

Branko HEBRANG
Zagreb

POKUŠAJI STVARANJA HRVATSKE NACIONALNE INFORMACIJSKE AGENCIJE

Sažetak

U članku se ukazuje na povezanost hrvatske državotvorne misli i potrebe za pokretanjem nacionalne informacijske agencije. Neposredno poslije proglašenja Republike Hrvatske, 22. prosinca 1990., ponovno su stvoreni uvjeti za pokretanje nacionalnih agencija: osnovane su Hina u Hrvatskoj i Habena u Bosni i Hercegovini. Autor je istražio čimbenike koji su odredili razvoj Hine i ukazao na dva paralelna procesa koja su usporila prijelaz od političko-promidžbene agencije k agenciji demokratskoga građanskog društva: prvi kao neobično aktivno zanimanje politike za zadržavanje kontrole nad agencijom unatoč promjeni Zakona o Hini kojim je onemogućena izravna kontrola i sporu promjenu novinara od ideološkoga koncepta društveno-političkoga radnika u profesionalnoga novinara.

***Ključne riječi:** mediji, novinarstvo, nacionalna informacijska agencija, politička promidžba, profesionalno novinarstvo, osiguranje kakvoće informacija.*

Uvod

U suvremenom informacijsko-komunikacijskom sustavu još uvijek i na globalnoj i na lokalnoj razini jednu od ključnih uloga imaju informacijske (novinske) agencije. Obilje obavijesti koje okružuju čovjeka 21. stoljeća agencijama je dalo dodatnu važnost, podiglo ih je gotovo na razinu medij-

skih institucija zbog pretpostavljenih visokih stručnih, a dijelom i znanstvenih procedura u obradbi obavijesti i kao jedini medij koji nije pod izravnim utjecajem komercijalnih poruka (u informacijskim servisima).

Takvu medijsku prodornost i informacijsku važnost rado upotrebljuje i politika za odašiljanje poruka javnosti, raznim specijaliziranim službama, od diplomatskih do obavještajnih i gospodarskih. Nove države u pravilu nastoje pokrenuti nacionalnu agenciju, dočim su države s duljom tradicijom već zauzele agencijski položaj u informacijsko-komunikacijskom prostoru.¹

Nepostojanje nacionalne države i česte mijene političkoga i društvenoga uređenja onemogućile su dulju tradiciju informacijskih agencija u hrvatskom informacijsko-komunikacijskom prostoru, iako je prva hrvatska agencija utemeljena 1906. godine. U državama Srednje Europe agencije imaju stoljetnu tradiciju. Bilo je nekoliko hrvatskih novinskih agencija koje su bile povezane i s nastojanjima stvaranja hrvatske države, ali je istom 1990. godine utemeljena hrvatska nacionalna agencija Hina kao atribut mlade Republike Hrvatske. Ubrzo je prema modelu Hine pokrenuta i Habena u Mostaru koja je nažalost ubrzo izbrisana s karte informacijskih agencija.

1. Određenje i funkcija informacijske agencije

Suvremena informacijska agencija organizacija je za legalno prikupljanje, obradbu, enkodiranje i odašiljanje informacija o zbivanjima, novinama, magazinima i periodičnim publikacijama, radiju, televiziji, vladinim agencijama i uredima, raznim organizacijama, internetskim medijima, diplomatskim predstavništvima, kompanijama, pojedincima i ostalim korisnicima.

Agencijski komunikacijski iskaz pripada redu nefikcijske publicistike u funkciji slobodne i javne razmjene obavijesti o zbivanjima,² a javni

¹ Izraz *informacijsko-komunikacijski prostor (sustav)* rabimo namjesto publicistika, komunikacijska znanost, novinska ili medijska znanost jer oni označavaju samo područje javnoga komuniciranja. Smatramo da na oblikovanje obavijesti i formiranje znanja utječu i zatvoreni komunikacijski procesi (unutar korporacije, uredništva, političke stranke, obavještajne službe itd.).

² Sva zbivanja mogu se svrstati u pojave, događaje, ponašanje i akcije. Pojava označava sve što

mediji ovise o informacijskim uslugama agencija. Informacijske agencije nazivaju se još novinske agencije, tiskovne agencije (udruženja) i telegrafska ili izvjestiteljska služba.³

Općeprihvaćeni izraz novinska agencija (Press Agency) termin je iz ranoga razdoblja života agencija⁴ kada su postojale jedino novine kao masovni medij. Novinski nakladnici bili su i pokretači niza agencija pa je taj naziv pustio korijene. Pojavom radija, televizije i interneta, navlastito širenjem usluga i na nemedijsko područje, novinskoj agenciji više pristaje ime informacijska (za što se mi zalažemo) ili izvještajna agencija jer su suvremene agencije posvećene proizvodnji obavijesti u svim formatima (pisane, audio-vizualne, grafičke), a novine su ostale samo jedan od klijenata.

U skladu s promjenom tržišnih okolnosti i promjenama u tehnologiji agencijskoga posla, Europsko udruženje novinskih agencija (Press Agencies) promijenilo je ime 2002. godine u Europsko udruženje informacijskih agencija (European Alliance of News Agencies).⁵

Postoji na tisuće malih agencija specijaliziranih za pojedina područja, samostalnih ili pridruženih nekomu mediju, ali Europsko udruženje okuplja samo 30 nacionalnih agencija.

Informacijske agencije zadržale su osnovnu funkciju: danonoćno prikupljanje, obradba i odašiljanje obavijesti pretplatnicima uglavnom u obliku vijesti. Agencije su nametnule i neka načela koja su postala općeprihvaćeno dobro medijskoga komuniciranja:⁶

1. agencije su imale najjači formativni utjecaj na razvoj koncepta tzv. objektivne obavijesti (poštene) kao vrijednosti misije novinarstva;

se događa u društvenoj i prirodnoj sferi, događaj je društvena pojava, ponašanje i akcije označuju ono što ljudi čine. M. STANFORD, "The Nature of Historical Knowledge", Oxford UK – Cambridge USA, Blackwell, 1995. u M. TUĐMAN, *Prikazalište znanja*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2003., str. 37.

3 Usp. *Encyclopædia Britannica*, <www.britannica.com>.

4 Prvu novinsku agenciju pokrenuo je "otac globalnoga novinarstva" Charles-Louis Havas 1935. u Parizu. Od 1944. godine Agence France-Presse (AFP).

5 Andreas Christodoulides, predsjednik EANA-e. "Kada je udruženje osnovano prije gotovo 50 godina bilo je vjerojatno točno nazvati udruženje novinskih agencija, ali danas je točnije članice nazvati informacijske agencije jer obavijestima opskrbljuju različite medije i nemedijske klijente." <www.pressalliance.com/news.htm> (17. svibnja 2007.)

6 Prema B. HEBRANG, *Informacijske (novinske) agencije*, Jarbol, Zagreb, 2006., str. 7 s.

to je bio rezultat napora da različitim medijima i drugim klijentima zadovolje informacijske potrebe u doba stasanja agencijskoga posla, u drugoj polovici 19. stoljeća

2. kako bi standardizirali obavijest, a time i povećali njezin prijam, agencijsko novinarstvo razvilo je princip piramide kao temelj izvješćivanja: najvažnije je na prvome mjestu; filozofija agencijskoga posla nametnula je uvod (*lead*) kao temeljnu formu koja je održana do suvremenoga novinarstva; kratak uvod treba opisati neko zbivanje tako da i samostalno može figurirati kao vijest, što je sukladno i današnjim formama internetskoga novinarstva i višemedijalnih poruka
3. vodeće svjetske, međunarodne i nacionalne agencije svakodnevno važu i utvrđuju koja su zbivanja najvažnija pa tako utječu na izbor informacija u medijima, a posredno i na formiranje stavova primatelja obavijesti i formiranje znanja⁷
4. informacijske agencije uglavnom nastoje zadržati stvaranje obavijesti bez znatnijih utjecaja politike, gospodarstva ili raznih organizacija i grupa za pritiske; agencijski novinari obavijesti stvaraju po metodologiji, gotovo proceduri, s naznačenim izvorom obavijesti, pa uživaju povjerenje usluge s markom – i u medijima i među korisnicima medija (stanovništvom).

