

(Ne)poštivanje etičkih načela novinarstva u doba pandemije COVID-19 na primjerima odabranih medija u Hrvatskoj

Mihalić, Ivana

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:472936>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-25**

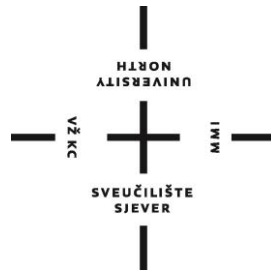


Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br. 255/OJ/2022

**(Ne)poštivanje etičkih načela novinarstva u doba
pandemije COVID-19 na primjerima odabranih
medija u Hrvatskoj**

Ivana Mihalić

Varaždin, srpanj 2022.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Odnosi s javnostima



DIPLOMSKI RAD br. 255/OJ/2022

**(Ne)poštivanje etičkih načela novinarstva u doba
pandemije COVID-19 na primjerima odabranih
medija u Hrvatskoj**

Studentica:
Ivana Mihalić, 1560/336D

Mentor:
doc. dr. sc. Tvrtko Jolić

Varaždin, srpanj 2022.

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za odnose s javnošću		
STUDIJSKI PROGRAM	diplomski sveučilišni studij Odnosi s javnošću		
PRETLAČNIK	Ivana Mihalić	MATRIČNI BROJ	0336018011
DATUM	6.7.2022.	POKRETNOST	Etika u odnosima s javnošću
NASLOV RADA	(Ne)poštivanje etičkih načela novinarstva u doba pandemije COVID-19 na primjerima odab		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	(Non)observance of the ethical principles of journalism in the time of the COVID-19 pande		
MENTOR	dr.sc. Tvrko Jolić	ZVANJE	Docent
ČLANOKI POKRETNOSTVA	1. doc. dr. sc. Darijo Čerepinko - predsjednik		
	2. doc. dr. sc. Gordana Lesinger - članica		
	3. doc. dr. sc. Tvrko Jolić - mentor		
	4. doc dr. sc. Ana Globočnik Žunec - zamjenska članica		
	5. _____		

Zadatak diplomskog rada

BR. 255/OJ/2022

OPIS

Cilj ovog diplomskog rada je razmotriti pridržavanje etičkih načela novinarstva u doba pandemije COVID-19 na primjerima odabranih medija u Hrvatskoj

U radu je potrebno:

1. izložiti osnovna načela novinarske etike
2. Ukazati na zakonodavni i strukovni okvir koji uređuje medije i medijsku kulturu RH
3. Istražiti na primjerima pridržavanje etičkih normi u novinarstvu
4. Ispitati stavove javnosti u pogledu povjerenja u medijsko izvještavanje o pandemiji COVI-19 u RH

ZADATAK DOKUČEN 1. srpnja 2022.



1) 2) 3)

Predgovor

Sjećam se kako su mi mnogo puta u životu rekli da je studentsko doba najljepše razdoblje u životu. Unatoč stresu, anksioznim napadajima i svemu ostalome što ide ruku pod ruku s rokovima, ispitima i sl., a čak i unatoč tome što nam je zadnje dvije godine pandemija COVID-19 ograničila mnoge studentske mogućnosti i druženja, zaista mogu reći da je ovo razdoblje bilo prepuno lijepih uspomena, velikih promjena, osobnog napretka i rasta te mi je istinski drago da sam donijela odluku da nastavim s diplomskim studijem i obogatim svoj život još jednim novim iskustvom - kao i novim, predivnim ljudima. Zbog preseljenja u novi "studentski" grad i novih mogućnosti, upoznala sam mnoštvo novih, velikih ljudi na kojima sam od srca zahvalna jer su se pojavili u mom životu, a oni i sami znaju koji su.

Zahvaljujem svom mentoru doc.dr.sc. Tvrtku Joliću na strpljenju, vodstvu te korisnim savjetima pruženim tijekom izrade ovog rada, kao i na poticaju i motivaciji tijekom kolegija Etika u odnosima s javnostima, gdje sam i osjetila snažnu motivaciju za istraživanje dotične teme. Moram priznati da su me pojedine rasprave na kolegijima (o etici u raznim profesijama) dodatno potaknule na razmišljanje te sam intenzivno počela razmišljati o tome kako se (poslovna) etika, nažalost, zapravo vrlo često ne poštuje, iako se podrazumijeva da je ona u svakoj djelatnosti obavezna.

Zahvaljujem svojim roditeljima koji su mi pomogli da ostvarim svoj san iz djetinjstva te mi pružili sigurnost, kao i svojim sestrama, mojim najboljim prijateljicama, s kojima sam zajedno prolazila kroz sve bitke u svojim studentskim danima. Također sam zahvalna svom malom, ali predivnom krugu ljudi odnosno prijatelja i svima ostalima koji su vjerovali u mene i poticali me svojom podrškom. Strpljenje, tolerancija, razumijevanje, vjera, toplina i prijateljstvo doista su najveće blago koje sam u ovom periodu života mogla osjetiti, a koji su me mijenjali na bolje i gurali naprijed.

U trenucima "krize" dragi ljudi bili su tu da me dignu i da me podsjetu da ništa nije teško kad imaš volju, koju za važne stvari uvijek imam. Mogu reći da je cijelo turbulentno iskustvo studiranja imalo pregršt svojih uspona i padova, no na kraju je ispalo jako lijepo životno putovanje na koje sam ponosna; prvenstveno jer sam razvila nova znanja i kompetencije, proširila svoje vidike te postala bolja, uspješnija, otvorenija i razvijenija osoba, zbog čega se danas osjećam zadovoljno i ispunjeno.

Sažetak

Živimo u svijetu tehnologije, gdje je sve što se događa oko nas dostupno na mrežnim stranicama ili općenito u medijima. Nikada u povijesti nije bilo toliko izvora informacija kao danas, stoga je i novinarstvo danas sve važnije, no važno je i kako se toj profesiji pristupa. Nikad nije bila potrebija medijska odgovornost, kao i savjesnost i profesionalnost u medijima.

Upravo zato postoji novinarska etika koja se zalaže da novinarsko djelovanje teži ka moralnom i profesionalnom izvještavanju. Glavni cilj medija (uz informiranje, obrazovanje i zabavu) trebao bi biti izgraditi zdravi odnos s publikom tj. društvom, kojemu je dostupnost informacijama jedno od važnih prava. Nažalost, u nerijetkim slučajevima, mediji dezinformiraju, manipuliraju, šire strah, paniku, mržnju i netoleranciju te zbog toga - zarađuju. U svijetu postoje mnoge medijske kuće kod kojih postoji uska povezanost vlasnika iste s političkim strankama te se u tom slučaju u djelatnosti primjećuje pristranost i ostali propusti u vidu etičkih načela.

Provedenom analizom odabranih primjera, ovim će se radom prikazati glavni propusti i primjeri nepoštivanja profesionalnih novinarskih standarda, a u analizu se ubrajaju domaći najčitaniji portali, od kojih su: *Index.hr*, *24 sata*, *Tportal.hr*, *N1 Hrvatska*, *Jutarnji list*, *Telegram*, *Večernji list*... Ciljevi ovog rada su uočiti elemente nepoštivanja novinarske etike i manjka profesionalnosti tijekom pandemije te pregledati/istražiti u kojoj mjeri se krše etička načela. Analiza se vrši u periodu trajanja epidemije COVID-19 u Hrvatskoj, točnije od kraja veljače 2020. pa sve do srpnja tekuće godine odnosno do pisanja ovog rada.

Ključne riječi: *mainstream* mediji, etika, novinarstvo, senzacionalizam, medijska manipulacija, komercijalizacija, etička načela

Summary

We live in a world of technology, where everything that happens around us is available on websites or in the media in general. Never in the history have there been so many sources of information as today. Therefore, journalism is increasingly important today, but it's also important how this profession is approached. The responsibility, conscientiousness and professionalism of the media has never before been more necessary.

This is exactly what journalistic ethics is for, which advocates that journalistic activity tends towards moral, professional and accurate reporting. The main goal of the media (including offering information, education and entertainment) should be to build a healthy relationship with the audience and society, for which access to information is one of the important rights. Unfortunately, in quite a few cases, the media also misinform, manipulate, spread fear, panic, hate and intolerance, and ultimately - make money. There are many examples of media companies where the owner has a close connection with political parties and in that case bias and other failures in the form of ethical principles are noticed in the activity.

In this thesis, the analysis of the selected examples will point to the main omissions and examples of non-compliance with professional journalistic standards. The analysis includes the most read Croatian portals: *Index.hr*, *24 sata*, *Tportal.hr*, *N1 Hrvatska*, *Jutarnji list*, *Telegram*, *Večernji list*... The goal of this paper is to identify elements of non-compliance with journalistic ethics and lack of professionalism during the pandemic and to review/investigate to what extent these standards are violated. The analysis is carried out during the duration of the COVID-19 epidemic in Croatia, more precisely from the end of February 2020 until July of the current year (until the writing of this paper).

Keywords: mainstream media, ethics, journalism, sensationalism, media manipulation, commercialization, ethical principles

Popis korištenih kratica

HND Hrvatsko novinarsko društvo

ZM Zakon o medijima

ZEM Zakon o elektroničkim medijima

GFK *Growth from Knowledge*

(agencija za istraživanje tržišta i ispitivanje javnog mnijenja)

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i cilj rada	1
1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja	3
1.3. Sadržaj i struktura rada	3
2. FILOZOFIJA (POSLOVNE) ETIKE I MORALA	4
2.1. Etika	5
2.2. Moral	5
2.3. Poslovna etika	6
3. ETIČKA NAČELA U NOVINARSTVU	8
3.1. Hrvatsko novinarsko društvo	10
3.2. Kodeks časti hrvatskih novinara	10
4. MEDIJSKO NEPOŠTIVANJE ETIČKIH NORMI	12
5. PRIMJERI NEPOŠTIVANJA ETIČKIH STANDARDA ZA VRIJEME PANDEMIJE 13	
5.1. Pristranost medija (dvostruki standardi, nevjerodostojnost).....	13
5.2. Medijska manipulacija (<i>fakenews</i>)	18
5.2.1. Izvještavanje o brojevima	21
5.3. Etiketiranje, stereotipi i uvrede (podjela, netolerancija).....	25
5.4. Nepoštivanje osobnosti i privatnosti	27
5.5. Govor mržnje kao svakodnevice	29
6. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA	35
6.1. Rezultati istraživanja	36
6.2. Diskusija	50
7. ZAKLJUČAK	53
8. LITERATURA	55
POPIS SLIKA	60
PRILOZI	61

Anketni upitnik.....	61
Popis grafikona.....	66

1. UVOD

Možemo se složiti da je moć medija svakim danom sve veća, a često čujemo: „Ako nije bilo u medijima, nije se ni dogodilo.“ Mediji su danas sve "bogatiji" senzacionalizmom, tzv. žutom štampom, manipulacijom i irelevantnim temama te se upravo manjkom poslovne etike srozava cjelokupna vjerodostojnost i kvaliteta ove profesije. Upravo spomenutim primjerima, kao i manjkom slobode i neovisnosti medija, komercijalizacijom te upitnošću profesionalnosti samih djelatnika u medijima, utječe se, između ostalog, i na povjerenje javnosti.

Profesionalno novinarstvo uključuje skup obaveza i dužnosti jer je dužnost svakog novinara svojoj struci pristupiti savjesno i pošteno, zastupajući profesionalne standarde novinarstva. Njegova je dužnost obraditi svaku vijest profesionalno i etički prihvatljivo, što znači da mora biti objektivan odnosno nepristran te pisati isključivo istinite, provjerene i naposljetku točne informacije. Novinar ne bi smio promicati podjele ili senzacionalističkim naslovima poticati netoleranciju u društvu. Nažalost, za vrijeme pandemije COVID-19 u medijskom prostoru toga nije nedostajalo, a ovaj rad se bavi analizom upravo takvih primjera iz medija, kojima zasigurno nije mjesto u (profesionalnom) novinarstvu.

Naime, činjenica je da sve češće možemo svjedočiti primjerima pristranog, zavaravajućeg i senzacionalističkog izvještavanja. Mnogi konzumenti medija smatraju da se često u medijima nisu poštivale etičke norme odnosno profesionalni standardi kao što su istinitost, točnost, nepristranost, uravnoteženost, poštenje, poštivanje osobnosti i privatnosti, objektivnost, tolerancija suprotnog mišljenja, uvažavanje različitosti... Ono što smo doista često mogli vidjeti je izostavljanje suprotnih stavova, neutemeljene tvrdnje, poticanje podjela i netolerancije, dvostruki standardi, etiketiranje i stereotipi, neprovjereni izvori, vrijeđanje, manipulacije brojkama i slično, a za sve navedeno, naravno, postoje primjeri iz medija.

