. Uz to, bit će definirano gdje je po određenim mjerilima televizija danas, u suvremenom svijetu digitalnih medija. Jedan od važnih segmenata je i televizija u Hrvatskoj, a ovaj rad prikazat će povijest razvoja i važnost televizije u Hrvatskoj.

Ključne riječi: *elektronički mediji, mediji, novinarstvo, razvoj televizije, televizija u Hrvatskoj.*

Abstract

This paper deals with the topic of television reporting and the development of television. Through its chapters, the work also mentions the development of television and the history of its beginnings. From the emergence of journalism to television and media today, this work contains an overview of the intervening years. Thus, it mentions the beginnings of electronic media in the 20th century, the development of television in the 1950's and 1960's, all the way to the arrival of the Internet and the emergence of commercial television. This paper will present the history and development of television and will touch upon television as a channel. In addition, it will be defined where television is according to certain criteria today, in the modern world of digital media. One of the important segments is television in Croatia, and this paper will show the history of the development and importance of Croatian television.

Key words: *Electronic Media, Media, Journalism, Television Development, Croatian Television.*

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja Ivana Tea Čondić potvrđujem da je moj završni rad pod naslovom Televizijsko izvještavanje i televizija u Hrvatskoj te mentorstvom izv. prof. dr. sc. Ivice Šole i dr.sc. Snježane Barić - Šelmić rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanove.

U Osijeku, 20.9.2023.

Potpis:



Ivana Tea Čondić

Sadržaj

Sadržaj

1. Uvod.....	6
2. Teorijski dio.....	8
2.1 Pojava novinarstva	8
2.2 Začetci elektroničkih medija u 20. stoljeću.....	10
2.3 Razvoj televizije pedesetih i šezdesetih godina 20. stoljeća.....	14
Televizija u Hrvatskoj pedesetih godina 20. stoljeća	15
2.4 Razvoj televizije krajem 20. stoljeća	16
2.5 Dolazak interneta i komercijalna televizija	17
2.6 Televizija danas	19
2.7 Televizija kao javni servis i televizija kao komercijalna tvrtka.....	20
2.8 Razvoj publika	22
3. Rasprava.....	24
3.1 Usporedba nekadašnje i sadašnje televizije.....	24
3.2 Globalni mediji u odnosu na Hrvatsku.....	25
3.3 Hrvatska radiotelevizija	26
4. Zaključak	28
5. Literatura	30

1. Uvod

Ovaj rad bavit će se različitim segmentima medija i medijske kulture. Naglasak je na televiziji i televizijskom izvještavanju u Hrvatskoj. Tijekom rada prvo će biti objašnjen teorijski okvir, u kojemu je naglašena definicija novinarstva, njezini začetci te daljnji razvoj. Primjenjivat će se različiti uglovi definiranja novinarstva i različiti pogledi na njega. Važnost medija bit će jedna od okosnica ovoga rada. Neosporna važnost medijske kulture i njezinog napretka te važnosti u razvoju društva, također će biti neke od glavnih premisa ovoga rada. S obzirom na to da je tema ovog završnog rada na Akademiji za umjetnost i kulturu, smjeru Kulture, medija i menadžmenta upravo televizija i televizijsko izvještavanje; ovaj rad krenut će od samih začetaka elektroničkih medija još u 20. stoljeću. Naravno da će rad prenijeti i podatke o samim začetcima medija uopće, pa sve do danas – medija i medijske kulture u 21. stoljeću. Opisat će razvoj radija i njegovu suštinsku važnost za daljnji razvoj elektroničkih medija i važnost prijelaza s čitanog na slušano. U tom prijelazu tiskanog novinarstva na auditivni prijenos podataka, mnogo toga se promijenilo i mnogo toga je bitno, vezano za tu vrstu konvergencije ovoga medija. Dotaknut će se i prijelaza na televiziju, kao i događaja u Drugom svjetskom ratu koji su pokrenuli spoj slušanog i slikovnog (vizualnog) prijenosa podataka – televizije. Važnost televizije, televizijskog izvještavanja i njezin razvoj u Hrvatskoj i svijetu – glavna je tema ovog završnog rada. Pedesete i šezdesete godine prošloga stoljeća bile su iznimno važne za razvoj televizije. Pojavila se televizija u boji, društvo je počelo drugačije shvaćati televiziju i kultura društva u cjelini se mijenjala. Jedan od dodataka teme bio je i razvoj popularne i masovne kulture. Kablovska, pa satelitska televizija i njihov put razvoja bit će također objašnjeni u ovome radu. Jedno od poglavlja ovoga rada je i dolazak interneta te prijelaz na komercijalnu televiziju. „Kako?“, „zašto?“ i važnost navedenoga bit će daljnje razrađeno u ovome radu. Televizija u Hrvatskoj pedesetih godina važna je sama za sebe, ali i gledano u cjelini. Za kraj, rad će se dotaknuti televizije danas spram nekada i televizije u Hrvatskoj spram globalne televizije. Jedan od

dodataka ovoga rada bit će i intervju sa Željkom Živković, televizijskom novinarkom Hrvatske radiotelevizije. Sagledat će se njezin pogled na ove teme, kao stručnjakinje, kao i njezino mišljenje o važnosti televizije danas, pogotovo na ovim prostorima, u Hrvatskoj. Brojnim će se definicijama, opisom tijeka razvoja subjekata tema ovoga rada i referencama na druge stručne i znanstvene radove dovesti do zaključka. Za medije, pa tako i televiziju, neosporno je da su utjecali na društvo i promijenili ga u dugovječnom stvaranju ljudske civilizacije i kulture.

2. Teorijski dio

2.1 Pojava novinarstva

Postoje brojne definicije novinarstva i u ovome radu neće biti moguće navesti ih sve. Bez obzira na to, daljnjim navedenim definicijama, ovaj rad pokušat će što bolje odrediti novinarstvo kao takvo, ali i prenijeti različite segmente i kutove gledanja medijskih stručnjaka i analitičara. „Novinarstvo je djelatnost javnog priopćavanja s pomoću javnih glasila.” (Hrvatska enciklopedija. URL: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=44283> {pristup: 4. 9. 2023.}) Ova djelatnost podrazumijeva posredovanje medija – bio to slučaj tradicionalnih medija ili pak, u novije vrijeme, digitalnih medija. Postoji nekoliko osnovnih zadaća novinarstva. Najvažnija od njih upravo je obavještavanje javnosti o svim činjenicama važnima za shvaćanje i razumijevanje svijeta oko nas. To se čini radi postizanja bolje kvalitete života i radi boljega snalaženja u društvu i pojedinaca u međusobnim odnosima. „Temelj novinarstva predstavlja komunikacija, pod kojom između ostalog podrazumijevamo i prenošenje informacija, odnosno obavješćivanje.“ (NAJBAR-Agičić, M. (2015). Povijest novinarstva: kratki pregled. Zagreb etc.: Ibis grafika) Isti izvor navodi sljedeće: „povijest komunikacije zapravo je povijest civilizacije“. Izvori novinarstva sežu unatrag mnogo stoljeća i proizlaze iz potrebe za dijeljenjem podataka i vijesti s većim brojem ljudi. Još od davnina, priče i „vijesti“ prenosile su se usmenim putem i nekim oblicima pisanih zapisa. Hrvatska enciklopedija navodi sljedeće: „Zbog svoje specifičnosti i moći utjecaja na, prije svega, političko ponašanje ljudi, novinarstvo je i značajan promidžbeni čimbenik. U modernom se smislu razvilo s otkrićem tiskarskoga stroja, kada su stvorene mogućnosti za brži i djelotvorniji prijam, obradbu i širenje informacije. Razvoj novinarstva povezan je s industrijalizacijom i urbanizacijom, s razvojem tehnike i tehničkim otkrićima, posebno u području telekomunikacija i prometa, te sa stvaranjem javnoga mnijenja.“ (Hrvatska