U načelima agencijskoga novinarstva na prvom je mjestu vjerodostojnost, moralnost i pošten odnos prema izboru i izvoru informacija, strukturiranju sadržaja agencijskih usluga i izvještajnoj formi. Profesionalno novinarstvo tu znači: pošteno, nepristrano, točno, cjelovito i dovoljno brzo. Interpretativni okvir i znanstvenu aparaturu agencijsko-

⁷ Znanje tvori spoznajna, komunikacijska i informacijska funkcija. U komunikacijskom procesu svaki simboličan iskaz mora zadovoljiti tri implicitna zahtjeva: iskazano mora biti istina, iskazivanje mora biti ispravno s obzirom na neki normativni kontekst, simboličan iskaz treba biti relevantan. Usp. M. TUĐMAN, *Obavijest i znanje*, Zavod za informacijske studije, Zagreb, 1990., str. 90-95. Osim na području znanja, mediji utječu i na opažanje primatelja obavijesti, ponašanje i postupanje. Više o tome vidjeti u H. PUERER, *Uvod u publicističku znanost*, Zagreb, 1996., str. 33-37.

me novinarstvu⁸ osigurava metodologija traženja odgovora na sedam pitanja: tko, što, kada, kako, gdje, zašto i vrelo podataka/obavijesti.⁹ Dopuštena je reducirana primjena ovoga načela, ali svako odstupanje umanjuje informacijsku vrijednost obavijesti, dok manipuliranje vodi negaciji informacije (pogrješna obavijest ili protuobavijest).¹⁰

2. Mreža agencija

Spirala agencijskih informacija najčešće počinje od nacionalnih informacijskih agencija koje svoje informacijske servise prodaju međunarodnim i svjetskim agencijama u kojima urednici prema kriterijima relevantnosti, ali i neobičnosti, nastranosti, senzacije i nerijetko promidžbe biraju vijesti kojima počinju radijske i televizijske informativne emisije ili ih rabe za otvaranje novina.

Prema području djelovanja temeljnu agencijsku komunikacijsku mrežu tvore svjetske agencije, međunarodne i nacionalne informacijske agencije. Komplementarno djeluju televizijske i fotografske agencije, specijalizirane agencije poput Bloomberga, medijske agencije koje posluju pri većim nakladničkim kućama kao što su agencijske službe *New York Timesa* News Service, koji objavljuje informacije iz NYT, i najveći dopunski američki informacijski servis LAT-WP, agencija *Los Angeles Timesa* i *Washington Posta*.¹¹

8 U Hrvatskoj novinarstvo i javni mediji pripadaju području društvenih znanosti, polju informacijske znanosti, grana 5.04.07 i 5.04.08. (Pravilnik o znanstvenim i umjetničkim područjima, poljima i granama, NN 76/2005.) Obje grane uređene su Ustavom RH, propisima, etičkim kodeksima, moralnim normama i međunarodnim pravilima struke.

9 Jednostavnija je Lasswellova formula 5W, prema engleskomu: Who, What, Whom, Which, What. Usp. H. D. LASSWELL, *The Structure and Function of Communication in Society*, u M. KUNCZIK, A. ZIPFEL, *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, Zaklada F. Ebert, Zagreb, 1998., str. 34.

10 Pogrješna obavijest nije vjerodostojna, ali ne mora nastati samo s namjerom da zavede korisnika. Protuobavijest (dezinformacija) treba navesti primatelja da prizna kao valjan određeni opis zbivanja, povoljan za pošiljatelja koji ga je predstavio kao pouzdanu i provjerenu informaciju. Svrha je dezinformacije svjesno varanje pa je ona mnogo više od jednostavnoga izobličavanja neke informacije. Usp. P. BRETON, *Izmanipulisana reč*, Clio, Beograd, 2000., str. 62.

11 EPH, najveći hrvatski medijski nakladnik, najavio je potkraj 2006. godine da će pokrenuti *nacionalnu novinsku agenciju*. Pretpostavljamo da će to biti korporativna agencija. U nekoj državi u pravilu postoji samo jedna nacionalna agencija.

Od približno 140 nacionalnih informacijskih agencija, samo 15% posluje bez potpore državnoga proračuna; to su one koje se smatraju financijski neovisnima i profitabilnima. Bez ekonomske neovisnosti ne može biti ni uređivačke, pa većina informacijskih agencija pripada promidžbenoj paradigmi, u demokratskim državama ponajviše javnoj diplomaciji.¹²

Višestruka je važnost agencijske obavijesti, a za male narode najvažnija je njezina medijska prodornost: u današnjem svijetu agencijska obavijest lakše nego bilo koji drugi proizvod prelazi bez kontrole državne granice i za nekoliko trenutaka može doprijeti do udaljenih kutaka Zemlje gdje nastavlja život u javnome mediju, obrađena i strukturirana i u bazama podataka za bezvremensku uporabu. Tako ove sažete obavijesti o zbivanjima širom Zemlje utječu na formiranje zabilježenoga znanja, u određenoj mjeri utječu na ponašanje odredišta (primatelja informacije) i dugoročno pamćenje.

Suvremeni globalni i informacijsko-komunikacijski sustav počiva na obavijestima koje odašilju tri svjetske (globalne) agencije: Agence France-Presse (AFP, Francuska, utemeljena 1835. godine), Associated Press (AP, SAD, 1848.) i Reuters (Velika Britanija, 1851.)¹³ koje su povezane s mnoštvom manjih, navlastito nacionalnih agencija. To su vodeće agencije, po mjerilima zapadnoga civilizacijskoga kruga, pa njima treba dodati agencije koje pobuđuju zanimanje i povećavaju utjecaj, poput kineske agencije Xinhua (1944.), japanske Kyodo (1945.) i Central News Agency (Indija, CNA, 1936.).

12 Izraz *javna diplomacija* odnosi se na objavljivanje vjerodostojnih obavijesti, ali u nečiju korist. Prvi je taj izraz rabio Edmund Gullion, dekan Fletcher School of Law and Diplomacy 1965. godine prilikom osnivanja Centra za javnu diplomaciju Edward R. Murrow. Usp. <www.publicdiplomacy.org> (15. 5. 2007.).

13 Svjetsku dominaciju zadržale su agencije velesila. Uz ove tri, nekad su globalnim informacijsko-komunikacijskim sustavom upravljale još International News Service (INS, SAD, 1909.), United Press Associations (UP, SAD, 1907., danas UPI) i Telgrafnoie Aгенство Sovjetskavo Soiuza (TASS, SSSR: The St. Petersburg Telegraph Agency - SPTA 1904., od 1918. Russian Telegraph Agency-ROSTA, 1925. TASS, 1992. ITAR-TASS). Više o tome O. BOYD-BARRETT, *News Agencies, Their Structure and Operation*, Greenwood Press, New York, 1969., str. 35-62 i dopune autora.

Tablica 1: Tri vodeće svjetske informacijske agencije¹⁴

broj	AP	Reuters*	AFP
dopisništva	243	131	110
jezici objavljivanja	5	18	6
zaposlenih novinara (ukupno)	3000 (4000)	2400 (16800)	3250 (4000)
objavljenih riječi/dan u mil.	20	3	2

Izvor: D. K. THUSSU, *International Communication – Continuity and change*, Arnold, London, 2002., str. 151 i autor, stanje 2007. godine.

Svaka država nastoji imati nacionalnu informacijsku agenciju iako nema pisanih pravila koja agencija treba biti nacionalna i treba li uopće nekoj državi nacionalna agencija. Zbog prodornosti, isprepletenosti agencijskoga posla s telekomunikacijskim sustavima i povezanosti s medijima, novinske agencije postale su nezamjenjiv atribut države. Agencije su često za nove, male, nerazvijene i udaljene države jedini izlaz u svjetsku informacijsku mrežu pa ih države rado financijski podupiru.¹⁵

3. Hrvatske informacijske agencije

Razvoj hrvatskih informacijskih novinskih agencija i onih na području Hrvatske možemo podijeliti na:

14 To su najveće agencije po formativnom utjecaju na globalnu informacijsko-komunikacijsku mrežu. Po broju zaposlenih najveća je kineska Xinhua s više od 20.000 namještenika.

* Nakon što je Thomson ove godine preuzeo Reuters, nova agencija Thomson Reuters ima 49.000 zaposlenih i godišnji prihod od 12 milijardâ dolara.

15 Aktivisti za tzv. slobodu medija agitiraju za privatizaciju medija jer će navodno tako biti otklonjena mogućnost utjecanja države na medijsku političku promidžbu. Za Hinu rado ističu da je *državna agencija*, ali kada navode AFP ili BBC kao izvor, ne rabe pridjev *državni*. Ove dvije medijske institucije uspjele su ustrojiti relativno pošten medijski sustav i zato uživaju dobar glas.

- a) agencije u razdoblje bez nacionalne države: 1) do 1918. godine, 2) od 1. prosinca 1918. do 9. travnja 1941., 3) od 10. travnja 1941. do 8. svibnja 1945. i 4) od 9. svibnja 1945. do 30. svibnja 1990.
- b) agencije u Republici Hrvatskoj od 1990. godine.

3.1. Razdoblje bez nacionalne države

1) do 1918. godine. Prvu hrvatsku agenciju osnovao je 1906. godine Milan Grlović. Ona je dnevnim zagrebačkim novinama dostavljala izvješća o saborskim sjednicama. Od 1910. godine zagrebačkim dnevnicima domaće vijesti dostavljala je Zagrebačka korespondencija, agencija koju je utemeljio Dragutin Oršanić.