1.1. Predmet i cilj rada

Cilj ovog rada je kritički pogled na pristup prevladavajućih medija o temi pandemije COVID-19 te istražiti praksu nepoštivanja standarda profesionalnosti i etičkih načela u *mainstream* medijima u Hrvatskoj u doba pandemije.

Otkako je medijski prostor zaokupirala tema bolesti COVID-19, pojavio se i novi val stereotipa, pogrđnih naziva, uvreda, manipulacije, govora mržnje, netrpeljivosti i sličnih nepoželjnih pojava u svijetu medija. U ovom ćemo se radu, stoga, baviti primjenom (iliti nedostatkom) etičkih načela novinarstva za vrijeme pandemije u medijskom prostoru u Hrvatskoj.

Dotična tema u posljednjih nekoliko mjeseci zadobila je golemu pažnju u društvu, otkako se ono u medijima (i izvan njih) podijelilo na "koronaše" i "antikoronaše" – gdje se "koronašima" nazivaju oni koji zagovaraju oštre epidemiološke mjere protiv pandemije COVID-19, dok se u "antikoronaše" svrstavaju oni koji su protiv istih. Tako su se dotični termini počeli provlačiti u medijima te postali pojam svakodnevice.

Primjer 1: najava jedne od emisije RTL Direkta glasi: "Kako su koronaši i antikoronaši postali novi partizani i ustaše" (URL: www.facebook.com/rtldirekt/videos/507477806938913/?_rdr)

Primjer 2: primjer korištenja riječi "antikoronaš" u Dnevniku.hr:



KORONAVIRUS FESTIVAL SLOBODE

Policija pregledava snimke s prosvjeda antikoronaša: Prijete im kazne i do 80.000 kuna, ali postoji jedan problem

Slika 1. Riječ "antikoronaš" kao svakodnevica u medijskom rječniku

(Izvor: <https://tinyurl.com/yhm44d9h>)

Cilj je, također, kroz postavljene hipoteze u istraživačkom dijelu rada, odgovoriti na istraživačka pitanja. Neka od njih su iduća:

Smatraju li ispitanici da su se za vrijeme pandemije COVID-19 mediji držali etičkih i novinarskih načela odnosno da je od strane medija bilo kršenja profesionalnih novinarskih standarda (kao što su poštenje, točnost, nepristranost i drugi)? Prema mišljenju ispitanika, je li u hrvatskim medijima za vrijeme pandemije govor mržnje bio izraženiji prema protivnicima ili zagovornicima mjera? Kolika je razina povjerenja hrvatske javnosti (na primjeru uzorka iz populacije ispitanika) u hrvatske medije?

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

U ovom su radu izneseni i analizirani samo negativni primjeri te se na temelju njih ne može dobiti cjelovita slika medijskog izvještavanja, kao što se ni u istraživačkom dijelu rada ne može dobiti reprezentativnost dobivenih rezultata.

Teorijski dio rada potkrijepljen je literaturom iz stručnih knjiga o etici u novinarstvu i novinarskoj profesiji, o poslovnoj etici općenito, kao i stručnim radovima na spomenutu temu, a praktični dio rada podrazumijeva analizu primjera iz medija u doba trajanja pandemije COVID-19 u Hrvatskoj odnosno od kraja veljače 2020. pa sve do danas, kao i istraživački dio, u kojemu se istraživala percepcija ispitanika o temi. Ovim radom, kroz metodološki okvir istraživanja, nastoji se istražiti u kojoj se mjeri javnost susretala s dotičnom problematikom te koliko agresivnim, pristranim ili neprofesionalnim doživljava određene primjere naslova i situacija u području novinarstva i etike.

Budući da je epidemija COVID-19 relativno aktualna tema, postoji pregršt aktualnih mrežnih i elektroničkih izvora pa tako dio literature ovog rada čine i *online* izvori podataka odnosno informacije preuzete s internetskih stranica.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je podijeljen u osam glavnih cjelina, gdje se u prvom poglavlju čitatelja uvodi u temu rada, navode se ciljevi istoga, metode prikupljanja te sadržaj i struktura rada.

U drugom poglavlju bavimo se teorijom (poslovne) etike i morala, gdje je opisana definicija ovih pojmova uz objašnjenje zašto su važni. Naglasak je na poslovnoj etici koja je važna u svakoj profesiji, pa tako i u novinarstvu.

Treće poglavlje čini tema etičkih načela, naročito u novinarskoj profesiji, gdje su navedene i razrađene osnovne etičke smjernice. Kad se dotičemo novinarske profesije, ovdje veliku ulogu imaju HND - Hrvatsko novinarsko društvo te Kodeks časti hrvatskih novinara, stoga su u ovom poglavlju ti pojmovi pobliže objašnjeni.

U četvrtom poglavlju počinjemo razmatrati problematiku nepoštivanja etičkih normi u medijima, što je nažalost sve češća pojava, a već u idućem poglavlju prikazani su primjeri poput pristranosti medija, dvostrukih standarda, nevjerodostojnosti i manipulativnog izvještavanja, a zatim se dotičemo etiketiranja, stereotipa i uvreda od strane novinara koji

ponekad svojim senzacionalističkim načinom izvještavanja potiču podjelu i netoleranciju u društvu. U istom su poglavlju prikazani i primjeri nepoštivanja osobnosti ljudi i njihovih osobnih uvjerenja (poput vjerskih) te govor mržnje u medijima.

U šestom poglavlju nalazi se metodološki okvir istraživanja kao i rezultati istoga te njihova diskusija. U idućem poglavlju nalazi se zaključak rada, a zadnju cjelinu čini popis korištenih izvora.

2. FILOZOFIJA (POSLOVNE) ETIKE I MORALA

Čovjek sam po sebi u svojim odabirima te načinu života i ponašanja ima svoju slobodnu volju, no slobodu ne smije smatrati dopuštenjem da može raditi što god želi i na koji god način želi. Kant smatra kako je najslobodnija ona osoba koja djeluje sukladno ljudskim dužnostima i moralnim zakonima. On "zahtijeva" da se čovjek tretira kao svrha, a ne samo kao sredstvo. Njegovom pojavom, čovjek postaje mjerilo moralnosti, a moralni zakon postaje plod čovjekovog uma, koji se manifestira kroz njegovu vlastitu volju. (Vukasović 1993: 60-61) Mi, ljudi, po naravi smo sposobni steći moralne vrline, no važno je napomenuti da svrha nije znanje o vrlinama, nego postati dobra osoba.

Svi mi tijekom svog života svakodnevno donosimo mnogobrojne odluke, a pritom se često pozivamo i na svoju savjest. Takve situacije u moralnom odlučivanju možemo prepoznati i po izjavama poput onih da ćemo postupiti u skladu sa svojom savješću ili da nam naša savjest ne dopušta određeno postupanje. Naravno, savjest je naš unutarnji glas koji bismo uvijek trebali slušati, ali postavlja se pitanje je li savjest dovoljna za donošenje moralnih odluka odnosno za moralno ponašanje. Prema Šuštaru, prilikom (moralnog) odlučivanja, bitno je da je naša odluka razborita, što podrazumijeva i uzimanje u obzir vanjske okolnosti i druge elemente te njihovo složeno promatranje. (Šuštar, 1983: 21).

Nadalje, kada se dotičemo moralnog i etičnog djelovanja u poslovnom okruženju, tada to nazivamo poslovnom etikom. No, da bismo jasno definirali taj pojam, prvo moramo pobliže objasniti pojam morala i etike, što će uslijediti u idućim potpoglavljima. Najjednostavnije rečeno, moral je skup pravila određenog društva o sadržaju i načinu međusobnih odnosa, a etika kao teorijsko promišljanje spomenutih odnosa (Klaić 1983: 395). Tek iz toga proizlazi poslovna etika koja podrazumijeva primjenu općih etičkih načela na

praksu u poslovanju, gdje se odražava u svim aspektima poslovnog ponašanja (Jurković, Luković, Pribičević, Ravlić 1995: 7).

2.1. Etika

Riječ etika rasprostranjena je u svijetu, no nju nije sasvim jednostavno definirati. Ona potiče od grčke riječi *ethos*, što znači običaj, navika, ozračje, karakter. Spominje se u tekstovima Homera i Herzioda u kojima se objašnjava kao način kako je neko živo biće naviklo u svojoj životnoj sredini – način života kakav se usvaja iz svoje okoline. (Čehok, Koprek 1996: 8)

Osnivač etike je Sokrat, koji etiku doživljava kao vrlinu života u skladu sa zahtjevima "unutarnjeg glasa", točnije savjesti ili svijesti. Njegove temelje etike razradio je njegov učenik Platon, a prvi etički sustav dao je Aristotel. (Vukasović 1993: 39-41) Njen je cilj spoznaja svjesnog i odgovornog ponašanja, iako zapravo nikada ne može dati točan odgovor na pitanje što pojedini čovjek u određenoj situaciji i pod određenim okolnostima treba učiniti. Bavi se dobrim i lošim odnosno pravednim i nepravednim odnosom. No, i sami znamo da nije uvijek lako razlučiti pravedno od nepravednog.

Cilj etike je oblikovati odnosno razviti moralnu svijest da bismo mogli lakše spoznati odgovor na pitanje: Kako trebamo živjeti?, kao i neka filozofska pitanja poput: „Za što vrijedi živjeti?“, „Kakav bih bio čovjek kad bih učinio određenu stvar?“. Upravo zbog toga, etika se naziva praktičnom filozofskom disciplinom.

2.2. Moral

Riječ moral dolazi od latinske riječi „*mos*“ koja znači ponašanje, vladanje, običaj. To je oblik društvene svijesti i skup nepisanih pravila, običaja i navika koje su prihvaćene u životu neke zajednice. Moral određuje kakvo bi trebalo biti ljudsko djelovanje, dok zajednica te principe prihvaća te na taj način regulira odnose među ljudima. Moral uključuje sveukupnost moralnih normi te je oblik ljudske slobode, a koji je određen pisanim ili nepisanim kodeksom ponašanja. Podrazumijeva skup pravila i načela koja opravdavaju neko moralno djelovanje – moralu daju obrazloženje i opravdanje. Temelj moralnosti je voditi brigu o drugim ljudima, odnosno doprinositi ljudskom dobru. (Pastuović, 1999: 225,266)

Moral je, dakle, skup nepisanih pravila, koji razlučuje dobro od zla. Opisujemo ga kao društvenu svijest, sistem običaja, navika i pravila. Nastaje na temelju zahtjeva društva s ciljem poboljšanja osobnosti i boljeg ponašanja čovjeka. Usko je povezan sa zakonom, samo što je razlika između ta dva pojma u tome što moral nema nikakve političke ni ekonomske posljedice tj. sankcije, nego se on isključivo oslanja na svijest pojedinca odnosno društva. Prema Kantu, povezanost etike i morala vrlo je velika, a on objašnjava kako se nauka o prirodi zove fizika, a o slobodi etika; fiziku time nazivamo naukom o prirodi, a etiku smatramo naukom o moralu. (Polić 1990: 82)

2.3. Poslovna etika

U poslovnim djelatnostima često se zahtijeva da biramo između ispravnih i manje ispravnih odnosno neispravnih mogućnosti, a jednako tako, svaka djelatnost ili struka ima svoju odgovornost, dužnost i obveze te postoji skup pravila koje je za uspješno etičko poslovanje potrebno slijediti. Poslovna etika podrazumijeva istinito i pravedno postupanje, a još je možemo definirati i kao primjenu etičkih vrijednosti u odnosu pojedinaca i poduzeća. Poslovna etika u suvremenom svijetu postala je nezaobilazan aspekt poslovne prakse i preduvjet za ostvarenje uspjeha u poslovanju, kratkoročno i dugoročno gledajući. Ona u određenoj organizaciji stvara sustav upravljanja utemeljen na načelima etike te će uspješne (ili uspješnije) biti organizacije koje neće odvajati etiku od profita – baš naprotiv, koje će ih u svojim aktivnostima znati uskladiti. (Aleksić 2007: 1)

Svatko od nas bi uvijek, pa tako i u našem poslovanju, trebao voditi računa da je ono što radimo ispravno, pravedno te legalno odnosno u okviru zakona. Nemoralno ponašanje podrazumijeva kršenje pravnih i etičkih pravila, a česte suprotnosti etičkog poslovanja su kriminal, manipulacija, mito, korupcija...