enciklopedija. URL: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=44283> {pristup: 4. 9. 2023.}) Industrijska revolucija i društvene promjene koje su došle u skladu s njom, bile su ključne za razvoj novinarstva. Novinarstvo postaje ključno za pristup informacijama, novostima i vijestima. Razvijaju se radio, televizija i kasnije, internet. Novinari se danas često smatraju onima koji čuvaju i stvaraju neku vrstu javnog interesa. Svrha novinarstva uvijek ostaje pružiti važne, istinite i provjerene podatke. Svijet danas gotovo je nezamisliv bez posredovanja medija, a medijska kultura postala je dio svakodnevice. „Glavna maksima McLuhanovog djela je Medij je poruka. McLuhan djeluje kao prorok jer tvrdi kako će razvitak tehnologije, a time i medija, utjecati na rađanje novoga društva u budućnosti.“ (Glavaš, M. 2017:1) Kako su različiti oblici poruka neizostavan dio života modernog čovjeka i njegovog razvoja, tako se može lako zaključiti važnost medija. „Ne postoji jedinstvena definicija novinarstva. Svako od nekoliko teorijskih i praktičnih shvaćanja novinarstva naglašava različite aspekte ovog posla. Ipak, teoretičari se uglavnom slažu da bi novinari trebali objektivno (nepriistrano) i cjelovito informirati javnost.“ (Ličen, S., i Doupona Topič, M. [2008]. 'Neuravnoteženost u komentatorskim diskursima tijekom televizijskog prijenosa košarkaške utakmice', *Kinesiology*, 40.(1.), str. 61-68. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/24833> [Datum pristupa: 4. 9. 2023.]) U današnje vrijeme McLuhanove premise postaju sve važnije i suočavaju se s novim trenucima poput brzih tehnoloških promjena, brzog širenja vijesti; ali i dezinformacija, mijenjanja trendova, korporativnih promjena i sveopće brze dinamike modernog društva. Mediji su također, na kraju dana, oni koji svojim procesima i sve rasprostranjenijom medijskom kulturom oblikuju i društvo i pojedinca. Stoga je važnost novinarstva, medija i poruka možda bitnija nego ikada. Zrinjka Peruško u svojoj knjizi „Uvod u medije“ naglašava da je za razvoj i shvaćanje novinarstva bio važan upravo Laswellov model komunikacije, u kojemu u obliku pitanja izražava sljedeće: Tko pita? Što kaže? Putem kojih kanala prenosi poruku? Kome se obraća i s kojim očekivanim, mogućim i stvarnim učinkom? Zrinjka Peruško u istome djelu navodi da su masovni mediji: knjiga, tisak, televizija, radio, nosači zvuka i slike. Oni su institucije koje u osnovi zadovoljavaju potrebe društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati. Naglašava da su masovni mediji istovremeno komunikacijski oblici i proizvodi, institucije, ali i kulturne formacije. (Peruško, Z.P. (2011) *Uvod u medije: Što su mediji?* U: Peruško, Z.P., UR: *Uvod u medije: Što su mediji?* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 15) Neosporivo je po svakoj definiciji televizije masovni medij, tako da je sve navedeno o masovnim medijima na nju primjenjivo. Razmatrajući pojam televizije, on se

nikako ne može isključiti u odnosu na povijest, razvoj i usavršavanje novinarskog izvještavanja, čija je jedna od glavnih odlika istinitost i objektivnost u prenošenju informacija, ali i senzacionalizam, žuta štampa, zabavni te edukativni sadržaji.

2.2 Začetci elektroničkih medija u 20. stoljeću

Zrinjka Peruško u svojoj knjizi „Uvod u medije“ ističe da je prvi licencirani radio počeo sa svojim radom u studenom 1920. u SAD-u. Nedugo nakon toga, s radom je započela i britanska radiofonija. Ubrzo nakon toga, diljem Europe počela je uspostava prvih radiopostaja. Radio u Hrvatskoj započeo je s razvojem u svibnju 1926., emitiranjem programa Radio Zagreba. Bila je to prva radijska postaja u istočnoj Europi. Jasna je opća važnost ovih događaja za daljnji razvoj ovog, ali i drugih medija. (Mučalo, M. M. (2011) Uvod u medije: Što su mediji? U: Peruško, Z.P., UR: Uvod u medije: Što su mediji? Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 109)

Iz navedenoga se jasno vidi da je radio u Hrvatsku došao nešto kasnije, no to ne mijenja važnost njegove pojave za okolinu. Radio je bio prvi elektronički medij, no i dalje ima iznimnu važnost i sluša ga brojna publika diljem svijeta. Kao prvi elektronički medij, jasno da je radio bio preteča daljnjem razvitku ostalih elektroničkih medija. Prijelaz s čitanog na slušano publici je donio novi doživljaj konzumiranja vijesti, ali i edukativnih i zabavnih sadržaja. Radio je masovni medij, sa svim njegovim obilježjima, te se njegova važnost za društvo i kulturu u globalu, nameće sama.

„Do početka 1930-ih radiofonija je osvojila svijet i suvereno vladala scenom elektroničkih medija sve do 1950-ih. Tijekom tog vremena promijenila je brojne uloge i prošla razne faze razvoja. Radijski je medij u Americi shvaćen kao sredstvo zabave, dok su ga europske zemlje doživjele kao medij kulturnog značaja. Zahvaljujući utjecaju, uskoro se nametnuo kao medij za informiranje čime je postao privlačan i političarima. Režimi su ga prepoznali kao moćan politički instrument i snažno zloupotrijebili. Uspješno je prebrodio krizu uzrokovanu pojavom televizije.

Uz komercijalne programe, u Americi je tijekom 1960-ih uspostavljen javni servis, a europske su zemlje morale dozvoliti otvaranje komercijalnog sektora. Krajem 20. stoljeća suvremena se radiofonija temelji na dualizmu javnih i komercijalnih programa, a sve je jači i tzv. treći sektor. Riječ je o community radijima. Uz klasični oblik, radijski je medij posredstvom interneta dobio i svoju virtualnu inačicu.“ (Mučalo, M. M. (2011) Uvod u medije: Što su mediji? U: Peruško, Z.P., UR: Uvod u medije: Što su mediji? Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 109)

Sve od razvoja tiskarskog stroja, razvijali su se masovni mediji novina te prenošenja vijesti i informacija tiskanim putem. Pojavom radija došlo je do velike promjene, jer je sada nastao prijelaz s čitanog na slušano. „Da bismo razumjeli razvoj novih medija, interneta i cjelokupnog današnjeg digitalnog svijeta, vrlo je važno razumjeti ono s čime je sve počelo – radio. Iako se nekad čini da pored streaming servisa pada u drugi plan, važno je učiti o radiju kao jednom od prvih masovnih medija, sve kako bismo bolje razumjeli i današnje načine informiranja.“ (Kordić, I.K. (2022). *Medijska pismenost: Početci radija u Hrvatskoj i svijetu*. Mjesto izdavanja: Medijska pismenost.hr). URL: <https://www.medijskapismenost.hr/pocetci-radija-u-hrvatskoj-i-svijetu/> [3. 9. 2023.]) Upravo ova tvrdnja daje do znanja kolika je važnost radija, kao masovnog medija i kao preteče daljnjeg razvoja medija i medijske publike. „Ocem radija smatra se talijanski znanstvenik Guillermo Marconi, koji je 1901. odaslao radiosignal bežičnim putem preko Atlantika, no uz njegovo, cijelo vrijeme nalazimo i ime Nikole Tesle. Kako piše Večernji list, Tesla je nagovorio investitora J.P. Morgana da financira njegov pokus s transformatorom koji će bežičnim putem moći slati radiosignal, vijesti, slike te električnu energiju.“ (Kordić, I.K. (2022). *Medijska pismenost: Početci radija u Hrvatskoj i svijetu*. Mjesto izdavanja: Medijska pismenost.hr). URL: <https://www.medijskapismenost.hr/pocetci-radija-u-hrvatskoj-i-svijetu/> [3. 9. 2023.]) Radio je nešto kasnije stigao i u Hrvatsku, te imao neizmjeran značaj i za ove prostore.