2) do 1941. godine. Skromno tržište, a još više raspad Austrougarske Monarhije (1867.-1918.) utjecali su na nestanak hrvatskih novinskih agencija čiji je rad zamijenila telegrafske agencija Avala (1919.-1941.) koja je imala i zagrebačku podružnicu (dopisništvo). Avalu je kao privatnu kompaniju utemeljio francuski novinar Albert Mousset 1919. godine, a od 1927. godine prisvojila ju je država i pretvorila u promidžbenu agenciju Kraljevine SHS, odnosno Kraljevine Jugoslavije s potpunim monopolom nad medijskim obavijestima, navlastito iz inozemstva. Hrvatske novine primale su tada agencijske obavijesti na srpsko-hrvatskome, a i za vrijeme kratkotrajne Banovine Hrvatske (1939.-1941.) zagrebačka podružnica Avale bila je podvrgnuta cenzuri iz Beograda, baš kao i kasnije hrvatsko dopisništvo Tanjuga za vrijeme druge Jugoslavije: vijesti iz inozemstva putovale su samo preko Beograda, a domaće su bile podvrgnute cenzuri.¹⁶ Prije zatvaranja Avala je imala 130 novinara i razvijenu suradnju s drugim agencijama.

3) do 1945. godine. Vlasti NDH zatvorile su dopisništvo Avale i odmah osnovale novinsku agenciju Velebit. Pri Predsjedništvu Vlade NDH

¹⁶ U Kraljevini Jugoslaviji postojao je Centralni pres-biro koji je iz Beograda uredništvima dostavljao upute "pod prijetnjom obustave lista ili zatvora odgovornih osoba". F. ADEMOVIĆ, *Novinstvo i ustaška propaganda u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj*, Sarajevo, 2000., str. 80. Za Banovine Hrvatske djelovali su banovinski cenzori, a za vrijeme druge Jugoslavije vrlo oštru cenzuru provodili su KPJ, obavještajne službe, sudstvo i urednici (zapravo društveno-politički radnici).

osnovan je 29. listopada 1941. Hrvatski dojavni ured Croatia koji je naslijedio poslove agencije Velebit. Agencija Croatia djelovala je do sloma NDH u Radićevoj ulici 32 u Zagrebu, imala je 80 zaposlenih i tridesetak dopisnika iz inozemstva. Preuzimala je vijesti njemačke agencije DNB, talijanske Stefani, francuske Havas, britanskoga Reutersa, ruske TASS i drugih manjih agencija. Tijekom noći novinari su pripremali biltene za novine, a dostavljali su ih i nekim državnim uredima. Među suradnicima Croatije bili su i Josip Horvat (1896.-1968.) te Tin Ujević (1981.-1955.).¹⁷ Bila je to tipična politička promidžbena novinska agencija s utvrđenim načinom i okvirom rada, koja je imala novinsku i burzovno-gospodarsku službu.

Smatramo da je pogrešno među novinske agencije NDH uvrstiti i Hrvatsku izvještajnu službu (HIS) kao što je to učinio Božidar Novak u izlaganju prilikom proslave 15. obljetnice Hine.¹⁸ Hrvatska izvještajna služba nije imala obilježja novinske nego obavještajne agencije: s dobrom tehničkom opremom bilo joj je omogućeno slušati strane radiopostaje i prislušivati radiokomunikacije.

Hrvatski partizanski pokret proglasio je 9. svibnja 1944. Federalnu Državu Hrvatsku u sastavu Demokratske Federativne Jugoslavije. Poneseni iluzijom ostvarenja nacionalnoga programa, vodstvo ZAVNOH-a pokrenulo je u drugoj polovici 1944. godine osnivanje Telegrafске agencije Hrvatske (TAH).¹⁹ Agencija je trebala biti okosnica hrvatskoga partizanskog informacijskog sustava, navlastito radi političke promidžbe na hrvatskom jeziku, nasuprot Telegrafskoj agenciji nove Jugoslavije (Tanjug), osnovane 5. studenoga 1943. u Jajcu, koja je u komunikaciji rabila srpski jezik.

¹⁷ HDA, fond 1561, kut. 44. Propaganda i štampa u NDH

¹⁸ Usp. B. NOVAK, "O ulozi i važnosti Hine u hrvatskom medijskom prostoru", *Medijska istraživanja*, br. 1., Zagreb, 2006., str. 117-121.

¹⁹ Treće zasjedanje ZAVNOH-a (Zemaljsko antifašističko vijeće narodnog oslobođenja Hrvatske, od 25. srpnja 1945. Narodni Sabor Hrvatske) bilo je u Topuskom od 8. do 9. svibnja 1944. U okviru nacionalnoga programa, predvođenoga komunistima, ZAVNOH je doživljen kao partizanski višestranački Hrvatski sabor, usvojena je Deklaracija o osnovnim pravima naroda i građana demokratske Hrvatske i odlučeno je o slobodi tiska i drugim građanskim pravima (vjeronauk, ćirilica i drugo).

Istom što je počela raditi, telegrafska agencija Hrvatske doživjela je tvrdu osudu boljševičkoga dijela KPJ pa ju je u rujnu 1944. zabranio JBT. U pisamcu od 17. rujna 1944. JBT je napisao Andriji Hebrangu, partijskom tajniku i jednom od osnivača ZAVNOH-a, sljedeće:

Smjesta obustavite rad te vaše tzv. Telegrafske agencije TAH. Što to uopće znači. Klizite punom parom u separatizam. Zar ne vidite da i federalno uređene države imaju jednu službenu telegrafsku agenciju. Neka vam primjer bude Sovjetski Savez ako nitko drugi. Tražimo najhitnije odgovor po pitanju vaše odluke o vjeronauku i kao obvezatnom predmetu u školama. Mislim da se je moglo odgovoriti već jučer i ne čekati toliko.²⁰

Težnju za formiranjem partizanskoga obavijesnog sustava na hrvatskom jeziku najbolje ilustriraju riječi Vladimira Nazora, predsjednika ZAVNOH-a, upućene u rujnu 1944. Prvoslavu Vasiljeviću, šefu tiskovnoga ureda Povjereništva NKOJ-a²¹ za informacije:

Ja sam te pozvao da razgovaramo o jednom veoma važnom pitanju, preko koga ja kao Hrvat i predsjednik hrvatske države ne mogu da prođem šutke. Vi ste u biltenu zaveli jezik beogradske ćaršije, vi ga namećete i pored toga što se nalazite na teritoriji hrvatske države. Nas Hrvate to vrijeda i mi nećemo jezik beogradske ćaršije. Dok ste ovdje na našoj teritoriji imate da pišete hrvatski, a kad dođete u Srbiju pišite i govorite kako god hoćete, mene se to ništa ne tiče.²²

Umjesto TAH-a, u Topuskom je tada osnovana podružnica Tanjuga.

4) do 1990. godine. Punih 46 godina hrvatski mediji preuzimali su obavijesti isključivo od Tanjuga sa sjedištem u Beogradu, promidžbene novinske agencije KPJ/SKJ.²³ Jedino je Tanjug imao ekskluzivno pravo na primanje agencijskih obavijesti (servisi vijesti) iz svijeta od stranih agencija (AFP, Reuters, AP, UPI, TASS, DPA i drugih) koje je prerađivao

20 Izvori za istoriju SKJ: sednice Centralnog komiteta KPJ (1948-1952). Serija A: Dokumenti centralnih organa KPJ/SKJ, knjiga 17, Beograd, 1986., str. 13 i 425, u N. KISIĆ KOLANOVIĆ, *Hebrang: iluzije i otrežnjenja*, Institut za suvremenu povijest, Zagreb, 1996., str. 115.

21 Nacionalni komitet oslobođenja Jugoslavije, osnovan 30. studenoga 1943.

22 N. KISIĆ KOLANOVIĆ, *nav. dj.*, str. 83.

23 U Jugoslaviji pod nedemokratskom vlašću Komunističke partije Jugoslavije 1920.-1952. i Saveza komunista Jugoslavije 1952.-1990. godine.

i propuštao u skladu s uređivačkom ideologijom. Niti jedan medij nije smio direktno primati vijesti stranih agencija. U stvaranju vijesti iz Jugoslavije sudjelovala su Tanjugova republička dopisništva. Dopisništvo Tanjuga iz Hrvatske sve je obavijesti moralo slati na glavni stol²⁴ gdje su obrađivane i na srpskome dostavljane hrvatskim medijima. Prevođenje je moralo biti obazrivo jer su postojali cenzori koji su pratili pisanje medija pa su na temelju simboličnoga izraza (riječi) sastavljali politički profil autora. Proganjane su riječi, osobito tzv. hrvatski arhaizmi te osobna imena “narodnih neprijatelja”. Na dubinu te paradigme ukazuje jedan pokušaj prevođenja mjeseca maj u svibanj. Dežurni urednik u osječkom *Glasi Slavonije*²⁵ uoči 1. svibnja 1976. za vrijeme dežurstva u dogovoru s glavnim urednikom Petrom Požarom (1946.-2005.) promijenio je ime mjeseca maj u svibanj na svim stranicama, i na glavnoj paroli na prvoj stranici. Nekih pola sata nakon *imprimatura*, dok još grafičari nisu potpuno niti prilagodili boju na rotaciji, Požaru su iz Gradskoga komiteta SK naredili vraćanje svibnja u – maj.