Ova vrsta etike definira što je u poslovanju dobro i etično, a što je loše i neetično. Bebek i Kolumbić definiraju je kao način komuniciranja i izvođenja poslova koji su istovremeno usklađeni s duhovnom, sociološkom, biološkom te prirodnom komponentom čovjeka, ali i okruženja. Tako je značenje poslovne etike u biti poslovanje usklađeno s prirodom. (Bebek, Kolumbić 2005: 8)

No, na što točno mislimo kad kažemo da netko posluje u skladu s prirodom? To znači poslovati racionalno, etično i ekonomično, uz minimalan ekološki trošak. Poslovnom etikom

može se upravljati, često putem osobe koja ima jak moralni utjecaj na ponašanje djelatnika. Svaki poslovni subjekt u ovoj vrsti etike ima svoje strateške prioritete (npr. maksimalna dobit ili smanjenje troškova), što utječe na moralne stavove dionika u poslovnom okruženju. (Banović 2011:87)

U poslovanju su važne dvije "vrste" etike, a to su osobna etika, koja uključuje etičke norme koje svaki pojedinac slijedi te koje se dotiču poslovne sfere, te također poslovna etika koja uključuje provedbu određenih etičkih načela na djelatnost odnosno poslovanje. Etički principi moraju biti dio poslovne kulture organizacije (što je najčešće putem etičkih kodeksa) te upravo oni čine sastavni dio identiteta organizacije.

Nadalje, kao i u svakom poslovanju, i u novinarstvu se preispitivanjem vlastitih odluka može javiti tzv. "moralna dilema" odnosno razmišljanje o ispravnosti određenih odluka, situacija i postupaka u poslovnoj sferi. Slijedeći temeljne etičke standarde poput poštenja, pravednosti, točnosti i povjerenja razvijaju se moralne vrijednosti kojima smo u svakom slučaju bliže boljim poslovnim rezultatima. Svi mi za svoje postupke moramo odgovarati što pred svojom vlastitom savješću, što pred savješću drugih ljudi (Klose 1996: 14).

Autorica Lynn Sharp Paine u svom djelu Value Shift piše kako su institucije, a naročito velika poduzeća, shvatile da se rast, razvoj i uspjeh na tržištu više ne mjeri samo po financijskom statusu, već je osobnost ta koja postaje glavna. Shvatile su kako je najvažnije ponuditi nešto novo i razvijati se upravo kroz svoju posebnost, stoga je svojim (budućim) korisnicima potrebno pokazati da je poduzeće ili određena organizacija ustvari postala moralni subjekt, koji za cilj nema samo profit i zaradu, već ima i neku dublju vrijednost – neku društvenu svrhu. U tom smislu, poduzeća se sve više natječu u javnom dokazivanju moralne inteligencije (Paine 2004).

3. ETIČKA NAČELA U NOVINARSTVU

Odgovornost u novinarstvu počiva na pretpostavci, očekivanju i obavezi da su novinari odgovorni prema društvu, a to znači da su dužni poštovati etičke standarde. Malović navodi kako su temelj novinarstva određeni i jasno definirani profesionalni standardi, a oni su: istinitost, točnost, poštenje, nepristranost i uravnoteženost. Stoga, možemo reći da je novinarstvo profesija koja ima cijeli niz prava, ali i obaveza i odgovornosti. Odgovornost podrazumijeva načelo kako su novinari dužni biti odgovorni prema društvu, a to znači da su dužni poštovati profesionalne etičke standarde (Malović 2005: 27).

U novinarstvu, naravno, fokus mora biti na istinitim događajima. No, nije dovoljno da su sve objavljene informacije istinite – one također moraju biti i točne. Istinita informacija temelji se na istinitoj, provjerenoj tvrdnji, koja kao takva postaje pouzdana, dosljedna, autentična i vjerodostojna. Točna informacija je pak ona koja je ispravna, "tehnički" provjerena. Ona je bez grešaka, precizna, nije brzopleta i točna je na svim drugim razinama. Informacija može biti istinita, no ne mora nužno biti točna i obrnuto, a u spomenutoj djelatnosti vrlo je važno oboje. Profesionalan pristup novinarstvu prepoznajemo, između ostalog, po praksi nepristranosti i uravnoteženosti, po izvještavanju koji će uvijek sve strane pojedinih događaja prikazati na objektivan način, izostavljajući nečije (autorove) osobne stavove i subjektivno mišljenje. Možemo ustvrditi da profesionalni i pošteni novinari svoje obaveze i dužnosti prema javnom mnijenju postižu isključivo kroz istinit, točan, nepristran te uravnotežen način izvještavanja.

Dakle, novinari u svojoj profesiji imaju obavezu biti profesionalni, što podrazumijeva da u svakoj situaciji promiču moralna i etička načela, poštenje, pravednost i istinu, a njihov je rad kontroliran skupom pravila i pravnih dokumenata, od kojih su i Zakon o medijima (ZM), Zakon o elektroničkim medijima (ZEM), Kazneni zakon te ostale državne i međunarodne konvencije/deklaracije. Temelj većine kodeksa je sloboda medija, sloboda istraživanja, sloboda protoka informacija te obaveze novinara prema javnosti, što uključuje uravnoteženo, neutralno i pošteno iznošenje informacija (Malović, Ricchiardi i Vilović 2007: 50).

Osim navedenog, prilikom izvještavanja u medijima potrebna je prisutnost tzv. etičke razboritosti koju čine sljedeći elementi: dostojanstvo (određenoj osobi ili ljudima o kojoj/kojima izvještavamo potrebno je ostaviti što je više dostojanstva moguće); reciprocitet (postupanje s drugima onako kako bismo voljeli da se postupa s nama); dosljednost

(usklađenost naših djela i riječi); točnost (sve informacije moraju biti provjerene i točne, što podrazumijeva i pravilno stavljanje riječi u kontekst, a ne izvlačenje iz njega), upornost (kad su u pitanju teme bitne za društvo te su one od velikog značaja, potrebno je biti temeljit i uporan u dolasku do svih izvora kako bi se tema obradila točno i kvalitetno); pravednost (postupanje sa svim izvorima na jednak i pravedan način); zajednica (vrednovanje zajedničkih postignuća i suradnja); različitost (izvještavanje o svim događajima i svim ljudima na pošten, neutralan, objektivan i primjeren način) (Malović 2004:76).

Vjerodostojnost određenog medija očituje se i u provjeravanju svih informacija iz najmanje dva izvora, u širenju tolerancije, kao i izbjegavanju govora mržnje i stereotipa. Također, vrijednost novinarske profesije ogleda se i u neutralnosti, potpunosti informacije, točnosti i čuvanju kulture dijaloga. (Tomašić 2010: 129) Vijesti moraju činiti činjenice, koje su prije objave javnosti provjerene i potvrđene, a također točne i nedvosmislene. Informacije koje su osjetljive, neprovjerene ili su proizašle iz neslužbenih izvora (izvora koji nisu dovoljno pouzdani) moraju se dodatno provjeriti iz najmanje dva izvora koja nisu međusobno ovisna. Također, sav sadržaj mora imati svoju uravnoteženost, što znači da u priložima, člancima, emisijama nema mjesta jednostranosti i pristranosti. Uvijek se mora poštivati dostojanstvo suprotne strane, neovisno o tome koliko se novinar s njom ne slaže - potrebno je na ravnopravan, pošten, pristojan i pravedan način prikazati suprotna stajališta i različita mišljenja. U medijima odnosno u izvještavanju i prikazu informacija ne smije biti senzacionalističkog pristupa, a novinari su dužni prenositi informacije jasnim, jednostavnim i nedvosmislenim putem, pazeći pritom da njihov jezik i stil govora/pisanja ne bude površan.

Novinar i analitičar medija Ante Gavranović navodi kako vijest mora biti točna, pravovremena i cjelovita te da je upravo to temelj profesionalnog odnosa prema novinama i mediju, ali i prema javnosti odnosno konzumentima medija. Ako je taj odnos narušen, to bi značilo da mediji nisu ispunjavali svoju funkciju, da su bili mjesto manipulacije i izazivali nelagodu kod svojih korisnika. Novinar koji dobije povjerenje publike, time dobiva i najveće priznanje koje mu se uopće može podijeliti (Gavranović, 2017: <https://www.hnd.hr/intervju-ante-gavranovic-bijeg-novinara-izvan-struke-poprima-ozbiljne-razmjere>).

Prema Gavranoviću, glavni temelji vjerodostojnosti su: transparentnost, istinitost, autentičnost te kompatibilnost riječi i djela te konzistentnost poruka (Gavranović 2009: 127). Da bi neki medij bio vjerodostojan, mora imati točne informacije i objavu informacija iz provjerenih izvora, mora znati čuvati profesionalnu tajnu i poštivati privatni život svake

osobe. Bitni su i kriteriji vjerodostojnosti unutar medijskih tvrtki, a to su općeniti standardi etike u području novinarstva na razini publike, ali ina razini demokratskih ustanova (Bauer 2007: 23). Etika u novinarstvu postoji s razlogom promicanja dobra, naročito u javnom prostoru. Djelovanje u dotičnoj profesiji ne može biti profesionalno, vjerodostojno ni moralno ako nije u skladu s profesionalnim etičkim načelima struke. Zato novinari koji ne poštuju načela poslovne etike u svojoj profesiji ne mogu reći da služe javnosti u svrhu javnog dobra.

Međutim, danas je sve češća pojava nekog načina manipuliranja putem medija. Mediji često izvrću kontekst, preokreću riječi i izvrću nečije izjave, interpretiraju te prenose sadržaj onako kako njima odgovara, tekstovi se kopiraju, a pritom i ne provjeravaju. Jesu li tad novinari uistinu novinari koji poštuju svoju profesiju te rade u službi naroda ili su samo ljudi koji su se našli izvještavati za neki medij?

Za provedbu i kontrolu profesionalnosti i etičkih smjernica zadužene su novinarska društva i organizacije koji novinare spajaju u zajednicu te se zalažu za provođenje etike i stalno razvijanje novinarske profesionalnosti. Jedna od njih na državnoj razini je HND.

3.1. Hrvatsko novinarsko društvo

HND odnosno Hrvatsko novinarsko društvo je zajednica novinara koja vodi brigu o profesionalnosti i etičnosti novinarskih djelatnika. To je neovisna udruga profesionalnih novinara utemeljena 18. prosinca 1910. godine koja ima sjedište u Zagrebu. Članovi društva su novinari zaposleni u dnevnim i/ili lokalnim novinama, stručnim časopisima, radio stanicama, televiziji... Udruga broji više od dvije tisuće novinara i fotoreportera.

Neki od ciljeva HND-a su promicati ugled profesionalnog novinarskog djelovanja, težiti ka profesionalnim interesima, etičnosti te slobodi javnog izražavanja, kao i promicati Ustavom zajamčena prava javnosti o svim događanjima u društvu i ostalih prava građana; od kojih su i prava svake osobe na slobodu mišljenja i izražavanja, dostupnost javnih medija, čuvanje ugleda odnosno dostojanstva profesije te materijalna i socijalna zaštita novinara. (HND.hr, URL: <https://www.hnd.hr/o-hnd-u>)

3.2. Kodeks časti hrvatskih novinara

Kodeks časti hrvatskih novinara je dokument s definiranim smjernicama etike i profesionalnosti novinara u Hrvatskoj. Novinari u cijelom svijetu donose kodekse s ciljem da zadovolje potrebe svoje publike, kao i da njihovo djelovanje bude moralno, pošteno i profesionalno. Novinar se nalazi između publike i između izvora informacija te je njegova dužnost prenijeti (točnu) informaciju javnosti na pravilan način.