Tijekom Drugog svjetskog rata, zbog očitih razloga, tehnologija se brzo razvijala. „Uz razvoj radija nadovezuje se i razvoj televizije, jednog od “starih” medija, a hrvatski se počeci vežu za tridesete godine prošlog stoljeća i tadašnji Tehnički fakultet u Zagrebu, kada su se u Europi odašiljale pokusne emisije na osnovi mehaničke televizije. Prema Hrvatskoj enciklopediji

Leksikografskog zavoda Miroslava Krležę, domaći televizijski program počeo je s emitiranjem u svibnju 1956. iz Tomislavova doma s vrha Medvednice, a u studio u Jurišićevoj preselili su se nekoliko mjeseci kasnije, gdje je počelo i emitiranje eksperimentalnog programa.“ (Kordić, I.K. (2022). *Medijska pismenost: Početci radija u Hrvatskoj i svijetu*. Mjesto izdavanja: Medijska pismenost.hr). URL: <https://www.medijskapismenost.hr/pocetci-radija-u-hrvatskoj-i-svijetu/> [3. 9. 2023.]) Radio je brzo postao središnji izvor vijesti, zabave i informacija za široku publiku. Televizija je slijedila radio, kao drugi značajni elektronički medij u 20. stoljeću.

Hrvatska enciklopedija o televiziji kao tehničkom sustavu navodi sljedeće: „Za prijenos slike prostorni se raspored svjetlosnih jakosti, koji predstavlja sliku, pretvara u vremenski slijed električnih impulsa (optoelektrična pretvorba). Takva pretvorba svjetlosnih jakosti u električne impulse u točno utvrđenom redosljedu, koji određuje kako sliku podijeliti u linije, naziva se analiziranjem. Nastali električni impulsi svojom amplitudom odgovaraju svjetlosnoj jakosti trenutačno analiziranoga površinskog elementa slike u liniji i zajedno čine električni signal koji se naziva videosignal.“ (Hrvatska enciklopedija. URL: <https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60748> {pristup: 4. 9. 2023.}) No, raspravljajući o pojmu televizije, gotovo se zanemaruje utjecaj samog TV uređaja na prijenos poruka i njihovo usvajanje.

Nakon televizije u boji pojavila se HDTV, odnosno televizija visoke kvalitete. „Osim televizije standardne kvalitete, razvijena je i televizija visoke kvalitete (engl. *High Definition Television*, HDTV), kojoj je osnovna značajka veći broj analiziranih linija. Ona omogućuje i analiziranje s preredom i progresivno analiziranje uz različite vertikalne frekvencije, proširenje slike i poboljšanje kvalitete reprodukcije boja.“ (Hrvatska enciklopedija. URL: <https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60748> {pristup: 4. 9. 2023.}) Isti izvor navodi da je kasnije uslijedio razvoj digitalne televizije.

„Televizija je medij s više lica. Taj masovni medij, ali istovremeno podrazumijeva i određenu instituciju i tehnologiju. Za razumijevanje televizije bitno je razumjeti i njezin odnos prema drugim medijima, naročito filmu za koji mnogi kažu da je njezin bliznac. Međutim, film i

televizija, iako slični po svojim izražajnim karakteristikama, razvijali su se svatko svojim putem, a ti putovi samo su se ponekad preklapali. Televizija se temelji na brojnim tehnološkim izumima 19. i 20. stoljeća. Borba između mehaničkog elektronskog televizijskog sustava vodila se 1920-ih i 1930-ih. Mehanički sustav bazirao se na skenirajućem disku pomoću kojeg je John Logie Baird još 1926. u Velikoj Britaniji uspio sliku pretvoriti u električni signal i taj signal prenijeti na drugo mjesto. Elektronski sustav temeljio se katodnoj cijevi, uređaju koji uz pomoć snopa elektrona na fluorescentnom zaslonu iscrtava sliku.“ (Perišin, T.P. (2011) Uvod u medije: Što su mediji? U: Peruško, Z.P., UR: Uvod u medije: Što su mediji? Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 141)

„Danas je teško zamisliti svijet bez bilo kojeg oblika medija osim novina, časopisa, kina i telegrama; no početkom 20. stoljeća to je bilo sve što je bilo dostupno. Telekomunikacije su bile vitalne tijekom Prvog svjetskog rata, a kada je rat završio, početkom 1920-ih, proizvođačima bežičnih uređaja ostala je oprema koju su sami razvili i za koju je postojala opasnost da više neće imati koristi. Iz tog vremena dolazi i početak obrasca razvoja tehnologije ‘u potrazi za proizvodima za distribuciju’.“ Albertazzi, D.A., Copley, P.C. (2010) The media: An Introduction U: Albertazzi, D.A., Copley, P.C. UR: The media: An Introduction New York, London: Routledge, 177)

Sve navedeno još jednom potvrđuje važnost pojave elektroničkih medija u 20. stoljeću i njihov daljnji razvoj. Neizmjereno je važan radio, nakon kojeg je uslijedila televizija. Razvoj jednoga i drugog zauvijek je promijenio premise svakodnevnoga života ljudi, ali i percepciju vijesti modernoga društva. Ove promjene bile su značajne u obliku temelja daljnjeg razvoja suvremenog čovjeka.

2.3 Razvoj televizije pedesetih i šezdesetih godina 20. stoljeća

U razdoblju pedesetih i šezdesetih godina, dogodio se ključan napredak televizije kao popularnog medija, s naglaskom na tehnološke inovacije, promjene u programskim sadržajima i dubok utjecaj televizije na društvo. Pojavio se TV program koji je, po novom, bio u boji. To je doprinijelo dodatnoj popularnosti televizije kao medija. Nakon toga, razvila se kablovska, a nakon nje satelitska televizija. Krajem dvadesetoga stoljeća, daljnji razvoj ovog medija utjecao je na mnoge društvene promjene i fenomene, kao i na moderno društvo u cjelini – politiku, strukturiranje javnog interesa, mišljenja mase i sveukupnosti promjena života modernog čovjeka. Tijekom pedesetih godina televizija je bila u crnobijelom formatu. Razvojem tehnologije razvili su se televizijski programi u boji, što je nedvojbeno dodatno populariziralo ovaj medij. Razvojem srednje klase, pogotovo u Americi obilježenom popularnim kulturnim „American Dreamom“, rasla je potražnja za televizorima diljem zemlje. Kasnije je taj fenomen brzo postao globalni trend. Moderni svijet postao je nezamisliv bez TV uređaja u svakome domu. S obzirom na to da su pedesete i šezdesete godine obilježili mnogi bitni politički događaji, televizija je jasno odigrala veliku ulogu u predsjedničkim kandidaturama, strukturiranju javnog mišljenja; te je imala velik utjecaj na razvoj društva u cijelosti. Zabavni sadržaji i emisije oblikovali su popularnu kulturu toga doba i kulturu društva toga vremena općenito. Uzevši u obzir i brzo širenje vijesti i kulture, televizija je nesumnjivo pridonijela i globalizaciji društva i zauvijek promijenila tijek razvoja modernog i suvremenog čovjeka. Prijelaz kablovske na satelitsku televiziju bio je vrlo važan trenutak. „Satelitska televizija prijenos je televizijskoga signala putem satelita, čime se osigurava gotovo potpuno pokrivanje signalom velikih područja bez potrebe za gradnjom mreže odašiljača i radiofrekvencijskih pretvarača (repetitora). Osim toga, satelitska televizija pruža i mogućnost prijenosa većega broja televizijskih programa istim satelitom.“ (Hrvatska enciklopedija. URL: <https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=60748> {pristup: 4. 9. 2023.})

