

## POSTAVLJANJE AGENDE MASS MEDIJA I KONCEPT SOCIJALNE ODGOVORNOSTI

### Sažetak

*Postavljanje agende jedna je od temeljnih funkcija masovnih medija. Kroz vršenje te funkcije masovni mediji su prisiljeni simultano zadovoljavati određene materijalne i vrijednosne zahtjeve. Pritom su materijalni zahtjevi pretežno unutarnji dok su vrijednosni zahtjevi pretežno vanjski. Iz same definicije masovnih medija jasno je da su mediji dominantno materijalno usmjereni, dok društvo od njih očekuje odgovornost i doprinos zajednici. Društvena odgovornost poduzeća (DOP) vid je prakse kojom se teži implementirati kategoriju društvenog dobra u poslovne modele poduzeća. Mediji koji načelno podržavaju takvu praksu te redovito prozivaju druge gospodarske čimbenike radi antisocijalnog djelovanja, paralelno na raznim mjerenjima pokazatelja DOP-a kontinuirano bilježe slabe rezultate. Poslovna praksa masovnih medija široko je percipirana kao vrijednosno upitna. Integriranje DOP-a u zakone i statute, koji definiraju funkcioniranje masovnih medija nije jamstvo da će masovni mediji integrirati DOP u svakodnevnu poslovnu praksu. Dva su temeljna razloga za to. Prvi su razlog profesionalne rutine i radni obrasci u masovnim medijima, a drugi je novac odnosno zarada. Nije stoga realno od masovnih medija zahtijevati visoku razinu integracije etičnosti u poslovanje. Masovni mediji funkcioniraju u svakom trenutku na vlastitom etičkom maksimumu i ne mogu adekvatno udovoljiti vrijednosnim zahtjevima koje društvo pred njih stavlja.*

**Ključne riječi:** *mas-mediji, agende, društvena odgovornost, odnosi s javnošću, framing*

---