Republičko dopisništvo Tanjuga radilo je u Zagrebu do kraja travnja 1991. na Marulićevom trgu 16, a šef dopisništva bio je Mirko Bolfek. Dopisništvo nije ukinuto nego se raspalo jer su novinari prešli na rad u Hinu, ali je Tanjug zadržao dopisnika u Hrvatskoj.

3.2. Nacionalna agencija u Republici Hrvatskoj

3.2.1. Prvo razdoblje

Konstituiranjem višestranačkoga Hrvatskoga sabora 30. svibnja 1990., u kojemu su većinu držale nekomunističke stranke, bili su stvoreni preduvjeti za intervencijom u hrvatskom informacijsko-komunikacijskom prostoru. Političko vodstvo (navlastito dr. Franjo Tuđman, tada predsjednik Predsjedništva SRH) vrlo je brzo uočilo i potrebu za medijskim probojem u javnost, što novoj vlasti nisu osiguravali postojeći javni

24 Mjesto na koje se slijevaju sve vijesti nazvano je *desk* (engl. stol). Taj se izraz i danas simbolički rabi iako digitalizirane obavijesti ne dolaze na stol nego u bazu podataka (redakciji informacijski sustav).

25 Noćni dežurni urednik bio je Branko Hebrang.

mediji. Nije prošlo niti dva mjeseca od prvoga iskoraka u demokraciju, višestranačkoga Sabora, kada je 26. srpnja 1990. na sjednicama Vijeća općina i Društveno-političkoga vijeća prihvaćen Zakona o Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji "HINA", koji je objavljen 28. srpnja 1990. (NN, 31/1990.).²⁶

U skladu s potrebom jake promidžbe procesa stvaranja demokratske Hrvatske, ali još uvijek u okvirima Socijalističke Republike Hrvatske,²⁷ Hina je u 13 članaka Zakona utemeljena kao pravna osoba: "Radi obavljanja novinsko-agencijskih poslova od važnosti za ostvarivanje zadaća Republike utemeljuje se republička organizacija Hrvatska izvještajna novinska agencija 'HINA'" (čl. 1. Zakona o Hini).

U četvrtom članku utvrđeno je da Hina obavlja sljedeće poslove od važnosti za ostvarivanje zadaća Republike:

... prikuplja, obrađuje i raspačava informacije o radu republičkih organa te drugih organa i organizacija; prikuplja, obrađuje i raspačava informacije o gospodarstvenim, političkim, kulturnim, športskim i drugim događajima i pojavama u Republici, drugim republikama i pokrajinama i inozemstvu: za potrebe informiranja tuzemne javnosti prikuplja, obrađuje i raspačava informacije o životu hrvatskoga iseljeničtva, a za potrebe iseljeničkih javnih glasila o događajima i pojavama u Republici; prikuplja, obrađuje i raspačava informacije o člancima odnosno emisijama tuzemnih i inozemnih javnih glasila o događajima i pojavama u Republici, drugim republikama i pokrajinama i inozemstvu; surađuje s tuzemnim i inozemnim informativnim organizacijama; obavlja druge novinsko-agencijske poslove za potrebe republičkih organa.

U petom članku Hina je i tržišno određena:

Hrvatska izvještajna novinska agencija "HINA" može, u okviru svoga djelokruga, obavljati uz naknadu novinskoagencijske poslove za organe, poduzeća, organizacije, zajednice i građane. Visina naknade za obavljanje poslova iz stavka 1. ovoga članka utvrđuje se ugovorom između Hr-

26 Prema dostupnim vrelima čini se da je Vladimir Pavlinić (1929. – novinar, slikar i grafički dizajner), povratnik iz Londona, na poziv predsjednika Tuđmana napisao prvi nacrt ustroja hrvatske novinske agencije 1990. godine. Usp. V. PAVLINIĆ, *Stil i jezik novinara*, UDD, Zagreb, 2001., str. 104.

27 Sve do raskida svih državnopravnih sveza sa SFRJ, 8. listopada 1991., zapravo do primjene Ustavne odluke o suverenosti i samostalnosti Republike Hrvatske od 25. lipnja 1991.

vatske izvještajne novinske agencije “HINA” i korisnika usluga. Hrvatska izvještajna novinska agencija “HINA” samostalno raspolaže sredstvima ostvarenima vlastitom djelatnošću...

Zakon o Hini odredio je agenciju kao “republičku organizaciju” i tako joj nametnuo dominantan utjecaj politike. To samo po sebi nije trebalo biti loše u prvim godinama nastajanja agencije, u ratnim uvjetima, kada je Hrvatska bila u posvemašnjoj političkoj i materijalnoj blokadi.²⁸ Takav položaj omogućio je i rješavanje poslovnoga prostora i donekle stabilno financiranje. Već u drugoj polovici devedesetih sredstva iz proračuna iznosila su između 45 i 50% ukupnoga prihoda Hine, a ostalo je bio prihod od prodaje usluga.

Brze društvene mijene izvan konstruktivnih demokratskih procesa prisilile su Hinu da samo tri tjedna poslije zakonskoga utemeljenja iz improviziranoga uredništva na zagrebačkome Trgu sv. Marka 3 pošalje 17. kolovoza 1991. obavijest za medije o početku rada i prvu obavijest – izvješće sa sjednice hrvatske Vlade:²⁹

HNA8170001:1
17.08.1990 /:0
VLADA-SJEDNICA
kategorija=P,PL
HRVATSKA VLADA O TZV. SRPSKOJ AUTONOMIJI
VLADA- SJEDNICA+PU 13/HR HR
HRVATSKA VLADA O TZV. SRPSKOJ AUTONOMIJI

Posljednja točka za novinare otvorenog dijela sjednice hrvatske Vlade, koja je održana danas pod predsjedanjem Stipe Mesića, bila je izvješće Ministarstva pravosuđa i uprave Republike Hrvatske o poduzetim mjerama u vezi s održavanjem samozvanog srpskog sabora, inicijativom za stvaranje zajednice općina sjeverne Dalmacije i Like provođenjem najavljenog referenduma o tzv. srpskoj autonomiji. Republička upravna inspekcija nije utvrdila da se u državnim organima vrše bilo kakve pripreme za referendum odnosno izjašnjavanje građana srpske nacionalnosti, nego se o svemu doznaje uglavnom iz tiska. Potpredsjednik Vlade Milan

28 Primjerice, početkom devedesetih bio je onemogućen uvoz neke informatičko-komunikacijske opreme hrvatskim trgovcima pa je Hina modeme morala ilegalno nabaviti. Braća Glibota kupili su modeme u Parizu u vrijednosti približno 25000 DM i darovali ih Hini, a u Hrvatsku ih je potajno donio Vice Vukojević.

29 HIB Eva, <www.hina.hr>

Ramljak primijetio je da se mnogo više može doznati iz beogradskih novina nego iz nalaza ministarstava. Iznio je da su "Narodne novine" br. 33, od 17. kolovoza donijele rješenje Ustavnog suda Hrvatske o obustavi od provedbe svih akata i čina usmjerenih na stvaranje spomenute zajednice općina. Glede neposrednog izjašnjavanja srpskog pučanstva u Hrvatskoj koje je 15. kolovoza najavio predsjednik Skupštine općine Knin Milan Babić, pozivajući se na odredbu čl. 232. Ustava Republike Hrvatske, Ramljak je ustvrdio da ni u tom niti u bilo kojem drugom članu Ustava nema nikakve podloge za to. Naprotiv po čl. 284. Ustava građani svoja prava i slobode mogu ostvarivati samo na način propisan zakonom, a ovo "izjašnjavanje" nema veze ni sa zakonom ni s bilo kakvom logikom. Budući da Amandman 25 izrijekom zabranjuje izjašnjavanje građana o bilo čemu na nacionalnoj osnovi, "to što se radi može se podvesti pod krivično djelo, u skladu s odredbama Krivičnog zakona", zaključio je Ramljak. Josip Boljkovac, ministar unutrašnjih poslova ustvrdio je da je riječ o protuustavnom aktu rušenja društvenog poretka, no da za umjetno stvorenu nervozu nema previše razloga...