Kablovska i satelitska televizija dva su različita načina distribucije televizijskog sadržaja do gledatelja. Kablovska televizija oblik je prenošenja signala fizičkim putem preko kablova, dok je satelitska televizija prenošenje signala odašiljačima satelita koji kruže oko Zemlje. Kablovska

televizija dostupna je tamo gdje je fizički moguće provući kanale za distribuciju signala – a to su urbane sredine dobre infrastrukture. Kablovska televizija nije ometana atmosferskim uvjetima, stoga je kvaliteta slike i zvuka uvijek na razini.

Televizija u Hrvatskoj pedesetih godina 20. stoljeća

Pedesete godine prošloga stoljeća bile su iznimno bitne godine za razvoj elektroničkih medija. Uz to, bile su to godine ključnih promjena. Hrvatska radiotelevizija bila je okosnica svih medijskih događanja za Hrvate. Hrvatska je tih godina bila u sklopu Jugoslavije. Tena Perišin u knjizi Zrinjke Peruško „Uvod u medije“ navodi da je povijest televizije u Hrvatskoj neraskidivo povezana s poviješću HRT-a. Datum osnivanja bio je 15. svibnja 1926., kada je osnovan Radio Zagreb. Televizija se pridružuje 1956. godine. 15. svibnja iste godine na Sljemenu je proradio prvi televizijski odašiljač u tadašnjoj Jugoslaviji, gdje je emitiran program talijanske televizije Rai 1. Prvi javni televizijski prijenos u Jugoslaviji bio je 7. rujna 1956., a prenosio je Otvorenje Zagrebačkog velesajma, koji je otvorio Josip Broz Tito. Iste godine započelo je i eksperimentalno emitiranje Televizije Zagreb. Televizija Zagreb uživo prenosi nogometnu televizijsku utakmicu Jugoslavija – Italija 12. svibnja 1957. Sportski komentator koji je tada ušao u povijest bio je Mladen Delić. U siječnju 1958. emitirana je prva hrvatska televizijska drama, autora Kreše Novoselca – „Potraga za nestalim“. Godine 1966. Uz pomoć talijanske televizije Rai 1, emitiran je prvi televizijski program u boji. Hrvatska radiotelevizija (HRT) razvijala se kao javna televizija – javni servis. Njezin značaj nije samo u povijesti njezinog napretka, već i u tome da je HRT i danas nacionalna televizija u Republici Hrvatskoj i u obliku javnog servisa godinama prenosi važne informativne, obrazovne i zabavne sadržaje putem svojih televizijskih programa. (Perišin, T.P. (2011) Uvod u medije: Što su mediji? U: Peruško,Z.P.,UR: Uvod u medije: Što su mediji? Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 141)

2.4 Razvoj televizije krajem 20. stoljeća

Ovo razdoblje, razdoblje osamdesetih i devedesetih godina prošloga stoljeća, bilo je vrlo dinamično i puno promjena za televiziju i njezin razvoj.

„Na početku satelitske ere proizvedeno je malo originalnih programa, s izuzetkom vijesti i sportskih programa, zbog toga što su satelitski kanali u velikoj mjeri ovisli o preuzimanju igranih i zabavnih programa iz SAD-a.“ (Briggs, A.B., Colbey,P.C. (2005) *Televizija: Skica za analizu suvremene televizije*. U: Hamović, Z.H., ur., *Uvod u studije medija*. Drugo izdanje. Clio, 207-227.) U razdoblju osamdesetih i devedesetih, primjetan je znatan porast broja dostupnih televizijskih kanala. Na početku osamdesetih, većina ljudi imala je pristup samo nekoliko osnovnih televizijskih kanala, dok su se tijekom tog vremena kablovska, satelitska televizija i specijalizirani televizijski kanali proširili i postali uobičajeni. Kako je uslijedio razvoj i porast broja televizijskih kanala i samim time i televizijskih sadržaja, tako je popularnost televizije, sukladno tome rasla. „Uvođenje digitalne zemaljske televizije omogućilo je još jedno sredstvo za multikanalnu distribuciju. Šire tržište za film i televiziju, naglo se razvijalo, jer su inovacije u telekomunikacijama (kao što je video streaming na internetu ili telefonskim linijama) omogućile da se sadržaj s pokretnim slikama potrošačima distribuirana sasvim nove načine.“ (Briggs, A.B., Colbey,P.C. (2005) *Televizija: Skica za analizu suvremene televizije*. U: Hamović, Z.H., ur., *Uvod u studije medija*. Drugo izdanje. Clio, 207- 227.)

Tranzicija s analognog na digitalno, dovela je do stvaranja interaktivne publike i na neki način, dvosmjerne komunikacije. Televizija je i dalje imala veliku važnost – političku, zabavnu, informativnu i obrazovnu. Pojavila se televizija visoke razlučivosti i postali su dostupni novi televizijski sadržaji, poput novih emisija, *reality* TV-a i sličnih sadržaja.

Publika se sada promatra kao potrošač sadržaja i kao oni koji konzumirajući te sadržaje stvaraju profit onima koji ih proizvode. U pravom smislu te riječi nastaje još veći oblik masovno-medijskog društva. Dolaskom kablovske televizije, ista se može usporediti s internetom, upravo po sličnosti svojih publika.

2.5 Dolazak interneta i komercijalna televizija

Neosporno je govoriti o tome koliko je dolazak interneta zauvijek promijenio tijek čovječanstva. Njegov utjecaj iz dana u dan potvrđuje koliki značaj internet ima. Značaj interneta, osim što je važan dio svakodnevice gotovo svakog čovjeka bilo koje razvijene države svijeta, ima i svoju kulturološku, političku, komunikacijsku, informativnu i zabavnu dimenziju. Mnogi bi se složili i da je upravo internet, uz proces globalizacije, povukao i oblikovanje masovnih mišljenja te novih kulturnih paradigmi. Gotovo svaka osoba s mogućnošću spajanja na internet svakodnevno je iskoristi – bilo to za primjenu društvenih mreža, zabavnih sadržaja ili pak, za svakodnevno komuniciranje putem aplikacija za izmjenjivanje poruka. Internet je nesumnjivo postao velik čimbenik u svakodnevnoj komunikaciji modernog svijeta i njegov je značaj neosporan. To se može primijeniti i na korporativni svijet, kulturu modernog čovjeka, globalnu komunikaciju, pa čak i političku sferu. „Internet je nastao vrlo spontano, bez ikakvih planova o razvitku »velike globalne mreže.« Prvi korak k nastanku Interneta učinjen je šezdesetih godina prošloga stoljeća, kada je formirana mreža pod nazivom ARPANET.