Opća načela spomenutog kodeksa odnose se na prava pojedinca koja su novinari dužni poštivati, braneći svjetonazore i slobodu svakog pojedinca, a što ne smije ovisiti o njegovom spolu, jeziku, boji kože, vjeri, stupnju obrazovanja, imovini, političkom ili bilo kakvom drugom uvjerenju, zatim društvenom položaju, nacionalnom/socijalnom podrijetlu i sličnim osobinama. Moraju zastupati ljudska prava, dostojanstvo, slobodu mišljenja i različite vrijednosti, kao i poštivati pluralizam ideja i svjetonazora, protiviti se cenzuri, doprinostiti jačanju pravne države te sudjelovati u demokratskoj kontroli moći i vlasti. Novinari moraju slijediti Ustav i ostale zakone Republike Hrvatske, baviti se njegovanjem kulture i etike javne riječi te podupirati civilizacijske vrijednosti i dostignuća. Kodeksom se utvrđuju etička načela te štite prava pojedinaca - neotuđiva prava svake osobe. Uz određena prava javnosti te uz obveze i odgovornosti novinara, postoje i tzv. novinarska prava, a novinari također imaju zakone koji ih štite (HND.hr, URL:www.hnd.hr/search/kodeks-casti).

Spomenuti Kodeks jednako tako služi kao podsjetnik da je novinar dužan zalagati se za dostojanstvo svakog pojedinca, uz strogo osuđivanje ikakvog negativnog utjecanja (poput širenja govora mržnje, objavljivanja laži ili bilo kakvog djelovanja u svrhu vlastitog interesa), a također i kao podsjetnik na njihovu dužnost da se pridržavaju Ustava te svih ostalih zakona u Republici Hrvatskoj.

4. MEDIJSKO NEPOŠTIVANJE ETIČKIH NORMI

Mediji zasigurno kreiraju javno mnijenje, stoga bi trebali poštivati standarde profesionalnog novinarstva, no mnogo puta dolazi do nepoštivanja istih. Nedostatak primjene etičkih načela ukazuje na činjenicu da određeni medij nije vjerodostojan i profesionalan u svom izvještavanju. Primjer toga može biti pristranost, subjektivnost, netočnost, vrijeđanje, etiketiranje, poticanje podjele i netolerancije te ostalo, čega ćemo se dotaknuti u poglavljima u nastavku.

Načela poslovne etike podrazumijevaju upute i pravila koja će biti putokaz novinarima kako ispravno izvještavati. Svi navedeni kriteriji navedeni u prethodnom poglavlju u velikoj mjeri utječu na vjerodostojnost medija i same informacije, a objave koje zadovoljavaju manje od četiri kriterija smatraju se nevjerodostojnima. Na kršenje načela etike i profesionalnosti, naime, utječu mnogi faktori, a u novinarstvu često dolazi do suprotnosti/disbalansa teorije i prakse te stoga novinari ponekad ne znaju kako bi se u svojoj profesiji trebali ponašati sukladno profesionalnim standardima i kodeksima, zadovoljavajući moralne i ispravne norme općenito. “Svatko tko je u novinarstvu proveo duže vrijeme suočio se s etičkim dvojbama koje neizbježno dovode do pitanja: Što zaista znači kada kažemo 'učini to etički'?” (Malović, Ricchiardi i Vilović 2007: 28)

Međutim, ponekad se čini kako pojedine medijske kuće i novinari (svjesno ili nesvjesno) ne poštuju etička načela – u svom su radu, unatoč svim pravilima struke, vidljivo pristrani te nameću svoja mišljenja, promiču određeni narativ, nisu pravedni, točni ni iskreni, a k tome još i vrijeđaju različite stavove, ne poštuju neistomišljenike te potiču netoleranciju.

5. PRIMJERI NEPOŠTIVANJA ETIČKIH STANDARDA ZA VRIJEME PANDEMIJE

Na samom početku ovog poglavlja, prisjetit ćemo se kako je i kada započelo doba pandemije koronavirusa. Naime, krajem 2019. godine u kineskom gradu Wuhanu pojavio se novi virus, SARS-CoV-2 (drugim nazivom, koronavirus). Novonastali virus uzrokuje bolest zvanu COVID-19 te samo nekoliko mjeseci nakon što se virus proširio Kinom, došlo je do pandemije - epidemije svjetskih razmjera. Tako je virus u veljači 2020. zahvatio i Hrvatsku, gdje je krajem veljače zabilježen prvi slučaj zaraze. Ubrzo nakon pojave i širenja virusa te velikog broja preminulih, znanstvenici su počeli raditi na cjepivu protiv te bolesti te su određene obavezne protuepidemiološke mjere.

Međutim, budući da su cjepiva razvijena u rekordno brzom roku te se kratko vrijeme koriste, mnogi ljudi su skeptični oko dobivene preporuke o cijepljenju, odnosno, odbijaju se cijepiti novim cjepivima. Neki smatraju kako ona još nisu dovoljno dobro ispitana te da su još uvijek u eksperimentalnoj fazi, neki (oni zdravi, najčešće mladi) vjeruju svom prirodnom imunitetu i smatraju da manje štete mogu imati od virusa nego od potencijalnih nuspojava cjepiva, neki ne vjeruju u valjanost cjepiva, dok neki pak imaju druge, svoje osobne razloge. Na tu temu i danas postoje mnoge rasprave i različita mišljenja; što u krugu svjetskih stručnjaka, što ljudi bilo kojih drugih profesija. Upravo ta tema, kao i o protivljenju nekim ostalim mjerama ili zagovaranju istih, bila je istaknuta za vrijeme trajanja pandemije u medijima, zbog čega postoje brojni primjeri rasprostranjenog govora mržnje, podjele, stereotipa itd., čijom ćemo se analizom baviti u poglavljima koji slijede.

5.1. Pristranost medija (dvostruki standardi, nevjerodostojnost)

Medijska pristranost smatra se zagovaračkim oblikom novinarstva gdje autor sadržaja zauzima određenu stranu i pritom gubi na standardu uravnoteženosti odnosno objektivnosti. Objektivnost je, naime, važan ideal u novinarstvu, kojem se uvijek teži, no često se postavlja pitanje je li uopće u takvoj vrsti profesije moguće biti objektivni. Postoje medijske kuće koje su jasno naklonjene političkoj ljevici ili desnici, stoga nije strano da sadržaj objavljuju na pristran način. Ponekad takva praksa uključuje način da zagovarački iliti pristrani mediji

namjerno uključuju i isključuju određene informacije kako bi one odgovarale željenom političkom svjetonazoru. Također, lažne vijesti se ne moraju definirati isključivo kao vijesti s netočnim informacijama, već i kao sadržaji koje su proizveli "hiper-pristrani" mediji koji stvaraju subjektivan sadržaj, odnosno svoj vlastiti "medijski ekosustav" (Marwick i Lewis, 2017: 44).

Međutim, upravo nepristranost je jedna od karakteristika vjerodostojnih medija, kojima će javnost (osobito ona koja nije naklonjena svjetonazorima kojima naginje određena medijska kuća) lakše dati svoje povjerenje. Ponekad se upravo takav način izvještavanja, s manjkom neutralnosti, nepristranosti i općenite objektivnosti smatra neprofesionalnim.

Naime, u ovom je radu potrebno naglasiti kako je službeni stav nadležnih zdravstvenih autoriteta od početka pandemije jasan i nedvosmislen: Svjetska zdravstvena organizacija i Hrvatski zavod za javno zdravstvo ukazuju na opasnost pandemije te preporučuju strogo pridržavanje protuepidemioloških mjera (kao i određene mjere koje bi trebalo poduzeti sa svrhom smanjenja broja oboljelih, npr. cijepljenje protiv pandemije i dr.). Međutim, o protivnicima tog stava u medijima se izvještavalo na neprimjeren način (korištenjem neprimjerenih stereotipa, etiketiranjem i vrijeđanjem), a pojedini znanstvenici čije se mišljenje nije u potpunosti slagalo sa stavom nadležnih autoriteta nisu uvijek bili u mogućnosti iznijeti svoj kritički stav – kad bi to učinili, u medijima bi bili na meti uvreda i neprimjerenih komentara.

Na primjer; kad je bilo aktualno pitanje o ukidanju strogih protuepidemioloških mjera, jedni su stručnjaci zastupali stajalište kako mjere (od kojih *su* lockdown, obavezne COVID-potvrde i sl.) trebaju ostati i biti obavezne, a drugi pak ne. Znanstvenike "suprotnih" mišljenja, mišljenja da nije potrebno držati zaključanim cijeli svijet zbog bolesti s visokom stopom preboljenja često bi se nazvalo antikoronašima, antivakserima, ravnozemljašima ili bi ih se automatski povezivalo sa "šarlatanstvom". Primjer: Novinar Zoran Šprajc dr. Lauca i matematičara Bakića nazvao opsjenarima sa šarlatanskom propagandom i idiotskim uvjerenjima (URL: <https://www.facebook.com/zoran.sprajc/posts/467695658054596>).

Osim javnog prozivanja i izrugivanja drugačijeg mišljenja, jesu li u medijskom prostoru bili prisutni dvostruki standardi? Na primjer, isti oni novinari koji su javno optuživali građane da su neodgovorni jer ne nose maske i tim putem šire zarazu (i javno pisali o tome kako su ljudi koji ne nose maske glupi) zapravo su radili isto to - družili se u gužvama ne

poštujući pravila i obavezne mjere te su svojom nedosljednošću izrodili nepovjerenje, te na taj način u javnosti ostavili negativan dojam.

Kao jedan u nizu primjera, postoji video u kojem novinar N1 televizije i kolumnist Večernjeg lista Ivan Hršić ostavlja dojam nevjerodostojnosti u javnosti te postaje "popularan" po tome što je prozivao građane koji su sudjelovali na najmasovnijem hrvatskom prosvjedu protiv covid-mjera (odnosno protiv obaveznih covid-potvrda) održanog 20. studenoga 2021. u Zagrebu, optužujući ih da se međusobno kupaju u kanonadi kapljica i šire zarazu, dok je on sam na istom tom događaju, usred gužve, bio snimljen kršeći epidemiološku mjeru: ne noseći masku. Slike i video zapisi koji to dokazuju također su postali viralni te su se na spomenutu temu radile mnogi sarkastični sadržaji i parodije, a javnost je komentirala novinarsku nevjerodostojnost, dvostruke standarde te na kraju krajeva Hršićevu nedosljednost i licemjerje. (URL: tinyurl.com/58msnnp)

Također, isti novinar je na press konferenciji održanoj u tvornici Kraš fotografiran kako kašlje – ne noseći masku u zatvorenom prostoru. U ovom primjeru ironično i nedosljedno je to što je isti taj novinar u svojoj kolumni pod nazivom: „Koliko je zapravo glup onaj koji ne nosi masku protiv korone?“ u Večernjem listu pisao: „Ako imate problema s nošenjem maski, onda je to jednostavno zato što ste glupi! I to je sad znanstveno dokazana činjenica!“ (URL: <https://www.vecernji.hr/vijesti/koliko-je-zapravo-glup-onaj-koji-ne-nosi-masku-protiv-korone-1417411>)



Slika 2. Novinar Ivan Hršić bez maske

(Izvor: <https://tinyurl.com/6s7ctw8m>)

Također je u izvještavanju s istog prosvjeda protiv strogih epidemioloških mjera u Zagrebu naveo kako su on i njegov snimatelj jedini na skupu nosili masku, no na

fotografijama koje su snimili prosvjednici jasno se vidi da je ni on ni njegov snimatelj nisu nosili, osim kad su snimali priloge za svoju medijsku kuću. (Facebook, video: "Novinar N1 televizije Ivan Hrستیć uhvaćen u lažima o prosvjedu", URL: tinyurl.com/58msnnp)

Ispod videa našla se gomila komentara koji dokazuju izrazito nepovjerenje prema novinarima odnosno pojedinim medijima. Jedan od primjera u tom kontekstu prikazan je u komentaru u nastavku:



Slika 3. Komentar nepovjerenja korisnice Facebooka

(Izvor: tinyurl.com/3pey55s7)

Što se tiče (ne)povjerenja u medije i stavova prema novinarskoj profesiji, rezultati istraživanja agencije GFK (*Growth from Knowledge*) iz 2008. u kojemu su hrvatski građani (na uzorku od 1000 ispitanika) ocjenjivali profesije u Hrvatskoj, pokazali su da 71% ispitanika smatra kako je novinarstvo donekle ili vrlo korumpirana profesija. Prema tom su istraživanju najcjenjenije struke bile: inženjeri, ekonomisti, liječnici i dr., a novinarska struka bila je na kraju popisa. Također, 54% građana navelo je da smatra kako je novinarstvo u Hrvatskoj pod utjecajem politike ili interesnih skupina, a samo 19% ispitanika da je novinarstvo u Hrvatskoj pozitivno, objektivno, samostalno, slobodno i istinito. Čak 77% ispitanika odgovorilo je kako smatra da nimalo nije slobodno i samostalno ili da je malo slobodno i samostalno. Nadalje, 39% iznijelo je svoj stav kako postoji kontrola/cenzura u prenošenju informacija putem medija, dok samo 4% njih vjeruje kako u hrvatskim medijima nema cenzure. (GFK, 2008.)