170000 MET aug 90

Hina je vrlo brzo, krajem siječnja 1991., počela nuditi informacijske usluge na tržištu. U idućim dvjema godinama u Hini su pisajući strojevi zamijenjeni računalima i uveden je improvizirani redakcijski računalo-komunikacijski sustav.³⁰

Vlada RH imenovala je prvoga ravnatelja agencije Josipa Šentiju³¹ 31. srpnja 1990., a prvi glavni urednik bio je Vjekoslav Krsnik. Zanimljivo je da u trenutku odašiljanja prve vijesti Hina još nije imala glavnoga urednika. Krsnik je prvo imenovan zamjenikom direktora 31. srpnja 1990. (NN, 32/1990.), a glavnim i odgovornim urednikom³² istom 22. kolovoza

30 Budući da hrvatske novine u to vrijeme još nisu imale integrirane informacijske sustave, Hina im je na svoj trošak davala na korištenje računala za prijam servisa vijesti. U Hini je projekt informatizacije pokrenuo Branko Hebrang 1991. godine, vodeći vanjski projektant bio je Predrag Pale, a prvo računalo donirao je Đuro Sesar iz zagrebačke kompanije Informatika S.I.S.T.E.M.I.

31 Imenovanje je objavljeno u NN 32/1990. Zamijenio ga je Milovan Šibl 4. ožujka 1991., NN 12/1991.

32 Dodatak "i odgovorni" ostao je sve do novoga Zakona o Hini 2001. godine. Bilo je to naslijeđe pojmovne strukture iz Jugoslavije kada je na tom poslovnom položaju trebalo biti naglašeno da glavni urednik i "odgovara" onome tko ga je imenovao (KPJ), a ne propisima i pravilima struke.

1990. (NN, 35/1990.). Krsnika je na mjestu glavnoga urednika zamijenio Mirko Bolfek 1. svibnja 1991. (NN, 23/1991.).

Evo kako je Krsnik doživio te prve dane rada Hine:

Hina je počela emitirati 17. kolovoza 1990, točno na dan kada je u Kninu počela tzv. balvan-revolucija. Tog smo dana dr. Ivo Sanader i ja putovali iz Zagreba prema Splitu, prošli smo prve balvane kod Plitvica, a onda smo bili zaustavljeni od četnika desetak kilometara prema Gračacu, u kojemu je već bila napadnuta policijska postaja i počela pobuna hrvatskih Srba. Hina je s oskudnom opremom i poluprofesionalnim kadrom kako-tako počela emitirati, ali ja sam kao glavni urednik nakon deset mjeseci, jer nisam htio da se pretvori u hrvatski Tanjug, došao u sukob sa Šentijom, koji se kao direktor nikako nije mogao osloboditi svojega skobjevskog mentaliteta. Nakon deset mjeseci, kada je za direktora, budući da je Šentija prešao u Ured predsjednika Tuđmana, došao Milovan Šibl, ja sam dobio otkaz i od tada sam slobodni novinar.

A obrazloženje zašto ste smijenjeni?

— Nikakvo. To su bila vremena kada se nisu davala obrazloženja.

I počeli su raditi mnogi koji se nisu htjeli odreći Tanjuga?

— Da. Danas je ravnatelj Hine Mirko Bolfek, kojega je predložio Josip Šentija. Mirko Bolfek tipični je novinar društveno-politički radnik, koji se u redakciji u Beogradu bojao reći da je Hrvat. Sjećam se njegova teksta iz Beča o pravu hrvatske manjine na uporabu hrvatskoga jezika u Austriji. U tekstu je sve učinio samo da ne spomene hrvatski jezik. Takav je bio tada, a takav je i danas. Poslije, kada sam došao u Kanadu, saznao sam da je odluku o mojem smjenjivanju za jednim stolom u Torontu donijelo sedam ljudi bliskih Udbi.³³

U proljeće 1991. Hina se preselila u zgradu na Marulićevom trgu 16, u čijem se prizemlju još nalazilo dopisništvo Tanjuga. Novi je glavni urednik brzo povukao u Hinu sve novinare dopisništva Tanjuga koji su ubrzo preuzeli većinu uredničkih poslova. Niti jedan od poznatijih novinara nije se htio zaposliti u Hini. Direkcija Tanjuga ucjenom je prisilila upravu Hine na plaćanje 20000 DM za mirno napuštanje prizemlja zgrade jer bi u suprotnome prerezali više od stotinu telefonskih parica, komunikacijske veze s telefonskom centralom HPT-a.

33 *Vijenac*, br. 245-246, Zagreb, 24. srpnja 2003.

Bilo je to još vrijeme kada su svi hrvatski mediji bili priključeni na Tanjug i kada su urednici zbog prelaska na novo društveno uređenje trebali primjenjivati demokratsku medijsku paradigmu. Budući da se radilo o dubokim društvenim promjenama, ali i drastičnim promjenama medijske kulture (ili je tako trebalo biti), urednici i novinari bili su zbuñeni i prestrašeni mijenama koje su nosile neizvjesnost. Kako više nije bilo crvene linije KPJ, neizvjesnost i ideološka rigidnost utjecala je da su neki novinari sami napustili hrvatsko novinarstvo; neki su selektivno prihvatili preobrazbu, neki su ostali odani sustavu vrijednosti bivšega društva bez prihvaćanja vrijednosti građanskoga društva i pretpostavljene nove medijske kulture.³⁴

Smatramo da su to bili i temeljeni razlozi zašto se malo novinara odlučilo prijeći na rad u nacionalnu agenciju Hinu. Iskusniji novinari nisu htjeli pristupiti Hini jer je bilo teško odlučiti se i napustiti uhodana uredništava, početi pionirski agencijski posao u improviziranim uvjetima s nekoliko telefona i telefaksa, posao koji ne donosi slavu poput televizijskoga novinarstva, bez klijenata i jasne perspektive stvaranja nove države.

Kako je proizvodnja vijesti tražila sve više novinara, primane su osobe koje prije nisu radile u novinarstvu i koje su u radu učile od urednika, bez sustavnoga internog školovanja. Na prve ponude Hininih informacija direktori medija i glavni urednici različito su reagirali. Bez velike dileme suradnju su prihvatili u osječkom *Glasi Slavonije*, koji je u to vrijeme i prednjačio u digitalizaciji novina, riječkom *Novom listu* i splitskoj *Slobodnoj Dalmaciji*. Najteže je bilo pridobiti Hrvatsku radioteleviziju i zagrebački *Vjesnik*.

Donekle je bilo razumljivo početno nepovjerenje u Hinu jer je dnevno objavljivala trećinu vijesti u odnosu na Tanjug pa u dijelu uredništva nisu imali viziju kako će raditi bez Tanjuga. Zato su uredništva nekoliko mjeseci paralelno primala i Hinu i Tanjug. Mediji su pristali platiti Hinine usluge proporcionalno opsegu servisa vijesti, trećinu cijene koju

34 Za vrijeme Jugoslavije svi su urednici i novinari u pravilu bili članovi KPJ, mnogi su završili partijske političke škole koje su negirale nacionalno pitanje, građansko društvo i ljudska prava, zauzimali su pozicije partijskih sekretara pa sve do članova Centralnoga komiteta SKJ/SKH.

su plaćali Tanjugu.³⁵ U nekim uredništvima dugo su trajale pripreme za prekid primanja Tanjuga, no sve je bilo riješeno prekidom telefonskih veza s Beogradom 30. rujna 1991.³⁶ U to je vrijeme Hina već imala za ratne prilike dobro organizirane informacijske usluge na hrvatskom, engleskom i njemačkom jeziku, otvorila je uslugu telefonskih vijesti na govornom automatu HPT-a i u suradnji s Hrvatskim informacijskim centrom objavljivala je posebne biltene za strane novinare.

Hina je brzo uspjela proširiti mrežu klijenata izvan Hrvatske što je bilo važno radi uspostavljanja kakve-takve ravnoteže u informacijskom ratu.³⁷ Radio i televizija Slovenije reagirale su na prvu ponudu i kupile Hinin servis vijesti. Radio Sarajevo također je odmah prihvatilo suradnju jer je htio čuti i drugu stranu. Jutel s otvorenim promidžbeno-jugoslavenskim programom i glavnim urednikom Goranom Milićem (i vrlo aktivnom Silvijom Luks) nije 1991. godine htio niti razgovarati s predstavnikom Hine.³⁸

Pojava hrvatske agencije u medijskom prostoru bivše Jugoslavije i ulazak u svjetsku mrežu informacijskih agencija utjecali su i na stvaranje nove percepcije zbivanja u Hrvatskoj. Primjerice, u informacijskom ratu protiv Hrvatske pogriješila je i vrlo profesionalna Britanska agencija Reuters kada je 20. studenoga 1991. objavila tri protuinformacije u kojima su hrvatski vojnici navedeni kao ubojice 41 djeteta u Vukovaru.³⁹ U rano jutro 21. studenoga hrvatska Vlada opovrgnula je te obavijesti,

35 Za vrijeme Jugoslavije Tanjug je osim pretplate na Servis vijesti godišnje dobivao i približno tri milijuna eura (šest milijuna DM) iz republičkoga proračuna.