Njena zadaća bila je razmjena podataka među znanstvenicima vojnoindustrijskih kompleksâ diljem SAD-a.“ (Carnet. URL: <https://tesla.carnet.hr/mod/book/view.php?id=5428&chapterid=883> [pristup: 2. 9. 2023.]) Isti izvor navodi da su se tih godina počele razvijati i druge računalne mreže. Sve ih je objedinjavao sve češće rabljen termin – „internet“. U istom izvoru dalje se navodi sljedeće: „korak koji je doveo do ubrzanog širenja Interneta u svakodnevni život ljudi bio je uspostavljanje jedne od najatraktivnijih mrežnih usluga, World Wide Weba (WWW), početkom devedesetih godina 20.

stoljeća.“ Uslijedilo je ubrzano širenje ove mreže, a ujedno širenje njezinih namjena tijekom godina. Danas internet ima brojne namjene, što je već obrazloženo u prvom dijelu teksta.

Dolazak interneta u Hrvatsku važan je događaj, koji je promijenio način komunikacije, pristupa informacijama i poslovanja u zemlji. Ovdje se dogodio nešto kasnije nego u drugim razvijenijim državama. Prvi korisnici interneta u Hrvatskoj bile su institucije, kao i sveučilišta i neke kompanije koje su imale potrebu za komunikacijom i razmjenom podataka. Neosporna je važnost interneta u Hrvatskoj kada se govori o globalizaciji i modernizaciji države, koja je zbog određenih razloga razvoj interneta dočekala nešto kasnije. Dolazak interneta i komercijalna televizija dva su značajna razvoja u medijskom svijetu, koja su imala utjecaj na način prenošenja i konzumacije informacija. Premda ona nisu direktno povezana, oba procesa na sličan su način djelovala na društvo u globalu.

„Iako je zavladao era interneta, televizija ne gubi svoju moć. Kao masovni medij ima brojne učinke na one koji je konzumiraju.“ (Glavaš, M. 2017:1) Komercijalna televizija i njezin razvoj mogli su se očekivati s obzirom na ubrzani razvoj medijske tehnologije, ali i potrošačkog i konzumerističkog društva. S obzirom na to da je djelatnost oglašavanja uz pomoć TV reklamnih blokova danas usko vezana s televizijom, bitno je naglasiti da je ona prisutna već dugo. „Oglašavanje se, kao organizirana djelatnost, počinje snažno razvijati pojavom tiska i potrebom za širenjem tržišta.“ (Funkcionalni stilovi u televizijskim reklamama, 129 str) Jasno se da zaključiti da su razvojem tiska i televizije, te sve većim širenjima tržišta – djelatnosti oglašavanja samo napredovale tijekom godina između. Oglašavanje putem televizije danas je neizostavan dio svakog TV programa. „Reklama je danas postala dijelom kulture suvremenoga društva te je razvidno da je reklamna poruka kojom neodređeni proizvod nudi tržištu i potrošačima u 21. stoljeću pronasla nove prostore i dimenzije svoga djelovanja. Današnji reklamni diskurs simultano objedinjuje više kodova (verbalni, vizualni i auditivni) te je razvidno da je reklama do danas razvila specifične jezične strategije unutar suvremenoga multimedijalnog sklopa.“ Crnković, M., i Markač, M. (2014). 'Elementi funkcionalnih stilova u suvremenim televizijskim reklamnim porukama', Hrvatistika, 7.(7.), str. 129-149. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/134924> (Datum pristupa: 4. 9. 2023.)

Dolazak interneta i stvaranje digitalnih platformi potpuno je preobrazilo život većine ljudi modernoga društva. Razvojem interneta stvorene su brojne digitalne platforme i usluge. To

uključuje e-poštu, tražilice poput Googlea, društvene mreže poput Facebooka i Twittera. Sve su te platforme korisnicima omogućile komunikaciju, razmjenu informacija i društvenu interakciju putem interneta. Tu su još bile i elektronička kupnja, razvoj društvenih mreža i najvažnije vezano za ovaj rad – *streaming* sadržaja.

2.6 Televizija danas

Razvojem tehnologije, medija i društva u cjelini, televizija se na raznim razinama suočila s dubokim promjenama. Uvođenje visokih rezolucija poput HDTV-a, 4K i 8K, donijelo je znatno poboljšanje kvalitete slike i zvuka. Digitalna transformacija otvorila je vrata raznovrsnim interaktivnim mogućnostima i prilagođenim sadržajima. Ključna promjena je i pojava TV *streaminga*, koja je preoblikovala televizijsko iskustvo. Ovaj rastući trend ishodio je obilje sadržaja dostupnih na zahtjev, pokrivajući gotovo sve interese. Televizija je postala interaktivnija putem povezivanja s internetom, omogućavajući gledateljima aktivno sudjelovanje i komunikaciju. Ova dvosmjerna interakcija mijenja način naše percepcije televizije. Paralelno s time, televizija je igrala ključnu ulogu u globalizaciji, pomažući stvaranju takozvanog „globalnog sela“, gdje informacije i kultura putuju preko granica. Društveni utjecaj televizije ostaje velik, unatoč transformacijama. Televizija je i dalje vođa u informiranju, zabavi i naobrazbi publike. Iako se suočava s konkurencijom društvenih medija, tradicionalna televizija i dalje ima svoje mjesto zbog kvalitetnog sadržaja, povijesnog utemeljenja i širokog dosega. Važno je napomenuti da je razvoj društvenih mreža također utjecao na tradicionalne medije, uključujući televiziju. No, i dalje je jasno da televizija ostaje ključni medij, koji evoluirao da bi se prilagodio zahtjevima modernih gledatelja. Naime, dok je TV uređaj, ne tako davno, simbolizirao „čudo u jednoj ulici“ gdje su se okupljali susjedi, odnosno uža i šira socijalna okolina i s tim u svezi donosili određeni sudovi temeljem usvojenih životnih stavova i iskustava; danas su TV uređaji zastupljeni gotovo u svakoj prostoriji gdje osoba provodi svoj obiteljski život i slobodno vrijeme, pa čak nadomješta i odgojnu ulogu postavljajući ga u dječju sobu. Time

se apsolutno gubi – ne samo nadzor, nego i socijalni kontakt u odgojnom smislu jer u televizijskoj emisiji izostaje svaka diskusija o primljenom materijalu. Taj segment utjecaja na društvo danas, bitan je za medije, ali i za promatranje socijalne sfere ljudskoga društva. (Djeca medija) Dakle, umjesto uloge primanja informacije, televizija postaje – kako odgojni medij, tako i medij razbibrige, što u konačnici već u djetinjstvu donosi manju kreativnost, izostanak kritičnosti, pa čak i poremećaje u koncentraciji i potencijalno problematično ponašanje.

Konvergencija medija jedna je od ključnih značajki i procesa novih medija. Prelazak iz jednog oblika medija u drugi, odnosno njihovo pretapanje u značajkama – bitan je proces za sve suvremene medije. U knjizi „Uvod u medije“ navodi se da će uvijek postojati novi oblici nekih novih medija i da je to neizbježan i nužan proces razvoja medijske kulture.