Ni danas situacija nije puno bolja kad govorimo o pogledu na povjerenje u novinarsku profesiju odnosno u medije. Razvojem tehnologije, sve je veća upitnost vjerodostojnosti pojedinih stranica, pa tako i pregršta medijskog sadržaja kojim smo bombardirani. Kasnija istraživanja, odnosno istraživanje Reuters Instituta 2019. godine (provedeno na uzorku od 2009 ispitanika) pokazuje kako javnost ima manju razinu povjerenja u politički sklonije portale i portale u državnom vlasništvu, dok najpouzdanijima doživljavaju televizijske kuće u stranom vlasništvu. Rezultati pokazuju kako je povjerenje u medije općenito 40%, a

povjerenje u vijesti na društvenim mrežama 30%. Ispitanici najviše povjerenja imaju u NovuTV i RTL, dok su Tportal.hr, Net.hr, Index.hr, 24sata i Dnevno.hr na dnu ljestvice. (Peruško 2019, Reuters Institut)

Tako su se u komentarima ispod medijskih objava za vrijeme pandemije našli i oni komentari koji odražavaju nisko povjerenje prema novinarima odnosno medijima. Dio javnosti smatra kako se, osim nedosljednosti, radi i o licemjerju - upravo oni koji "napadaju" građane koji ne poštuju mjere, imaju različite primjere ponašanja ispred i iza kamera, poput prikazanog gdje se ne pridržavaju mjera iza kamera, ali drugačije postupaju kad se javljaju s mjesta događaja ili se trebaju fotografirati za medije odnosno za službeni događaj pred mnoštvom fotografa.

Idući primjer je reporter N1 televizije Domagoj Novokmet, koji također poštuje mjeru obaveznog nošenja maske kad su kamere upaljene, ali ne i kad nije u kadru. Na prosvjedu ispred HZJZ-a u Zagrebu, reporter je snimljen kako je masku stavio na lice tek kad se krenuo javljati uživo s mjesta događaja. Pojedini građani ovakvo ponašanje smatrali su nedosljednim i neprofesionalnim - štoviše, licemjernim.



Slika 4. Novinar N1 televizije ispred i iza kamere (1.2.2022.)

(Izvor:<https://www.paraf.hr/foto-dvolicno-novinari-koji-vas-svakodneвно-optuzuju-da-sirite-zarazu-ne-nose-maske/>)

Osim toga, za vrijeme pandemije (ali i inače), u medijima se o pojedinim događajima, situacijama pa čak i ljudima nerijetko piše na senzacionalistički način - tako da se o određenoj temi piše na način da se istakne ono najgore i da se pokažu sve njegove mane, umjesto profesionalnog, neutralnog i nepristranog izvještavanja o događaju, s jasnim i konciznim

odgovorima na temeljna pitanja: „Tko? Što? Gdje? Kada? Kako? Zašto?“

5.2. Medijska manipulacija (*fakenews*)

Manipulacija, općenito, je odnos prema ljudima pri čemu se vrši utjecaj na drugoga/druge s ciljem ostvarivanja nekog osobnog ili grupnog interesa. Medijska manipulacija je prenošenje informacija pri čemu je krajnji cilj upravljanje ljudskim umom odnosno ponašanjem ili oblikovanje stavova na željeni način. Lažne vijesti (engl. *fakenews*) mogu se u velikoj mjeri širiti putem medija s ciljem prenošenja dezinformacija, strašenja javnosti ili s ciljem parodije/satire i privlačenja pažnje. Ljudi, a posebice mladi, sve su više izloženi izrazitoj manipulaciji medija. Mediji, kako mladima tako i svima ostalima, nude informacije s ciljem transformiranja samomislećih individua u opću konzumerističku masu. (Miliša, Ćurko 2010: 59)

Dakle, suvremeno doba razvijene tehnologije karakterizira sve veći i jači utjecaj masovnih medija, kako na nas kao pojedince, tako i na cijelo društvo. Mediji u velikoj mjeri formiraju naše mišljenje i uvjerenja, no također utječu i na cijeli svijet. Tako je u svijetu u kojem postoji pregršt medija ponekad teško razlučiti kojim izvorima informacija vjerovati, a kojima ne. Suvremeni mediji nerijetko objavljuju sadržaj koji nije potpuno realan, točan i neutralan, zato mi kao njihovi konzumenti moramo naučiti prepoznati razliku između stvarnosti i virtualnog svijeta odnosno medijske slike. Potrebno je upoznati se s određenim medijem te razmišljati kritički – sagledati njegove dobre i loše strane. Ako želimo izbjeći manipulaciju, dužni smo kritički promisliti o kvaliteti medija koje koristimo, kao i provjeravati informacije iz drugih izvora. U prepoznavanju manipulacije medija pomoći će nam kritička analiza medijskog sadržaja.

N. Chomsky navodi kako se narod u razvijenim i demokratskim državama najefikasnije može kontrolirati kontroliranjem misli. (Chomsky 2002: 8) Mediji sve češće manipuliraju informacijama i zloupotrebljavaju iste, stoga je svim konzumentima medija potrebna neka vrsta medijske pedagogije odnosno kritičkog promišljanja o informacijama koje provode (novi) mediji. I politika tj. političari manipuliraju javnošću putem medija, što pokazuju istraživanja na području medija i političke komunikacije, a toga je svjesna i većina građana odnosno birača. Politička moć nad medijima može se provoditi putem regulacije medija, državne kontrole nad medijima, tajnosti podataka, putem pritiska na

medije itd. U vidljive izvore pritisaka na novinare i medijske djelatnike ubrajaju se političke stranke i vlade. Postoje mnoga izvješća o tome kako vlade utječu na sadržaje medijskih objava, a to najčešće rade uz pomoć odnosno putem svojih stručnjaka za medije. (Tomić, Kovačić 2014: 2)

Francuski sociolog Pierre Bourdieu upozorava na opasnost medija (konkretno na opasnost televizije), pritom ga opisujući kao instrument komunikacije koji je svjestan činjenice kako velik broj ljudi ne čita ni jedne dnevne novine te se dušom i tijelom predaje televiziji kao jedinom izvoru informacija. (Bourdieu 2000: 33) Na primjer, televizija kao medij uvjetuje pravila, kao što su ograničeno vrijeme nastupa, ograničene teme razgovora ili izlaganja, termin emitiranja, određenu publiku te ostala pravila koja uključuju razne tehničke uvjete. Sudjelovati u jednom tako moćnom mediju kao što je televizija podrazumijeva kompromis i "dogovor" s novinarima odnosno urednicima i voditeljima emisija, u suprotnom rezultat može biti neželjen/nepovoljan za sudionika.

Još jedan primjer potencijalne medijske manipulacije odnosno niske vjerodostojnosti koji se pojavio u medijima i na koji je javnost reagirala pojavljuje se u slučaju napada na RTL-ovog novinara, međutim, za kojega se ni danas ne zna sa sigurnošću je li se, odnosno na koji se način zapravo dogodio. Naime, u *live* prijenosu, za vrijeme izvještavanja s već spomenutog zagrebačkog prosvjeda protiv obaveznih covid-potvrda, novinar RTL-a Goran Latković dao je izjavu da su ga na događaju fizički napali prosvjednici. Latković je kazao da su ga napali, da je dobio udarac laktom u rebra, a potom i dva šamara s leđa:

“Nažalost, došlo je do fizičkog napada na mene. Prvo sam dobio lakat u rebra, a potom i dva šamara od dvije osobe s leđa“. (URL: www.index.hr/vijesti/clanak/novinar-rtla-prosvjednici-su-me-napali-s-ledja-dobio-sam-lakat-u-rebra-i-dva-samara/2319810.aspx).

Međutim, nije dugo trebalo da se u medijima zbog novinarove izjave digne velika prašina i nastane prava drama, iako drugi mediji nisu provjeravali spomenutu vijest, već su je masovno kopirali i dodavali "svoje" detalje. Tako su pojedini mediji, unatoč njegovim riječima, počeli pisati kako su prosvjednici novinara "udarali šakama u glavu". Primjer naslova: „PROSVJEDNICI NAPALI NOVINARA RTL-a, udarali ga šakama po glavi s leđa“ (URL: <https://www.glasistre.hr/hrvatska/zavrrio-velik-prosvjed-tisuca-ljudi-protiv-covid-potvrda-miro-bulj-pobrao-ovacije-napadnut-novinar-rtl-a-759378>) , čime se zapravo mijenja i sam kontekst njegove izjave.

NEPRIJAVLJENI PROSVJED

Novinara RTL-a su izudarali prosvjednici, nešto kasnije napadnuta je i ekipa NoveTV

Piše HINA, Maja Kristafor, subota, 20.11.2021. u 17:44

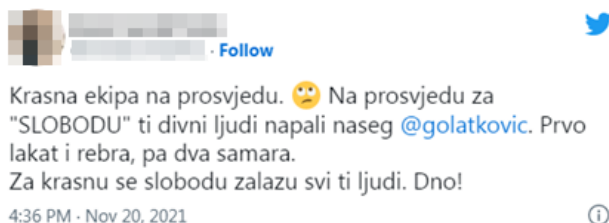


Foto: Screenshot/RTL

Slika 5. Primjer vijesti o napadu na novinara

(Izvor: www.24sata.hr/news/novinara-rtl-a-su-izudarali-prosvjednici-dobio-udarac-u-rebra-a-potom-i-dva-samara-798038)

Ovu neprovjerenu vijest, brzopleto su dalje prenosili i drugi mediji pa su se tako i novinarove kolege, ali i političari i druge javne osobe javno zauzeli za njega te oštro osudili udaranje novinara. Osim toga, od strane ostalih novinara i medijskih djelatnika bilo je prisutno i javno generaliziranje, gdje se često počelo zaključivati da su svi prosvjednici agresivni, nasilni, neuki, ekstremisti, agresivci, teroristi, huligani, ljudi niže klase i slične neutemeljene izjave.



Slika 6. Status novinarko o napadu na njenog kolegu

(Izvor: <https://twitter.com/ivanai vandart/status/1462082320941342731>)

Budući da ne postoji konkretan dokaz o napadu na novinara, dio javnosti (zbog svog nepovjerenja u medije) počeo je sumnjati da je novinar Latković isti izmislio.

Četiri TV kuće izvijestile o napadu na njihove novinare, ali iz policije nema potvrde incidenata

Objavio [Zagreb.info](https://zagreb.info) - 20. studenoga 2021.

Slika 7. Naslov sa [Zagreb.info](https://zagreb.info) - nema potvrde iz policije

(Izvor: <https://www.zagreb.info/crna-kronika/cetiri-tv-kuce-izvijestile-o-napadu-na-njihove-novinare-ali-policija-kaze-da-nije-bilo-incidenata/375817/>)

Zbog vijesti o napadu koje je ubrzo prenosio svaki *mainstream* medij, u vrlo kratkom roku, cilj prosvjeda pao je u drugi plan - nitko više nije pisao o prosvjedu protiv COVID-potvrda i njegovoj svrsi, već je fokus vrlo brzo postala drama s novinarom. Je li se i kako točno na glavnom zagrebačkom trgu dogodio napad, javnost, izgleda, nikad neće saznati.

Također, dok su medijski prostor bombardirali senzacionalistički naslovi o agresivnom napadu i huliganstvu, nijedan *mainstream* medij nije naveo jednu važnu činjenicu: spomenuti prosvjed bio je jedan od najmirnijih masovnih prosvjeda protiv epidemioloških mjera ne samo u Hrvatskoj, nego i na svijetu. Uspoređujući ga s ovakvim prosvjedima u drugim zemljama, prosvjed u Zagrebu zapravo je prošao vrlo mirno, iako ga mediji takvim nisu prikazali – baš naprotiv, prikazali su ga kao jedan neozbiljan skup problematičnih ekstremista koji su na prosvjedu za slobodu, ironično, radili nered.