36 Hina je, uz još neke službe, i dalje radi kontrole primala servis vijesti Tanjuga.

37 Ovdje mislimo na informacijsko ratovanje pomoću javnih medija kada se rabe informacije i protuobavijesti za napad ili obranu poricanjem, iskrivljavanjem, obmanjivanjem, zloporbom podataka i obavijesti radi nanošenja štete suprotnoj strani.

38 Jutel (Jugoslovenska televizija) emitirao je program od 1990.-1992., imao je sjedište u Beogradu, potom u Sarajevu. Bio je to posljednji javni pokušaj promidžbenoga upravljanja društvom pod kontrolom Komunističke partije Jugoslavije, JNA i obavještajnih službi u jugoslavenskome medijskom prostoru.

39 Vijest o ovom proizvedenom događaju pričinila je nepopravljivu štetu Hrvatskoj. Za raspravu na suđenju Miloševiću na Međunarodnom kaznenom sudu u Haagu francuski komunikolog Renaud de la Brosse objasnio je da je Reuters bez provjere objavio lažne informacije; naveo je primjer *Politike* koja je poreknuće obavijesti objavila na posljednjoj stranici čime se nije mogao poništiti učinak proizvedene obavijesti. Usp. <www.un.org/icty> i B. HEBRANG, *nav. dj.*, str. 95 s.

a posredstvom Hine to je preuzeo Reuters. U popodnevnim satima Reuters je priznao da je objavio dezinformacije, povukao je sporne obavijesti i otpustio novinara (autora) Vjekoslava Radovića iz beogradskoga dopisništva Reutersa (poslije toga Tanjug ga je zaposlio kao dopisnika iz New Yorka).

Promjene je u hrvatskome medijskom prostoru zabilježilo i glasilo JNA *Naroda armija*:⁴⁰

U propagandnom pritisku na Armiju do krajnosti je eksploatirana u tko zna čijoj kuhinji iskonstruirana teza da je Jugoslavenska naroda armija u ratu s Hrvatskom. Njezinu operacionalizaciju dosljedno su ostvarila dirigitirana hrvatska sredstva javnog informiranja, na čelu s Hinom.

Poslije razdoblja uspješnoga rasta, neodgovarajuća poslovna i uređivačka politika Hine potkraj devedesetih, oslonjena isključivo na političke snage, utjecala je na pogoršanje položaja na medijskom tržištu i nesnažanje u novim okolnostima.⁴¹ Osobito je nepovoljan bio politički utjecaj na izbor nekih ravnatelja i glavnih urednika koji su nastavili razvijati koncepciju promidžbeno-političke agencije, što je bilo pogubno za kakvoću informacijskih usluga i njezin razvoj. Smatramo da je prijelomni trenutak u razvoju Hine bio onaj kada je spriječeno da trajnije upravljačke funkcije preuzmu osobe koje su dio života provele u demokratskim državama s jakim osobnim građanskim svjetonazorom, bez povezanosti s političkim krugovima bivše Jugoslavije. Mr. sc. Branko Salaj, povratnik iz Švedske, bio je nakratko ravnatelj od 11. studenoga 1997. do 19. veljače 1999. Potkraj 1998. godine za glavnoga je urednika predložio Vladimira Pavlinića, pokretača i prvoga urednika *Glasa Koncila*. O izboru glavnoga urednika po Zakonu o Hini trebala je odlučivati Vlada RH (čl. 11), ali je u prethodnim konzultacijama predsjednika Tuđmana savjetnik obavijestio da je Pavlinić britanski agent (sic!).⁴² Za glavnoga urednika Vlada je tada postavila Benjamina Tolića (od 22. listopada 1998. do 13.

40 *Naroda armija*, 28. siječnja 1991.

41 Ovdje mislimo nakon kraja Domovinskoga rata (1990.-1998.) i rada sukladno Uredbi o informativnoj djelatnosti za vrijeme ratnoga stanja ili u slučaju neposredne ugroženosti neovisnosti i jedinstvenosti Republike Hrvatske. (NN, 57/1991.)

42 Izjava Branka Salaja autoru u studenome 1998.

srpnja 2002.), osobu bez ikakva znanja o funkcioniranju medija, a Salaj je zbog toga odstupio 19. veljače 1999. (NN, 19/1999.).⁴³

Po uzoru na Hinu, 27. kolovoza 1993. utemeljena je Herceg-bosanska novinska agencija Habena, sa sjedištem u Mostaru, kao nacionalna agencija Hrvata u Bosni i Hercegovini. S radom je počela 30. kolovoza, ali je njezino djelovanje bilo kratkotrajno jer je 2001. godine integrirana u Fenu. Samo je dijelom, navlastito interno, zadržala attribute hrvatske informacijske agencije. Neutraliziranje Habene može imati dugoročne nepovoljne posljedice za hrvatsku medijsku kulturu u Bosni i Hercegovini.

3.2.2. Drugo razdoblje

Od 15. studenoga 2001. Hina djeluje kao javna ustanova, što je utvrđeno novim Zakonom o Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji (NN, 96/2001.). Redefinirana je uloga agencije i u skladu s demokratskim načelima postavljeni su zakonski temelji za profesionalniji rad Hine. U trećem članku određen je djelokrug rada:

Djelatnost Hine je prikupljanje i razaslanje što potpunijih činjeničnih i objektivnih novinsko-agencijskih informacija o zbivanjima u Republici Hrvatskoj i svijetu za potrebe medija i drugih sudionika društvenoga, političkoga, kulturnog i gospodarskog života.

Iako utvrđenje djelatnosti nije suvremeno, obuhvatno ni dovoljno stručno,⁴⁴ posebno su važni članci pet i šest koji bi, pošteno primijenjeni, Agenciji osigurali profesionalni status:

43 Zbog nekompetentnoga glavnog urednika, ali i zbog neprofesionalnoga rada uredništva, Hina nikada nije objavila vijest o smrti prvoga hrvatskoga predsjednika Franje Tuđmana, nego je sa 46 minuta zakašnjenja 11. prosinca 1999. objavila: "Umro je predsjednik Republike Hrvatske dr. Franjo Tuđman, objavila je jutros u 2 sata Hrvatska televizija." Svjetske agencije, umjesto da se pozivaju na vijest nacionalne agencije, ponavljali su kao izvor obavijesti Hrvatsku televiziju. Prema HIB Eva i autor.

44 U opisnu djelatnosti izostavljena je najsloženija faza posla – obradba obavijesti – jer u koncepciji političko-promidžbene agencije prevladava razaslanje obavijesti, a ne profesionalna obradba. (U prvom Zakonu to je bilo utvrđeno u čl. 4.) U tom kontekstu Hina je samo distributer obavijesti. Izostanak medijskih stručnjaka u pisanju Zakona očigledan je jer su rabljeni izrazi izvan komunikološkoga diskursa, poput "objektivnih" namjesto "poštenih" informacija (koji jednoznačno određuje metodologiju reinterpretacije zbivanja jer "objek-

Hina djeluje po načelima neovisnoga, nepristranog i *profesionalnoga* (istaknuo autor) novinsko-agencijskog izvještavanja. Hina ne smije biti izložena bilo kakvim utjecajima koji bi mogli ugroziti točnost, objektivnost ili vjerodostojnost njezinih informacija. Hina ne smije, faktički ili pravno, doći pod vlasničku ili drugu interesnu kontrolu neke ideološke, političke ili ekonomske skupine. (...) *Hina je samostalna*. Samostalnost Hine ogleda se posebno: u pravu Hine da samostalno obavlja djelatnost radi koje je osnovana; u financijskoj samostalnosti u skladu s ovim Zakonom, Statutom i ugovorima...