„Svaki masovni ili komunikacijski medij nastaje tehnološkom inovacijom, razvija se u novu kulturnu i društvenu formu odgovarajući na potrebe publike, a širenjem i upotrebom u interakciji s društvenom sredinom mijenja oblike društvene komunikacije i interakcije. Svaki novi medij preuzima postojeće programske forme i žanrove, a karakteristika je suvremenih medija miješanje i rekombinacija žanrova te transmedijalnost medijskih sadržaja.“ (Peruško, Z.P. (2011) Uvod u medije: Što su mediji? U: Peruško, Z.P., UR: Uvod u medije: Što su mediji? Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 36)

2.7 Televizija kao javni servis i televizija kao komercijalna tvrtka

Ključna podjela televizije je upravo ona na javne servise i televizije kao komercijalne tvrtke. Televizija kao komercijalna tvrtka i televizija kao javni servis razlikuju se po svojim ciljevima, financiranju, sadržaju i ulozi u društvu. Glavni izvor financiranja komercijalne televizije je oglašavanje putem TV reklama. Reklama je sada sastavnica suvremenog društva i očito je da je u

21. stoljeću proširila svoj utjecaj na nove aspekte komunikacije između proizvođača i potrošača. Današnji reklamni pristup istovremeno upotrebljava više različitih elemenata, uključujući verbalne poruke, vizualne elemente i zvučne efekte, kako bi utjecao na ciljnu publiku. Reklamna industrija razvila je specifične jezične strategije unutar suvremenih multimedijalnih okvira. (Crnković, M., i Markač, M. (2014). 'Elementi funkcionalnih stilova u suvremenim televizijskim reklamnim porukama', Hrvatistika, 7.(7.), str. 129-149. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/134924> [Datum pristupa: 4. 9. 2023.]

„Danas je javnost doslovce zatrpana televizijskim reklamama i stoga su neke televizije već ograničile vrijeme i termine emitiranja komercijalnih poruka u želji - kako kažu - da »odmore, osvježe i ozdrave gledatelje«. Također se došlo do zaključka da su termini za oglašavanje predugački, pa na primjer, u Japanu 70 % gledatelja jednostavno preskače termine komercijalnih poruka. Istraživanjem se došlo do zaključka da gledatelji sve više žele informativno oglašavanje, a ne klasičnu oglasnu poruku. Analize, štoviše, pokazuju da devet od deset gledatelja TV programa 'preskače' reklamne blokove - uz pomoć daljinskog upravljača.“

(Peruško, Z.P. (2011) Uvod u medije: Što su mediji? U: Peruško, Z.P., UR: Uvod u medije: Što su mediji? Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 36)

S druge pak strane, televizija kao javni servis financira se putem pretplate (RTV), poreza ili drugih izvora javnog financiranja. Hrvatska radiotelevizija nacionalna je televizija i javni je servis. Javni servis ima obvezu pružiti visokokvalitetni informativni, obrazovni i kulturni sadržaj bez obzira na komercijalni uspjeh.

„Iz današnje perspektive, HRT je od 2000. do 2007. bio prilično stabilan. Gotovo sedam godina na čelu je bio isti ravnatelj pa je, unatoč promjenama vlasti i zakona, Hrvatska televizija imala razvojni kontinuitet, informativni program se demokratizirao, uvedeni su novi programski sadržaji, zadržan je primat u gledanosti. Danas i kritičari iz tog razdoblja priznaju da je tada Hrvatska radiotelevizija napravila programski i tehnološki iskorak i dugo je bila jedna od najjačih javnih televizija pa i nakon što se u Hrvatskoj pojavila komercijalna konkurencija. I današnje perspektive može se zaključiti da je velika greška to što tada nije započelo plansko restrukturiranje i reorganizacija sustava. Propuštena prilika da se HRT, u vrijeme dok je bio jači i stabilniji, transformira u moderni multimedijски javni servis s transparentnim poslovanjem,

uzrokovala je brojne probleme i posljedice.“ (Peruško, Z.P. (2011) Uvod u medije: Što su mediji? U: Peruško,Z.P., UR: Uvod u medije: Što su mediji? Zagreb: Naklada Jesenski i Turk)

Komercijalnim je poduzećima u ovom smislu glavni cilj profit. To ostvaruju putem oglašavanja, a cilj im je privući što veći broj gledatelja svojih TV programa. S druge strane, kod javnih servisa glavni cilj je korist za javnost, odnosno zajednicu.

Javni servisi često imaju ulogu prenijeti edukativni sadržaj, uz onaj informativni, a komercijalna televizija najčešće emitira ono popularno, odnosno upravo proizvode popularne i masovne kulture. Nijedan od ovih TV programa nije isključiv, ali ovdje se govori o većinskom sadržaju. Bez obzira na to, naravno da će se na komercijalnoj televiziji naći i obrazovni sadržaji, ali i popularni na javnim servisima. (Peruško, Z.P. (2011) Uvod u medije: Što su mediji? U: Peruško,Z.P., UR: Uvod u medije: Što su mediji? Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 167)

2.8 Razvoj publika

Postoje dvije vrste publika, promatrano iz ove perspektive. To su interaktivna publika te suprotno njoj, ona pasivna. Prijelaz iz analognih medija u one digitalne, omogućio je prijelaz iz pasivne publike u on aktivnu – interaktivnu.

„Reflektiraju li mediji postojeću (društvenu) zbilju ili je slika te zbilje posljedica medijske konstrukcije događaja na koje se mediji iznova referiraju? Mogu li mediji zapravo mijenjati realnost? Ističući kako reprezentacije nisu realnost, bez obzira na to što su medijske publike ponekad u iskušenju da ih takvima tretiraju, autor dalje raspravlja o tome prema kojim kriterijima neki društveni događaj uopće postaje medijski relevantna priča, vijest, to jest medijski događaj.“ (Hromadžić, H.H., Medijska konstrukcija društvene zbilje: Socijalno - ideološke implikacije produkcije medijskog spektakla, 150) Ovo je također jedno od pitanja koje se postavlja kada se govori o formiranju publika. Važnost toga pitanja upravo je u percepciji medijskih, pa tako i televizijskih vijesti različitih publika i različitih javnosti.

„Bez obzira na niz poteškoća do kojih dolazi u nastojanjima da se ovom konceptu što šire pristupi, te da se on kompleksnije promisli, ostaje činjenica da se medijska publika stalno i iznova mijenja, kako na teorijskoj tako i na praktičnoj razini.“ (Hromadžić, H.H., Popović, H.P., Aktivne medijske publike: razvoj koncepta i suvremeni trendovi njegovih manifestacija, 105)

Prema navedenome, neosporno je da se medijska publika mijenja uz utjecaj neprestanog mijenjanja medija, njihovu konvergenciju, multimedijalnost i stalno mijenjanje kompleksnosti modernog društva.

Interaktivnost digitalnih platformi dovela je do mogućnosti ovih procesa – mijenjanja publike iz pasivne u interaktivnu, te neprekidnog, složenog procesa mijenjanja medijskih publika općenito.