5.2.1. Izvještavanje o brojevima

Što se tiče izvještavanja o brojevima, u medijima smo mogli vidjeti primjere senzacionalističkih naslova sa snažnim '*clickbaitovima*' koji bi navodili da je od bolesti COVID-19 preminuo određen ljudi, no kada bi se te informacije usporedile sa službenim podacima, one često nisu bile u skladu te bi se ustanovilo da su brojke u različitim medijima različite. Ako su podaci iz medija točni, kako je moguće da svaka medijska kuća u istom danu ima drugačiji broj oboljelih i umrlih od dotične bolesti? Konkretno, ako svi točno i provjereno izvještavaju, sasvim je nelogično da više različitih medija u istom danu izvijeste o više različitih brojeva oboljelih ili preminulih od bolesti COVID-19, stoga se postavlja pitanje je li se manipuliralo brojkama oboljelih odnosno u kojoj mjeri.

Na javnim okupljanjima odnosno prosvjedima, brojke prosvjednika su se često razlikovale ovisno o portalima, što bi značilo da su neki od medija (teško je, naime, dokazati koji), nisu bili u pravu te su manipulirali brojkama. Datuma 20. studenoga 2021. u Zagrebu,

na Trgu Bana Josipa Jelačića, održao se već spomenuti masovan, dotad (ali i dosad) najveći prosvjed protiv COVID-potvrda u Hrvatskoj. Različiti mediji su o istom događaju izvijestili o različitim brojkama, i to ne samo različitim nego je razlika, ovisno o mediju, bila drastična pa su tako na primjer neki mediji izvještavali da je na prosvjedu bilo skoro 50 000 ljudi, a neki da je bilo "više od 5 000 ljudi". Postavlja se pitanje kako onda javnost može vjerovati medijima, ako smo o istom događaju, praktički u isto vrijeme, informirani s dvije brojke koje nisu ni približno iste. Kome vjerovati? Ovakva praksa izvještavanja javnosti daje dojam da određenom događaju mora osobno prisustvovati te vidjeti nešto svojim očima kako bi mogli donijeti vlastitu procjenu, budući da će uvijek biti medija koji će to ionako napraviti "po svom", izvlačeći iz konteksta, pisanjem pretpostavki ili izokretanjem činjenica.

Naime, prema raznim analizama te uz programe za brojanje ljudi izračunato je kako na metar kvadratni stanu četiri osobe, a Trg bana Jelačića ima oko 12.000 kvadrata. Tako na glavni zagrebački trg stane oko 48.000 ljudi, naravno pod uvjetom da nema šatora ili kućica te da se zauzme tramvajska pruga i stanica. (URL: <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/opet-smo-izracunali-koliko-doista-ljudi-stane-na-trg-bana-jelacica-20160602>)

Međutim, kod javnih događaja kao što su koncerti, politički skupovi ili prosvjedi dolazi do očitih manipulacija brojkama prilikom izvještavanja u medijima. Kada se radi o javnim okupljanjima, policijski izvještaji uglavnom iznose manje brojke, a pri događajima s političkim prizvukom, mediji iznose brojke u skladu sa svojom uređivačkom politikom, stoga se događa odudaranje od stvarnih brojki, kao i situacije u kojoj različiti mediji prenose različite procjene kod brojki prisutnih. (URL: <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/evo-koliko-doista-ljudi-stane-na-trg-bana-jelacica-20140107>)



Slika 8. Prosvjed protiv COVID potvrda u Zagrebu

Izvor: facebook.com/bujicavelimirbujanec/posts/2706986799447970

Unatoč činjenici što je za spomenuti prosvjed Trg bana Josipa Jelačića bio kompletno ispunjen (fotografija iznad), *mainstream* mediji izvještavali su različito: da se skupilo par tisuća ljudi ili 5 do 10 tisuća ljudi, najviše 15 000 ljudi, ili pak da se radilo o nižem četveroznamenastom broju. Međutim, u javnost su dospjele usporedbe s prosvjedom za Radio 101 (URL: <https://www.24sata.hr/news/zbog-radija-je-na-trg-doslo-120-tisuca-ljudi-da-sam-poslusao-tudmana-zagreb-bi-bio-u-krvi-798071>), kao i skupom za doček generala (URL: <https://www.24sata.hr/news/gotovinu-i-markaca-tog-je-dana-na-trgu-docekali-100-000-ljudi-cijela-zemlja-plakala-je-od-srece-796629>), kad su isti mediji za pun zagrebački trg izvještavali da se okupilo (više od) 100 tisuća ljudi, što se danas, uz napredniju tehnologiju i nove programe, pokazalo nemogućim. Velik dio javnosti u tim je primjerima primijetio drastičnu razliku u brojevima i nelogičnost te uvidio pokušaj medijske manipulacije.

Hrvatska Koronavirus

Trg pun – brojke različite – od 5 do 50.000!

Objavio gs - 21. studenoga 2021. u 18:20

Slika 9. Primjer naslova s portala Narod.hr

(Izvor: <https://narod.hr/hrvatska/trg-pun-brojke-razlicite-od-5-do-50-000>)

Također, mediji su početno iznosili neslužbenu procjenu na oko 15 tisuća okupljenih, da bi je kasnije spustili na niži četveroznamenkasti broj. U HRT-ovim večernjim vijestima ta je brojka pala na 5 000 ljudi, a portal Telegram pisao je kako se prema slobodnim procjenama okupilo do 20 tisuća ljudi.

Na Trgu se, prema procjenama, okupilo do 20 tisuća ljudi. Tražilo se ukidanje covid potvrda i Plenkovićev odlazak

Slika 10. Telegram o broju prosvjednika

(Izvor: <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/u-zagrebu-je-poceo-veliki-prosvjed-protiv-covid-potvrda-organizatori-tvrde-da-je-stiglo-38-autobusa-tu-su-i-mostovci/>)

Portal Index.hr je to odlučio prenijeti kao brojku od "više od 10 000 ljudi".

20.11.2021. 15:50

Prosvjednici stigli na Trg

Prema slobodnoj procjeni, okupilo se više od 10.000 ljudi.

Slika 11. Index o broju prosvjednika

(Izvor: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/video-15000-prosvjednika-u-zagrebu-stvara-se-novi-svjetski-poredak-vrag-ima-plan/2319729.aspx>)

Sudeći po velikim razlikama u brojevima u različitim izvorima, postavlja se pitanje što je to uopće slobodna procjena i tko to "slobodno procjenjuje"? Ako malo razmislimo, "više od 10 000 ljudi" može biti i brojka od 10 001 i 50 000+ ljudi, no mediji će, ponekad, napisati nešto nejasno, zavaravajuće ili dvosmisleno. Jesu li možda, u svojoj "slobodnoj procjeni" ipak mogli biti malo precizniji?

Primjer: Kao što to i inače bude u svijetu društvenih mreža i web stranica, i na ovu je temu nastao satirični video koji je intenzivno kružio društvenim mrežama, gdje je javnost ismijavala novinarsku (ne)objektivnost. (Video je dostupan na javnoj Facebook stranici; URL: www.facebook.com/stjepan.prpic.75/videos/423157009455637/)

Također, potaknuti medijskim manipulacijama, naročito kad se radi o brojkama, neki su prosvjednici imali transparente: "Ne čekamo tramvaj", kako bi na sarkastičan način prvenstveno novinarima dali do znanja da su dio prosvjeda i da ih se ubraja u brojku prisutnih.



Slika 12. Transparent na prosvjedu: Festival slobode

(Izvor: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/na-festivalu-slobode-govornici-ekstremisti-i-oko-tri-tisuce-ljudi-ovo-je-rat-između-dobra-i-zla-15103311>)

5.3. Etiketiranje, stereotipi i uvrede (podjela, netolerancija)

Pojam "etiketirati nekoga" znači lijepiti mu "etikete", koje su u prenesenom značenju karakteristike, epiteti, pridjevi ili opisi koji nisu nužno utemeljeni na dokazima, istini ili činjenicama. Etikete i stereotipi prisutni su u našoj svakodnevici svugdje u društvu, no njima mjesto nikako nije u medijima. Ipak, odjednom smo u medijskom prostoru mogli svjedočiti kako se vrlo često pojavljuju pojmovi koji nikad prije nisu bili toliko popularni, od kojih su neki: "antivakser", "antimasker", "antikoronaš" ili "ravnozemljaš". Ponekad se čini kako je medijima u interesu što više etiketirati i uznemiriti ljude, kako bi se oni što više "probudili" u komentarima, kako bi naposljetku određeni portal skupio čim više komentara odnosno veću pažnju i tzv. 'engagement'.

Antimaskeri bili pred školom u Zagorju, školu čuvaju zaštitari. Stigao ministar

VJESTI | Autor: N1 Info, Hina | 13. ruj 2021 10:02 > 12:47 | 2 komentara

Slika 13. Pojam "antimaskeri" u naslovu portala N1

(Izvor: <https://hr.n1info.com/vijesti/antimaskeri-opet-stigli-pred-skolu-u-zagorju-skolu-cuvaju-zastitari/>)

Osim etiketiranja, prisutni su bili i klasični stereotipi koji su također postali dio narativa u medijima, poput onoga da su svi koji se ne žele cijepiti glupi, prestrašeni, ljudi niže inteligencije i sl., a oni drugi fašisti, lažovi i državni plaćenici. Generaliziralo se i zaključivalo kako svi sudionici prosvjeda vjeruju u teorije zavjere u vezi ravne zemlje, 5G mreže, čipiranja... Još neki od popularnih epiteta protiv građana RH koji se ne slažu s Vladom, Stožerom i određenim epidemiološkim mjerama korištenih od strane novinara su: "neobrazovani, bioteroristi, ljudi sa margine društva, desničari, primitivci, vjerski fanatici, ljudi niske inteligencije" itd (URL:<https://flash.hr/2021/11/novinar-rtl-a-izmislio-napad-na-sebe-na-prosvjedu-protiv-covid-potvrda-mediji-su-ti-koji-vec-dvije-godine-napadaju-i-vrijedaju-ljude-koji-se-protive-besmislenim-mjerama-stozera/>).

Naime, što se tiče generaliziranja, komunikacijski stručnjak Jerko Trogrlić za Tportal izjavio je kako je pogrešno i kako se ne bi smjelo sve prosvjednike svrstavati u istu skupinu i nazivati ih 'ravnozemljašima', 'bujancima' i slično te da takvi pojmovi, naravno, samo podižu razinu iritacije. Složio se kako je sasvim racionalno reći da COVID-potvrda potencijalno može biti opasan dokument kao takav jer se cijepljeni upravo zbog njega u praksi ponašaju slobodnije te u tom slučaju dokazano lakše i brže mogu prenositi virus. (URL: <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/pogresno-je-sve-prosvjednike-svrstavati-u-isti-kos-kad-se-razotkriju-vode-bunta-sve-manje-gradana-ce-ih-zeljete-slijediti-plenkovicu-zapravo-ovo-moze-pomoci-foto-20211122/print>).

Također, mediji su u ovo izazovno doba bili puni primjera poticanja segregacije, netolerancije, podjele građana na "ove" i "one" te bogati sugestivnim naslovima. Kao primjer jednog od njih, točnije, za neke primjer sugestivnog i neukusnog pitanja, stoji objava Jutarnjeg lista u kojoj se javnost pita namjeravaju li za blagdane izbjegavati necijepljene. Mnogi ljudi (najčešće u komentarima ispod objave) burno su reagirali na postavljeno pitanje, smatrajući ga sugestivnim odnosno neprofesionalnim.



Slika 14. Primjer objave iz Jutarnjeg lista

(Izvor: <https://www.facebook.com/jutarnji.list/posts/pfbid0TKz84q9h6pkAtxKu9YVAu7KHf1bkEDjUK7uArg8otxHytVMetWS82LHeJQxV3pC5l>)

5.4. Nepoštivanje osobnosti i privatnosti

Svako ljudsko biće ima svoja temeljna ljudska prava u koja nitko ne bi smio zadirati. Neka od njih su i pravo na formiranje vlastite osobnosti, pravo na iznošenje vlastitog mišljenja (dokle god se ne radi o govoru mržnje, prijetnjama, vrijeđanjima i slično), pa tako i pravo na privatnost tijekom cijelog svog života.