Tako je stvoren okvir za profesionalno djelovanje Hrvatske izvještajne novinske agencije, što su uprava i Upravno vijeće trebali iskoristiti za zaokret od tipične političke promidžbene agencije prema agenciji građanskoga, javnog novinarstva.⁴⁵ *Profesionalno* djelovanje Hine trebalo bi značiti da u procesu obradbe obavijesti primjenjuje pravila struke, etička i moralna načela poštene obradbe i reinterpretacije zbivanja – što nije obuhvaćeno u trećem članku Zakona. *Samostalnost* Hine navlastito znači da ne smije biti pod nikakvim pritiscima, a osobito ne političkim, pa ravnatelja bira Upravno vijeće, a ne više Hrvatski sabor, odnosno Vlada RH. Ta je formula preuzeta iz Zakona o AFP-u iz 1957. godine radi smanjenja utjecaja države (politike) i hibridnoga rješenja vlasničkoga statusa agencije: državno vlasništvo s javnom upravom, poslove s državom agencija ugovara, ali – za razliku od Hine – u Upravnom vijeću sjede i predstavnici medija, što omogućuje samostalniju poslovnu i uređivačku politiku. Polovično primijenjen francuski model dao je i polovična rješenja u Hininu slučaju: u Upravnom vijeću nije bilo, a nema ni sada, predstavnika medija pa u poslovnoj politici nisu uvedeni i primijenjeni barem najniži standardi demokracije: poštivanje zakona, struke (znanja) i procedure.

tivna” interpretacija ne mora nužno biti i poštena), “novinsko-agencijskih informacija”, što je nevjerodostojno jer Hina od 1991. godine priprema obavijesti i za audio-vizualne medije, za internet, a od 1997. godine za pokrete telefonske uređaje.

45 Političko promidžbena agencija služi pojedincima ili skupinama, a posebno je to značajka raznih totalitarističkih režima (komunizma/boljševizma, fašizma, nacionalsocijalizma ili vlasti vojne hunte). Građansko ili javno novinarstvo služi promicanju ciljeva općega dobra i koristi za sve. To je temeljna funkcija javnih medija koja je obnovljena osamdesetih godina prošloga stoljeća u SAD-u: treba pisati o problemima koji su od životne važnosti za građane, a ne proizvoditi samo obavijesti po ukusu političara.

Prvo Upravno vijeće Hrvatski je sabor potvrdio na prijedlog Vlade RH 24. svibnja 2002. (predsjednik dr. sc. Jadranko Crnić, članovi mr. sc. Ivan Rusan, Davorka Stanešić, dr. sc. Nada Zgrabljic i Davor Vašiček, NN 64/2002.). Vijeće je prilikom izbora ravnatelja između dvaju programa (M. Bolfeka i B. Hebranga) odabralo onaj u kojemu je ponuđena zamisao agencije političke paradigme (što samo po sebi uključuje i političku promidžbu) nasuprot programu s idejom o nacionalnoj agenciji u funkciji javnoga dobra i koristi za sve (orijentacija prema javnosti). U prihvaćenoj *Koncepciji rada i razvoja Hine* naznačeno je: “Ti su servisi (servisi vijesti) po samoj svojoj definiciji neprofitni. Radi se u biti o političkom informiranju javnosti (birača).”⁴⁶ Orijetacija prema političkom informiranju birača ne zadovoljava koncept nacionalne agencije građanskoga društva kojoj je misija komuniciranje za sve građane.

Vijeće je primijenilo strategiju nejednakoga postupanja (diskriminacija) jer nije razmatralo drugu i drukčiju zamisao programa rada; programe nije vrjednovalo niti je pozvalo na razgovor drugoga kandidata (suprotno Ustavu RH, čl. 22., 35., 44. i 45., NN, 28/2001. i potrebi primjerenoga rada javne ustanove), što upućuje na političku korupciju.⁴⁷ U to je vrijeme predsjednik vlade bio Ivica Račan. Članovi Vijeća percipirani su kao pripadnici tzv. lijeve političke orijentacije, lobiranje je bilo skriveno, a mediji su sve popratili šutnjom.

Drugo Upravno vijeće Hine, izabrano 13. srpnja 2006. (predsjednik mr. sc. Ivan Rusan, članovi mr. sc. Dijana Katica, mr. sc. Božo Skoko i Dražen Jović, NN 82/2006.), ponovno nije imalo predstavnike medija, bilo je pod velikim političkim i medijskim pritiskom.⁴⁸ U konkurenciji više kandidata Upravno vijeće izabralo je program osobe koja nije udovoljila jednom od ključnih uvjeta natječaja – potrebnom radnom isku-

46 M. BOLFEK, *Koncepcija rada i razvoja Hine*, Zagreb, 2. kolovoza 2002., Arhiv Hine.

47 Od korumpirati, dati ili davati kome novac ili druga materijalna dobra, privilegije i sl. s namjerom da onaj koji prima čini ili djeluje onako kako želi onaj koji daje. V. ANIĆ, *Rječnik hrvatskoga jezika*, Novi Liber, Zagreb, 1991., str. 280.

48 U informacijskom ratu u hrvatskim je medijima objavljeno na desetine medijskih tekstova o nemjerodavnosti članova jer je većina članova percipirana kao tzv. desni (za predsjedanja Vladom Ive Sanadera). Tome se pridružila i hrvatska Misija OESS-a, što je političkoj kampanji dalo i međunarodni značaj, sve nasuprot odredbe Zakona o Hini – “Hina je samostalna”.

stvu – što je u natječaju za mjesto ravnatelja Hine utvrđeno kao “najmanje pet godina odgovarajućeg radnog iskustva”.⁴⁹ U političko-medijskim pritiscima tijekom natječaja promidžbenom tehnologijom namještanja igre⁵⁰ (kao da je riječ o političkoj funkciji, ne radnoj), političari i novinari zalagali su se za kandidata koji ima staž u novinarstvu a ne u upravljanju kako bi istisnuli nepoželjne kandidate koji su zadovoljavali sve uvjete natječaja. Ravnateljska je pozicija upravljačka, a za poziciju glavnoga urednika odlučujuće je iskustvo u novinarstvu, još bolje u upravljanju redakcijama.⁵¹ Ovo Upravno vijeće odlučivalo je bez petoga člana, predstavnika radnika Hine, što je predsjednik Vlade RH ocijenio kao “demokratski deficit”, pa su članovi Vijeća u prosincu 2006. razriješeni (NN, 133/2006.).

Odluke toga Vijeća nisu poništene. Natječaj za glavnoga urednika objavljen je 11. listopada 2006. (NN, 111/2006.) s rokom prijave od 15 dana. Do 1. kolovoza 2007. glavni urednik nije izabran jer se čekaju izbori za Hrvatski sabor potkraj ove godine, natječaj nije poništen.

U veljači 2007. izabrano je treće Upravno vijeće (predsjednik dr. sc. Srećko Lipovčan, članovi Aleksandar Adler, Gordana Carević, mr. sc. Damir Pavuna i Vladimir Lulić, NN, 22/2007.), a procedura izbora predstavnika radnika Hine Vladimira Lulića nije zadovoljila zakonske i demokratske kriterije, produbila je podjelu uredništva na tzv. lijeve i tzv.

49 Izabrana je Smiljana Škugor Hrnčević. Takvu formulaciju u Statutu Hine odredio je prijašnji ravnatelj Mirko Bolfek jer nije imao potrebno iskustvo upravljanja ekonomskim sustavom, a prihvatilo je prvo Upravno vijeće. Upravno vijeće nikada nije propisalo kriterije za vrjednovanje ove odredbe Statuta.

50 Namještanje igre (Card Stacking) komunikacijska je vještina u kojoj se propagandist služi svim mogućim načinima obmane primatelja obavijesti kako bi osigurao podršku sebi, politici, svojoj naciji, grupi, vjerovanjima, idealima, dogmi. On namješta igru protiv istine, manipulira činjenicama prenaplašavajući ili nedovoljno jasno prikazujući neki podatak s nakanom zbuniti primatelja i proizvesti pozitivan efekt za svoju stvar. Posljedica takve komunikacije jest razmatranje nametnutih podataka i obavijesti, onih koji su u funkciji cilja izvorišta, a ne razmatranje vjerodostojnih informacija koje su u skladu s javnim dobrom i općom koristi. Usp. “Kako otkriti promidžbu”, *Propaganda Analysis*, V1, Institute for Propaganda Analysis, New York, 1938., str. 5-8.