3. Rasprava

3.1 Usporedba nekadašnje i sadašnje televizije

Peruško, Z.P., (2011:247) govori o tome da je neosporno da se mnogo toga u svijetu, društvu, ali i medijima mijenja tijekom godina i stoljeća. Televizija je u svojim začetcima u osnovi bila isti medij koji je i danas, ali mnogo se toga promijenilo. Ovaj rad već je objasnio razvoj televizije, a sada će spomenuti razlike nekada i sada. Razvojem tehnologije i društvenim napretkom puno je toga promijenilo način rada. Promijenila se tehnologija, a time i televizija kao tehnološki sustav, ali i njezina percepcija, kao i publika u nekoj mjeri te okolnosti iz okoline. Promijenilo se mnogo toga, od programskih sadržaja do utjecaja na publiku. Televizija nekada, govoreći konkretno o 20. stoljeću, kada su se izvodili prvi pokušaji emitiranja slika (dvadesetih i početkom tridesetih). Tada je programski sadržaj bio puno drugačiji, kao i domet. Razvoj televizije, kao što je rečeno u ovome radu, bio je dug proces. Televizija nekada bila je u crno-bijelome formatu. Populariziranjem televizije, zbog velike potražnje, TV uređaji postajali su sve češći na tržištu. To se najviše odnosilo na urbane i moderne geografske cjeline jer je upravo ondje bilo ključno i moguće. Prvi oblici programskih TV sadržaja bili su informativni sadržaji (vijesti) te zabava u obliku emisija. Tehnologija je bila jednostavnija i – ni približno napredna kao danas. Društvo se također mijenjalo. Kako je TV uređaj bio neka vrsta luksuza, tako su ljudi često zajedno gledali TV sadržaje. Napretkom tehnologije, medija i društva u cjelini (na nekoj razini), televizija, kao i sam odnos prema njoj, suočila se s promjenama. Uvođenje HDTV-a (visoka razlučivost), 4K i sada 8K tehnologija, pružilo je znatno bolju sliku i zvuk. Digitalna tehnologija omogućila je širok spektar interaktivnih mogućnosti i poosobljene sadržaje. Mogućnost TV *streaminga* također je uvelike promijenila televizijsku sadašnjost. Populariziranjem sadržaja i većom potražnjom za njime, on je postao sve raznovrsniji. Danas se putem *streaming* platformi može pratiti gotovo sve. Povezivanjem na internet, mogućnosti su postale još brojnije. Televizija tako

postaje interaktivna, a komunikacije dvosmjerna. Upravo to znatno mijenja paradigmu moderne televizije. Televizija također pomaže u globalizaciji i takozvanom razvoju „globalnog sela“. Velika je važnost i snažan je društveni utjecaj televizije kao medija i danas. Bez obzira na velike promjene, ovaj medij i dalje je jedan od vodećih u informiranju, zabavljanju i naobrazbi svoje publike. Jasno je da je razvoj društvenih mreža također znatno utjecao na tradicionalne i masovne medije. „Društvene mreže promijenile su svijest te način društvene, političke i poslovne komunikacije.

Njihov utjecaj nije zaobišao ni medije masovne komunikacije – radio, televiziju i tisak.“ (Šošić, D. (2019). 'Utjecaj društvenih mreža kao izvora vijesti na središnji informativni program javne i komercijalnih televizija [HRT, Nova TV i RTL]', Disertacija, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, citirano: 4. 9. 2023., <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:376809>) S obzirom na sve opisano, neosporiv je značaj televizije kao medija – i nekada i sada.

Suvremeni mediji postaju sve veći fenomen u društvu zbog napretka globalizacije, a medijalizacija sve više utječe na različite aspekte društva. Iz navedenog se da zaključiti da je medijalizacija proces posljedica medijskih promjena u odnosu znanosti i društva. Naravno da je ovo sve primjenjivo i na televiziju kao medij i da je ovo samo još jedan primjer promjena u društvu koju donose mediji u suvremenom svijetu.

3.2 Globalni mediji u odnosu na Hrvatsku

„U medijskom prostoru Hrvatske, kao i cijeloga svijeta, posljednjih se desetljeća zbivaju velike i brze promjene. One su najznačajnijim dijelom uzrokovane tehnološkim razvojem. Napredak tehnologije osobito je utjecao na televiziju – proizvodnju, emitiranje, distribuciju i korištenje televizijskih sadržaja, što je pak neminovno dovelo i do promjena u tim sadržajima te u ukupnim televizijskim programima.“ (Roller, V. (2014). 'Novo doba televizije u Hrvatskoj: žanrovi, publika i javni interes', *Politička misao*, 51(4), str. 142-171. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/135839> [Datum pristupa: 4. 9. 2023.]

Jasno se dá zaključiti da, zbog svojih razlika u globalu, hrvatski mediji ne mogu biti jednaki kao i globalni mediji. To u temelju jesu isti mediji, ali postoje znatne razlike u dosegu do publike, ali i u kulturnom kontekstu. Izrazito veliku ulogu ima i to da su hrvatski mediji orijentirani na uže područje, pa je tako i jezik jedna od prepreka kod njihove potencijalne globalizacije. Hrvatski mediji, kako je već spomenuto, fokusirani su na prenošenje vijesti i događaja koji su bitni za Hrvatsku i ovu regiju. To je manje područje pokrivenosti dosega i nije na globalnoj razini, iako Hrvatski mediji prenose i bitne događaje iz svijeta. Jezična barijera je uvijek moćna zapreka. Iako se u ovoj konkretnoj situaciji ne govori o zapreci kao takvoj, jer cilj i fokus hrvatskih medija i jest ova regija i hrvatsko govorno područje. Globalni se mediji zbog navedenih razloga koriste engleskim jezikom, za koji je već poznato da je prvi svjetski jezik u globalu, ali i u korporativnim komunikacijama, na društvenim mrežama, internetu i općenito u globalnim medijima. Globalni mediji nude širok spektar tematika, uključujući svjetske političke događaje, ekonomiju, znanost, tehnologiju i kulturu. Mediji u Hrvatskoj fokusiraju se na unutarnje političke, društvene, kulturne i sportske teme; koje su važne za lokalnu publiku. Globalni mediji privlače oglašivače koji žele doprijeti do široke međunarodne publike. Mediji u Hrvatskoj privlače lokalne i regionalne oglašivače, koji ciljaju specifičnu publiku u Hrvatskoj. U konačnici, razlike između globalnih medija i medija u Hrvatskoj proizlaze iz njihovih ciljeva, ciljane publike, dosega i kulturnog konteksta.

3.3 Hrvatska radiotelevizija

„Dok Velika Britanija ima dugu tradiciju objektivnoga i neovisnoga televizijskog izvještavanja, Hrvatska je tek u posljednje četiri godine uspjela razviti relativno slobodno televizijsko novinarstvo. Kao mlada demokracija, koja je 1991. proglasila neovisnost, Hrvatska se morala suočiti s ozbiljnim poteškoćama u prvom desetljeću svoga postojanja. To su, ponajprije, srbijanska agresija i okupacija dijela teritorija, a potom vlastita nacionalistička vlast. U takvim okolnostima, razvoj nepristranoga i neovisnoga novinarstva na televiziji, najutjecajnijem mediju, bio je teško ostvariv cilj.“ (Jandrić, I. (2004). 'Usporedba informativnih programa BBC-ja i HRT-a', Politička misao, 41(2), str. 72 Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/22809> [Datum pristupa: 4. 9. 2023.]])