Samo neka od prava zajamčenih Ustavom Republikom Hrvatske, koja spadaju pod osobne i političke slobode i prava su sljedeća: sloboda mišljenja i izražavanja, slobodno javno očitovanje vjerskog ili nekog drugog uvjerenja, pravo na (mirno) prosvjedovanje i javna okupljanja... Jednako tako, Ustavom je zabranjeno svako pozivanje na mržnju ili poticanje bilo kakvog oblika nesnošljivosti zbog nacionalnih, rasnih, vjerskih ili drugih obilježja (Zakon hr, Ustav Republike Hrvatske, URL: www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske).

Ljudska prava, osim Ustavom RH, temelje se i važnim međunarodnim aktima, npr. Općom deklaracijom o pravima čovjeka i drugima. Ljudska su prava široka kategorija te se

kreću od prava na život i prava na rad do prava na informiranje, korištenje globalne mreže tj. interneta, prava na privatnost, dostojanstvo, nepovredivost osobe i dr., a što se u kriznim ili izvanrednim situacijama često ne poštuje.

No, unatoč navedenim ljudskim pravima, mediji su nerijetko zadirali u osobnost i ideološka uvjerenja pojedinca. (Javno) vrijeđanje na temelju religije i zadiranje u nečije vjerske stavove nije povezano s "građanskom dužnosti" pridržavanja protuepidemioloških mjera u vrijeme pandemije pa je javnost burno reagirala i na ovaj primjer. Naime, ljudima katoličke vjeroispovijesti koji su (bili) protiv mjera, određeni mediji su neprofesionalno i neukusno dodijelili nadimak: "katolibani" (što u ovom kontekstu predstavlja pogrđan naziv za osobu katoličke vjeroispovijesti) te ih opisivali zadržima i nazadnima, neobrazovanim vjerskim fanaticima ili zatucanim desničarima.



Slika 15. Primjer naslova o prosvjedu iz Indexa.hr

(Izvor: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/fasisti-katolibani-i-crackpotovi-ovo-su-ljudi-s-prosvjeda-za-slobodu/2319967.aspx>)

(katolibani = pogrđan naziv za ljude katoličke vjeroispovijesti)

(crackpotovi = luđaci)

Uvidom u primjer iznad, mnogi ljudi postavljaju pitanje: ako svi ljudi u Republici Hrvatskoj imaju Ustavom zajamčeno pravo na izbor religije odnosno određena uvjerenja i vjeroispovijest, a jednako tako imaju pravo i na mirni prosvjed, kako je moguće da postane prihvatljivo da se o njima, u jednom od najčitanijih hrvatskih medija, piše na način koji otvoreno i javno vrijeđa na temelju njihovih osobnih/vjerskih uvjerenja?

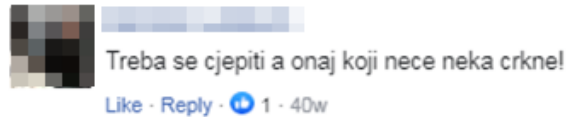
5.5. Govor mržnje kao svakodnevnica

Sloboda govora i ravnopravnost jedni su od temelja demokratskog društva. Međutim, sloboda govora ne znači da možemo govoriti, pisati i javno dijeliti bilo što – drugim riječima, ne znači da je naša sloboda u govoru i pismu neograničena i bezuvjetna. Ipak, popularizacijom društvenih mreža pojavili su se i negativni učinci istih jer je putem njih mnogo lakše širiti govor mržnje.

O čemu točno govorimo kad govorimo o govoru mržnje? Takav oblik govora podrazumijeva način izražavanja koji na javnim platformama (npr. u medijima, na javnim skupovima, na web stranicama i sl.) šire mržnju kroz omalovažavanje, ponižavanje i diskriminaciju. Takav oblik vrijeđa drugoga te time krši nečiju (ljudsku) slobodu. Može se, naime, raditi o ponašanju usmjerenom prema pojedincu ili grupi, a napada se najčešće njihova različitost: npr. nacionalnost ili etičko podrijetlo, njihova rasa odnosno boja kože, seksualna orijentacija, vjerska pripadnost, njihov identitet, financijski status i imovinsko stanje, zdravstveno stanje ili slično.

Ova praksa govora (ili pisanja) smatra se neprihvatljivim oblikom ponašanja u društvu jer ista potiče netoleranciju te aktivno poziva na nasilje prema određenoj društvenoj skupini. Nadalje, kad govorimo o naizgled nepoželjnom ograničavanju slobode javnog izražavanja, ova je praksa opravdan razlog za time. Takvi bi se uvredljivi komentari trebali brisati, odnosno takav sadržaj ne bi se ni smio emitirati. U uvredljive prakse govora ubrajaju se i svi ostali pogrđni izrazi, no ne samo oni u verbalnom obliku, već i bilo kakvo prikazivanje s ciljem ponižavanja (npr. razne slike, videi, plakati...), kao i ostali primjeri ponašanja koji izravno ili neizravno potiču mržnju, diskriminaciju, neprihvatanje ili štetno djelovanje prema određenoj osobi ili grupi ljudi.

Ovakav govor često se javlja u obliku komentara na mrežnim stranicama, najčešće ispod medijskih objava na portalima ili društvenim mrežama, a vrijeđa ljude određenog mišljenja ili nekog pojedinca. U primjerima priloženima u nastavku rada, govor mržnje upućen je protivnicima cijepljenja/mjera protiv pandemije COVID-19, kao i zagovornicima istih. Također, postoji mnogo komentara mržnje upućenih Vladi RH, novinarima ili članovima Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske.



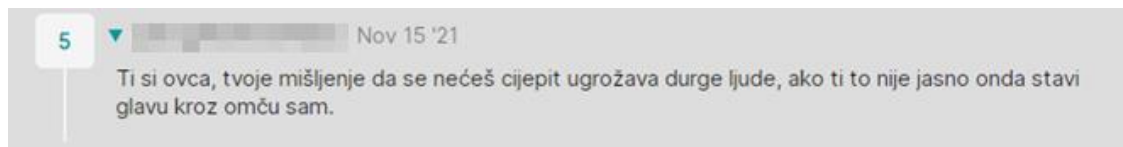
Slika 16. Primjer govora mržnje, Novi list.hr

(Izvor: www.novolist.hr/novosti/hrvatska/prosvjednici-ipak-stigli-na-markov-trg-mi-smo-dosli/)



Slika 17. Primjer vrijeđanja, Večernji.hr

(Izvor: www.vecernji.hr/vijesti/uskoro-uzivo-stozer-objavljuje-nove-informacije-o-koronavirusu-1503263)



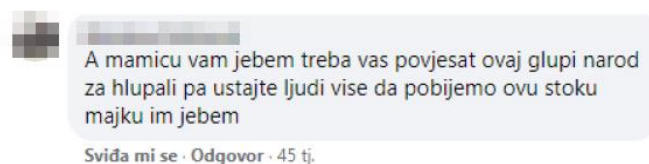
Slika 18. Primjer govora mržnje, Reddit

(Izvor: https://r.nf/r/croatia/comments/qud995/nemoj_me_krivo_shvatitinisam_antivakser/)



Slika 19. Primjer govora mržnje, Facebook

(Izvor: <https://www.facebook.com/jutarnji.list/posts/pfbid02RX9F73htSJVUvhBVtVuimiet7zicFGdvs6gZrTvwY9hnl1LGBp6YVUFCW7GqeKAl>)



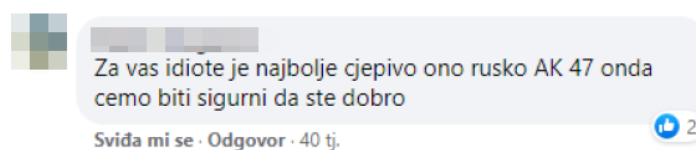
Slika 20. Primjer govora mržnje, Facebook

(Izvor: <https://www.24sata.hr/news/broj-umrljih-veci-nego-od-gripe-723874>)



Slika 21. Primjer govora mržnje prema Ministru zdravstva

(Izvor: <https://www.facebook.com/24sata/posts/pfbid0p9QtMXVyA4GMup3uqvPjjCWW6oB4Wvh9UkmYRpZVDcHvLwXciN52ZKc4zRjjDbbAl>)



Slika 22. Primjer govora mržnje, Facebook

(Izvor: <https://www.24sata.hr/news/bozinovic-markotic-i-capak-cijepit-cemo-se-pred-kamerama-732092>)

Na *mainstream* portalima, a naročito u komentarima, poticala se netolerancija i podjela te je govor mržnje bio sve učestaliji. Ljudi su jedne druge nazivali (i još uvijek nazivaju) pogrđnim nazivima, vrijeđaju se, pa čak i psuju i sve je to vidljivo javno. Sekcija za komentare postala je leglo mržnje i neprijateljske nastrojenosti prema neistomišljenicima. Mediji nisu baš vodili računa o tome da komentare pune mržnje uklone ili da zabrane/filtriraju komentare koji sadrže uvredljive pojmove. Danas se sve može filtrirati odnosno ograničiti, no za vrijeme pandemije mogli smo vidjeti da pojedini mediji nisu obraćali pažnju na to. Mnogo smo puta i sami mogli vidjeti pojmove poput "glupi antivakser", "nadobudni cjepiša", i slične uvrede koje sve više potiču netoleranciju u društvu, kao i opće neprihvatanje različitog mišljenja.

Kao što je već ranije spomenuto u ovom radu, mnogo se ljudi različitih stavova vrijeđalo da su ovakvi ili onakvi, katolibani, ekstremisti, idioti, primitivci, nazivali se fašistima, ustašama, opisivali se neintelligentnima, zadržtima, maloumnima i glupima te su takvi komentari puni mržnje i dan danas ostali prisutni u medijima. Kao takvi, oni su jedan neugodan i neukusan dokaz širenja netolerancije i mržnje u društvu koji sve više potiče podjelu, netrpeljivost, mržnju pa i nasilje. Prisutna je i potreba stigmatizacije i demonizacije različitih ljudi, ponižavanje i maltretiranje drugih osoba, najčešće neistomišljenika. Tako nažalost na raznim portalima, forumima, blogovima, društvenim mrežama i ostalim web

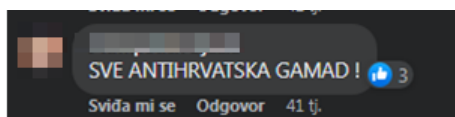
mjestima vrlo često možemo svjedočiti konkretnim primjerima doslovnog širenja mržnje: u medijskim prostorima čak se spominju i uvrede i prijetnje koje uključuju pojmove poput koncentracijskih logora i plinskih komora. Sve se to u doba pandemije COVID-19 u medijskom prostoru nazivalo i "COVID fašizmom". Čitajući određene izjave iz kojih izvire želja za tuđom smrću ili nesrećom zasigurno su znak za uzburanost u društvu, koje je ionako već dovoljno podijeljeno i prepuno nasilja, stoga spomenuti primjeri predstavljaju problem u sferi međuljudskih odnosa.

„Paraziti ove zemlje, najveća gamad, ološi i neonacisti...“ samo su neki od komentara na portalima i društvenim mrežama koji su se svakodnevno mogli naći:



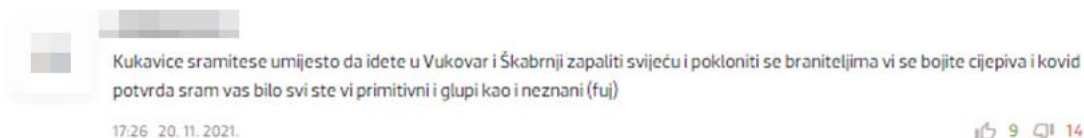
Slika 23. Primjer govora mržnje u komentarima, Facebook

(Izvor: <https://www.facebook.com/page/107861655950370/search/?q=fa%C5%A1isti%20katolibani>)



Slika 24. Primjer govora mržnje, Facebook

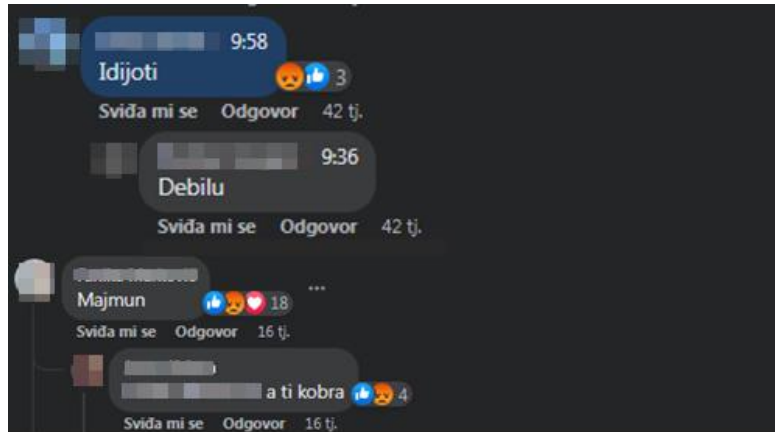
(Izvor: <https://www.facebook.com/page/133205716542/search/?q=prosvjed>)



Slika 25. Primjer govora mržnje - Večernji.hr

(Izvor: <https://www.vecernji.hr/vijesti/veliki-prosvjed-protiv-covid-potvrda-u-zagrebu-stizu-busevi-iz-cijele-hrvatske-1540888/komentari?page=5>)

Osim toga, u komentarima nerijetko možemo naići na primjere gdje se neistomišljenici međusobno vrijeđaju zbog svojih (različitih) stavova o epidemiji COVID-19 i temama vezanih uz istu.