51 U natječaju za glavnoga urednika određeno je “najmanje pet godina radnog iskustva na novinarskim poslovima u javnim glasilima, od čega najmanje dvije godine na uredničkim poslovima”. Usp. B. HEBRANG, “Kako ubiti Hinu”, *Novinar*, br. 11/12, 2006.

desne.⁵² Ovdje ne možemo u tančine obrazložiti sve elemente političke korupcije u postupku izbora ravnatelja Hine, no možda je o tome najbolje posvjedočio umirovljenik Dražen Budiša:

Kad je to prije otprilike godinu dana čuo predsjednik Vlade Ivo Sanader (da je u mirovini, nap. aut.) ponudio mi je neka atraktivna mjesta poput mjesta ravnatelja NSK i ravnatelja Hine.⁵³

Snazan utjecaj politike, koja nije slijedila načela općega dobra nego zasebnih interesa, odrazila se i na poslovanje i temeljnu misiju Hine: vjerodostojno izvještavanje o zbivanjima. Dosad je napisana samo jedna kvalitativna analiza sadržaja vijesti – *Procjena stupnja profesionalne obrade Hininih informacija*⁵⁴ kao studija primjera namjerno izabranoga skupa od 108 obavijesti. Primjenu profesionalnih standarda pisanja obavijesti autor je procijenio pomoću sedam čimbenika procjene kakvoće koji su utvrđeni kao odstupanja od očekivanih vrijednosti profesionalnih internih i strukovnih standarda obradbe obavijesti (kontrola štete):

Tablica 2: Interpretacija rezultata učestalosti čimbenika kakvoće (N=108)

Rb.	čimbenici kakvoće	oznaka	učestalost	posto
1.	bez dodatnih informacija	BDI	51	47,2
2.	izbjegavanje druge strane	IDS	25	23,1
3.	nevjerodostojnost	NEV	53	49,1
4.	slabost izvora	SI	30	27,8

52 Odabir V. Lulića proveden je bez prethodnoga postupka unutar agencije (skupa radnika), a predsjednik Radničkoga vijeća Vladimir Lulić predložio je sam sebe za člana Upravnoga vijeća i krivotvorio zapisnik da je izabran jednoglasno (od mogućih triju, dobio je glas jednoga člana i svoj - sic!). Na sjednici Vlade RH predsjednik Ivo Sanader zaključio je: "Poslušali smo i mislimo da je to demokratski bio sasvim u redu, ono što je predložio dakle *skup radnika* (naglasio aut.), zaposleničko vijeće, koji su predložili gospodina Vladimira Lulića." M. CURAČ, "Kandidat spoticanja", *Hrvatsko slovo*, 20. listopada 2006., Zagreb, str. 4.

53 "Mesić se treba povući s dužnosti predsjednika", *Večernji list*, Zagreb, 29. srpnja 2007., str. 11.

54 Ovdje je korišten nalaz studije B. Hebranga *Procjena stupnja profesionalne obrade Hininih informacija: analiza primjera u razdoblju od 11. listopada 2004. do 31. ožujka 2005.*, Hina, Zagreb, 2005., arhiv Hine. Zbog složenosti medijske interpretacije nekoga zbivanja istodobno postoji više varijabla kakvoće i/ili odstupanja od kakvoće informacije – čimbenici kakvoće u Tablici 2.

5.	slabost jezika	SJ	79	73,1
6.	slabost stila	SST	75	69,4
7.	slabost uvoda	SU	66	61,1

Niti jedan čimbenik kakvoće ne bi trebao imati učestalost veću od nule jer takva odstupanja od metodologije obradbe obavijesti (osiguranje kakvoće) nije predviđena u teoriji agencijskoga komuniciranja. Neka odstupanja od standarda donekle bi se mogla prihvatiti (npr. slabost stila, bez dodatnih informacija), ali nevjerodostojnost (pogrješne obavijesti ili protuobavijesti) nije dopustiva.

Zbog nestručnoga upravljanja sredstvima, opremom i ljudima, na poslovnom je planu od 2002. do 2006. godine ukupni prihod Hine stagnirao uz porast od 12,9% (BDP imao je rast od 24,3%), uz porast broja zaposlenih za 27%. Plaće nisu linearno povećane od 1989. godine pa su realno smanjene za približno trećinu, što je utjecalo na osiromašenje intelektualnoga kapitala Hine.⁵⁵ Zbog stagnacije prihoda, nema dovoljno sredstava za profesionalno upravljanje Hinom i izvršavanje ciljeva postavljenih Zakonom o Hini, posebno za uspostavljanje profesionalnoga novinarstva i razvijanje mreže dopisništava.

Zaključak

Pokrenuto je nekoliko hrvatskih novinskih agencija, ali bez nacionalne države ni jedna se nije uspjela održati. U demokratskoj Republici Hrvatskoj pokrenuta je, *ab initio*, Hrvatska izvještaja novinska agencije koja je u prvom razdoblju (1990.-2000.) dala zapažen prinos u informacijskom ratu protiv Hrvatske. U drugom razdoblju, nakon prerastanja iz političko-promidžbene u javnu ustanovu (2001.), Hina je sukladno Zakonu o Hini trebala prerasti u informacijsku agenciju primjerenu demokratskom građanskom društvu. Međutim, spori prijelaz novinara iz koncepta društveno-političkoga radnika u profesionalnoga novinara koji će pronositi vrijednosti građanskoga društva teče odviše sporo kao i nepromijenjeno htijenje vlasti u zadržavanju čvrste kontrole nad Agen-

⁵⁵ Podatci prema financijskim izvješćima računovodstva Hine i HNB-a.

cijom, unatoč promjeni zakonskih uvjeta njezina rada te unatoč njezinu približavanju matici demokracije Europske unije. Neprofesionalni novinari tvore agencijske informacijske usluge bez profesionalne kakvoće (vidi Tablicu 2) što je u suprotnosti s temeljnom svrhom informacijske agencije. Neodgovarajuća pak poslovna politika Agenciju je dovela u stanje vegetiranja, bez dovoljno prihoda za rad profesionalnoga pogona.

Pokazali smo da je izbor Upravnoga vijeća i ravnatelja Hine pratilo niz nedemokratskih i nevjerodostojnih postupaka, što također podsjeća na model ponašanja prije pada Berlinskoga zida. Upravno vijeće jest izbor politike u ime vlasnika (što nužno ne znači da treba birati samo podobne, a ne i sposobne), ali izbor ravnatelja agencije sukladno Zakonu o Hini trebao bi biti izvan dosega politike i politikanata. Visokim stupnjem vjerodostojnosti u postupcima izbora Upravnoga vijeća i ravnatelja, koji bira glavnoga urednika, bio bi omogućen slobodan izbor (bez straha podanika zbog političke korupcije) najboljega programa rada, što bi vodilo slobodi djelovanja i odgovornosti za rad nacionalne informacijske agencije. Bez vjerodostojne uprave ne može biti vjerodostojna ni nacionalna informacijska agencija, a to nadalje nepovoljno utječe na hrvatski informacijsko-komunikacijski prostor, nacionalne interese i ugrožava održiv razvoj agencije.

Izvori i literatura

- Hrvatski državni arhiv, Zagreb, "Propaganda i štampa u NDH" (fond 1561)
- ADEMOVIĆ, F., *Novinstvo i ustaška propaganda u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj*, Sarajevo, 2000.
- ANIĆ, V., *Rječnik hrvatskoga jezika*, Novi Liber, Zagreb, 1991.
- BOYD-BARRETT, O., *News Agencies, Their Structure and Operation*, New York, 1969.
- BRETON, P., *Izmanipulisana reč*, Clio, Beograd, 2000.
- HEBRANG, B., *Informacijske (novinske) agencije*, Jarbol, Zagreb, 2006.

- *Hrvatsko slovo*, 20. listopada 2006.
- KISIĆ KOLANOVIĆ, N., *Hebrang: iluzije i otrežnjenja*, ISP, Zagreb, 1996.
- KUNCZIK, M. – ZIPFEL, A., *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, Zagreb, 1998.
- *Medijska istraživanja*, br. 1, Zagreb, 2006.
- *Naroda armija*, 28. siječnja 1991.
- *Narodne novine*, razni brojevi
- *Novinar*, br. 11/12, 2006.
- PAVLINIĆ, V., *Stil i jezik novinara*, UDD, Zagreb, 2001.
- *Propaganda Analysis*, V1, Institute for Propaganda Analysis, New York, 1938.
- PUERER, H., *Uvod u publicističku znanost*, Zagreb, 1996.
- THUSSU, D.K. *International Communication – Continuity and change*. London, 2002
- TUĐMAN, M., *Obavijest i znanje*, Zavod za informacijske studije, Zagreb, 1990.
- TUĐMAN, M., *Prikazalište znanja*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2003.
- *Večernji list*, Zagreb, 29. srpnja 2007.
- *Vijenac*, br. 245-246, Zagreb, 2003.
- www.britannica.com
- www.hina.hr
- www.pressalliance.com
- www.publicdiplomacy.org
- www.un.org/icty

EFFORTS TO CREATE CROATIAN NATIONAL NEWS AGENCY

Summary

The article presents connection of the Croatian nation-building thought and needs for the establishment of the national news agency. Right after the Republic of Croatia became independent, on December 22, 1990, conditions have been created again for the initiation of national agencies: in the Republic of Croatia HINA has been established and Habena in Bosnia and Herzegovina. Author researched factors which have determined the development of HINA and he implied two parallel processes which slowed down the transition of political-propaganda agency towards news agency of democratic and civil society: the first of them as unusual active interest of politics for maintaining the control over the agency in spite of the change of Law on HINA. That law prevented the direct control and sluggish change of a journalist from the ideological concept of sociopolitical employee to the professional journalist.

Key words: *mass media, journalism, national news agency, political propaganda, professionally journalism, insurance of quality of information.*