Mnogi kritiziraju nacionalnu televiziju, međutim, ona ima mnoge pozitivne aspekte emitiranja svojih TV programa. Stoga kritičarima nacionalne televizije ipak treba skrenuti pažnju na to da je, iako sumnjaju u demokratičnost izvještavanja, određeni sadržaj ipak pod određenim nadzorom, ali ne cenzurom. Zbog toga se može i uzeti u obzir podržavanje daljnjeg razvoja TV programa nacionalne televizije. Određene pohvalne djelatnosti TV programa nacionalne televizije očitovale su se u godinama pandemije COVIDA-19, kada su na doista kvalitetan način bile predstavljene odgovornosti nacionalne televizije u vidu obavještavanja o važnim događajima. „Dok britanski medijski stručnjaci pokušavaju pronaći 'poboljšane načine kako privući publiku vijestima i ostvariti dublje razumijevanje istih' te ih ohrabriti u političkom angažmanu sudjelovanju na izborima (Hargreaveas/Thomas, 2003.: 6), njihovi hrvatski kolege zaokupljeni su izgradnjom profesionalnih standarda na javnoj televiziji i smanjivanjem političkog utjecaja na njezin program.“ Jandrić, I. (2004). 'Usporedba informativnih programa BBC-ja i HRT-a', *Politička misao*, 41(2), str. 72-84. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/22809> [Datum pristupa: 4. 9. 2023.]

Razvoj hrvatske televizije usko je povezan s razvojem HRT-a. „Hrvatska se završetkom Domovinskog rata suočila s uništenim gospodarstvom, porušenom infrastrukturom, velikim brojem prognanika, ranjenika i poginulih. Tek jedan od problema bilo je ustrojstvo nove radiofonije kojom je mlada država morala dokazati stvarnu namjeru demokratizacije elektroničkog medijskog prostora.“ Mučalo, M. M. (2011) *Uvod u medije: Što su mediji?* U: Peruško, Z.P., UR: *Uvod u medije: Što su mediji?* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, 121)

Ovo je još jedan od primjera i dokaza o važnosti Hrvatske radiotelevizije za Republiku Hrvatsku i regiju.

4. Zaključak

Ovaj rad još jednom je potvrdio već opće proširenu i poznatu činjenicu o važnosti televizije. U prvom dijelu rada objašnjen je razvoj televizije, ali i razvoj novinarstva. Jedan od bitnih segmenata ovoga rada bio je i razvoj elektroničkih medija te njegovi začetci krajem 20. stoljeća. Razvoj radija bio je preteča televizije i spoznaje se da su i radio i televizija i dalje vrlo važni i u modernom društvu. Za razvoj televizije ključne su bile pedesete i šezdesete godine. Pojava televizije u boji bila je tu jedna od ključnih prekretnica. Kasnije je uslijedio i razvoj satelitske te kablovske televizije. Komercijalna televizija usko je povezana s potrošačkim društvom i televizijsko oglašavanje ovdje ima značajnu svrhu i glavnu riječ. Dolazak interneta je također, neosporno jedna od velikih prekretnica u cjelokupnom razvoju modernog društva i ljudske civilizacije. Internet je znatno promijenio svijet i u smislu komunikacije, kao i globalizacije, korporativnog svijeta, politike i još mnoštva čimbenika. Govoreći o televiziji danas, jasno je da ona nije ista kao nekada i da su se društveni segmenti i njihove postavke tijekom vremena umnogome promijenili.

Jasno je, prema navedenim tezama u ovome radu, da unatoč razlikama globalnih i hrvatskih medija, televizija i ostali mediji u Hrvatskoj imaju standarde kojima se vode. Tezama i potkrepljenjem tih standarda, ovaj rad pokazao je da Hrvatska prati moderne medijske trendove. Govoreći o masovnim medijima, važno je naglasiti kolika je njihova moć. Sredstva masovne komunikacije imaju snažan utjecaj na strukturiranje i usmjeravanje javnog mijenja u smjeru koji određenoj društvenoj zajednici, kao cjelini ili pojedinim njenim dijelovima, najviše odgovara. Sredstva masovne komunikacije određenih sadržaja ostvaruju sporazumijevanje i pokretanje najšireg auditorija na raznovrsne akcije, na zauzimanje određenog aktivnog stava prema nekoj društvenoj pojavi. Umjesto senzacionalnih priloga, novine bi više koristile društvu i doprinosile

njegovim naporima na smanjenju ove pojave – ako bi planski, smišljeno i smireno, uz objektivno informiranje javnosti o dimenzijama određene pojave, istovremeno radile na oblikovanju javnog mijenja. Takvo bi se javno mnijenje, na osnovi poznavanja uzroka određenog ponašanja i oblika njegovog manifestiranja, moglo uspješno postaviti na stranu zaštite društvenih dobara i vrijednost koje se takvim ponašanjem razaraju.

Televizija je i dalje vrlo važan mediji sa zabavnom, informativnom, ali i obrazovnom svrhom. Vrlo je važna osnovna razlika televizije i dotadašnjih medija, a to je spoj vizualnog i slušanog. Ovaj čimbenik neizostavan je pri definiranju važnosti televizijskog utjecaja na ljude i društvo u cjelini. Mediji su skloni konvergenciji, mijenjanju i uvijek dolaze „neki novi mediji“, inačice starih ili pak, multimedijalni oblici novih medija. Postoje razlike javnih i komercijalnih servisa, što je jasno naglašeno i u kontekstu nacionalne televizije.

Za medije, pa tako i televiziju, neosporno je da su u dugovječnom stvaranju ljudske civilizacije i kulture utjecali na društvo i promijenili ga.

5. Literatura

1. Albertazzi, D.A., i Cobley, P.C. (2010) The media: An Introduction. New York, London: Routledge
2. Briggs, A.B., Colbey, P.C. (2005) Televizija: Skica za analizu suvremene televizije. U: Hamović, Z.H., ur., Uvod u studije medija. Drugo izdanje. Clio, 207- 227.
3. Ciboci, L.C., Kanižaj, I.K., Labaš, D.L. (2011) Djeca medija, Matica Hrvatska (Zagreb)
4. Glavaš, M. G. (2017). Popularna kultura na hrvatskoj televiziji
5. Hajrudin Hromadžić, H.H., Medijska konstrukcija društvene zbilje: Socijalno - ideološke implikacije produkcije medijskog spektakla, AGM, Zagreb (2014)
6. Hromadžić, H.H., Popović, H.P., Aktivne medijske publike: Razvoj koncepta i suvremeni trendovi njegovih manifestacija (2010)
7. Hrvatska enciklopedija. [Online] Dostupno na: <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=44283> [Pristupano 4. 9. 2023.]
8. Hrvatska enciklopedija. [Online] Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=60748> [Pristupano 4. 9. 2023.]
9. Jandrić, I. (2004). 'Usporedba informativnih programa BBC-ja i HRT-a.' Politička misao, 41(2), str. 72-84. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/22809> [Pristupano 4. 9. 2023.]
10. Kordić, I.K. (2022). Medijska pismenost: Početci radija u Hrvatskoj i svijetu. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/pocetci-radija-u-hrvatskoj-i-svijetu/> [Pristupano 3. 9. 2023.]

11. Ličen, S., i Doupona Topič, M. (2008). "Neuravnoteženost u komentatorskim diskursima tijekom televizijskog prijenosa košarkaške utakmice." *Kinesiology*, 40(1), str. 61-68. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/24833> [Pristupano 4. 9. 2023.]
12. Najbar-Agičić, M. (2015). *Povijest novinarstva: kratki pregled*. Zagreb: Ibis grafika
13. Peruško, Z.P. (2011) *Uvod u medije: Što su mediji?*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
14. Roller, V. (2014). 'Novo doba televizije u Hrvatskoj: žanrovi, publika i javni interes.' *Politička misao*, 51(4), str. 142-171. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/135839> [Pristupano 4. 9. 2023.]
15. Šošić, D. (2019). 'Utjecaj društvenih mreža kao izvora vijesti na središnji informativni program javne i komercijalnih televizija (HRT, Nova TV i RTL)', Disertacija, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:236:376809> [Citirano 4. 9. 2023.].