Slika 26. Primjeri vrijeđanja u komentarima, Facebook

(Izvor: www.facebook.com/page/133205716542/search/?q=prosvjed)

Međutim, na web portalu Večernji.hr, pod točkom 2 stoji da prilikom komentiranja članaka nije dopušteno vrijeđanje, omalovažavanje i napad na temelju nacionalne, rasne, spolne ili vjerske pripadnosti, kao ni bilo kakav oblik govora mržnje te propagiranje nasilja (URL: <https://www.vecernji.hr/pravila-komentiranja/>).

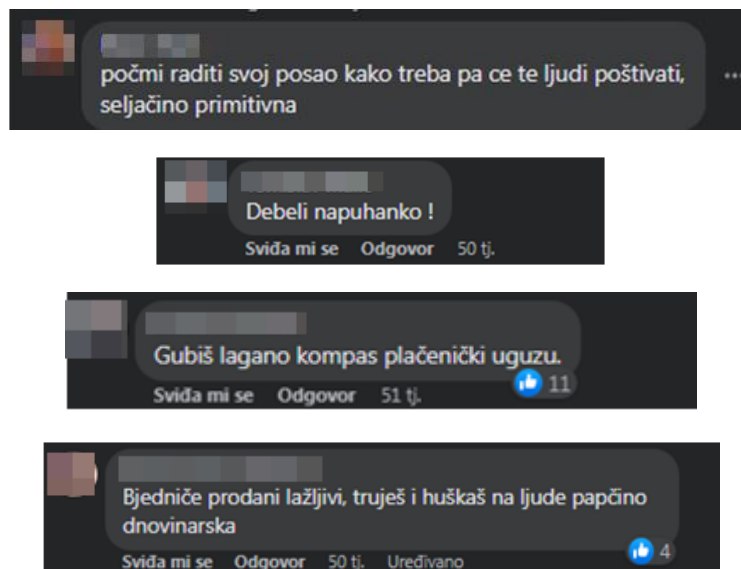
Također, pod Zabranama propisanih stavkom 2. članka 94. ZEM (Zakona o elektroničkim medijima) navedeno je da je zabranjeno ostavljati sadržaj kojim se potiče širenje mržnje i diskriminacije na osnovi etničke/rasne pripadnosti, kao i spola, boje kože, dobi, jezika, obrazovanja, bračnog odnosno obiteljskog statusa, invaliditeta/zdravstvenog stanja, vjere, rodnog identiteta, političkog ili bilo kakvog drugog uvjerenja, nacionalnog/socijalnog podrijetla, imovnog stanja, društvenog položaja, genetskog naslijeđa, spolnog opredjeljenja te antisemitizma i ksenofobije, nacional-šovinističke ideologije, ideja fašističkih/nacističkih/komunističkih i/ili drugih totalitarnih režima (URL: <https://www.vecernji.hr/pravila-komentiranja/>).

Ipak, iako u medijskom prostoru, točnije na internetskim portalima, postoje brojna slična upozorenja kako je sadržaj koji širi mržnju zabranjen (te da će se uvredljivi sadržaj negativne, nesnošljive i netrpeljive prirode automatski izbrisati), takav sadržaj u medijima nažalost ostaje prisutan mjesecima, pa i godinama. Autorica Vilović ističe kako u suvremeno

doba sve više svjedočimo politički nekorektnom jeziku odnosno pravom govoru mržnje, naročito ako se radi o nekim neočekivanim situacijama koje se tiču (među)nacionalne tolerancije. (Vilović 2011: 69)

Kao što je već spomenuto, u medijskom se prostoru za vrijeme pandemije vrijeđalo i javne osobe, poput novinara i članova Stožera civilne zaštite. Neki od komentara upućenih njima su: "lažovi i prodane duše, lažljivi licemjeri, antipatični i dvolični ljigavci, debeli napuhanko, prodani lažljivi bijednik, degutantna papčina, dupelizac i guzouvlakač, dnovinarska papčina, poslušna kujica Andreja Plenkovića, plaćenički uguz, primitivna seljačina, potkupljeni smrad i jadnik", a neke se čak proziva i na temelju nacionalnosti.

Primjeri priloženi u nastavku:



Slika 27. Primjeri govora mržnje upućenih novinaru, autoru objave

(Izvor: www.facebook.com/photo/?fbid=416801799810649&set=a.278713173619513)

Naime, brojni primjeri ovakvih i sličnih situacija iz javnog prostora u vezi koronavirusa dokaz su da postoji velik broj građana koji iskazuju svoje nezadovoljstvo (i nepovjerenje) prema medijima, kao i mišljenja da pojedini novinari svoj posao ne rade profesionalno i vjerodostojno. (Naravno, što i dalje nije opravdanje za vrijeđanje i govor mržnje.)

6. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

U sklopu ovog diplomskog rada te nakon obrađenog teorijskog dijela, provedeno je istraživanje (anketni upitnik kao oblik kvantitativne metode istraživanja) s ciljem uvida u to koliko su se ljudi susretali s ovom problematikom te koliko agresivnim, pristranim ili neprofesionalnim smatraju određene primjere naslova i situacija. Odgovori sudionika prikupljeni su putem anketnog upitnika (*Google Forms*) te je u anketi sudjelovalo sveukupno 227 ispitanika. Glavno ograničenje istraživanja je nepotpuna reprezentativnost dobivenih rezultata.

Ciljevi istraživanja bili su sljedeći:

- kritički sagledati pristup prevladavajućih medija o temi pandemije COVID-19 te istražiti praksu nepoštivanja standarda profesionalnih/etičkih načela u *mainstream* medijima u Hrvatskoj u doba pandemije
- ispitati percepciju ispitanika o prisutnosti govora mržnje u medijima
- utvrditi razinu (ne)povjerenja javnosti prema popularnim hrvatskim medijima

Metoda istraživanja: anketni upitnik (*Google Forms* anketa)

Uzorak istraživanja:

Slučajni odabir: ispitanici muškog i ženskog spola različite dobi, različitog stupnja obrazovanja i različitog radnog statusa.

Populacija ispitanika:

U populaciju ispitanika ubrajaju se autoričini prijatelji, obitelj, kolege s posla, kolege s fakulteta, poznanici i prijatelji prijatelja, prijatelji na društvenoj mreži Facebook, pratitelji na društvenoj mreži Instagram te ostali pojedinci koji su dobrovoljno pristali sudjelovati u istraživanju.

Ograničenja istraživanja:

Ograničenje u ovom istraživanju je, prije svega, nepotpuna reprezentativnost uzorka. Kao i uvijek, a posebno u ovakvim temama, često je upitna mogućnost da ispitanici iznesu u potpunosti objektivan stav. Zatim, s obzirom na činjenicu da je u istraživanju sudjelovalo 227 ispitanika, nije moguće generalizirati dobivene rezultate i zaključiti kako su dobiveni rezultati percepcija hrvatske javnosti. Osim toga, istraživanje je provedeno putem online anketnog

upitnika, stoga u ovom istraživanju nisu obuhvaćeni oni koji nemaju pristup internetu. Njihove odgovore nismo mogli vidjeti, što također utječe na krajnji rezultat istraživanja.

Hipoteze:

- H1 Percepcija ispitanika je da se za vrijeme pandemije COVID-19 mediji uglavnom nisu držali etičkih i novinarskih načela.
- H2 Percepcija ispitanika je da je u hrvatskim medijima za vrijeme pandemije govor mržnje u većoj mjeri bio prisutan prema protivnicima uvođenja strogih protuepidemijskih mjera.
- H3 Unatoč "nesavršenosti" medija, razina povjerenja javnosti prema njima je uglavnom visoka.

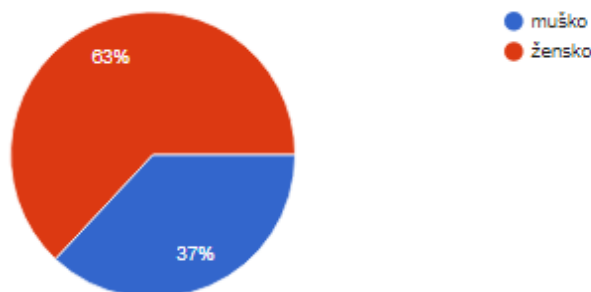
Istraživačka pitanja:

- Smatraju li ispitanici da su se za vrijeme pandemije COVID-19 mediji držali etičkih i novinarskih načela odnosno da je od strane medija bilo kršenja profesionalnih novinarskih standarda kao što su poštenje, nepristranost, objektivnost i drugi?
- Prema mišljenju ispitanika, je li u hrvatskim medijima za vrijeme pandemije govor mržnje bio izraženiji prema protivnicima ili zagovornicima mjera?
- Koliku razinu povjerenja hrvatska javnost (na uzorku iz populacije ispitanika) ima u hrvatske medije?

6.1. Rezultati istraživanja

1. pitanje:

Spol:



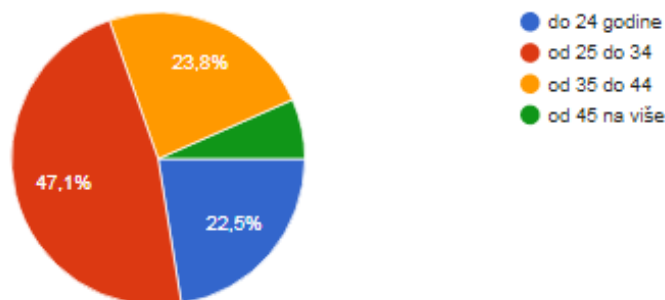
Grafikon 1. Spol ispitanika

Izvor: autorska interpretacija podataka

Od ukupno 227 ispitanika, u ovom su istraživanju sudjelovale 143 osobe ženskog spola (63% od ukupnog broja ispitanika) te 84 osobe muškog spola (37% od ukupnog broja ispitanika).

2. pitanje:

Dobna skupina:



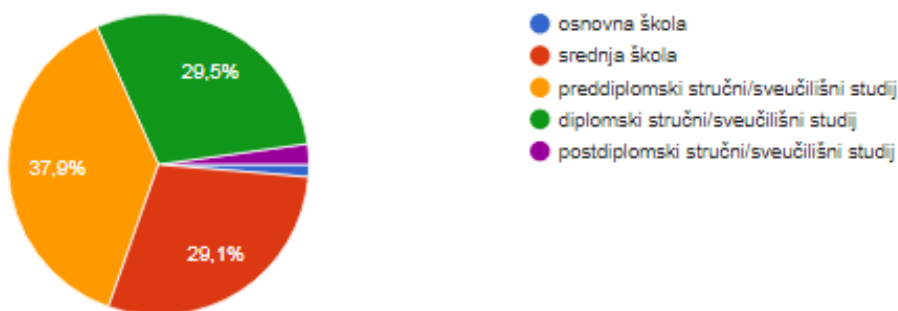
Grafikon 2. Dobna skupina ispitanika

Izvor: autorska interpretacija podataka

Najveći postotak ispitanika (47,1%) odnosno 107 ispitanika u dobi je od 25 do 34 godine. Nakon toga slijedi dobna skupina od 35-44 godine u postotku od 23,8 (što čini 54 ispitanika), zatim dobna skupina do 24 godine (22,5%) sa 51 ispitanika te skupinu starijih od 45 godina čini 6,6% odnosno 15 ispitanika.

3. pitanje:

Stupanj obrazovanja:



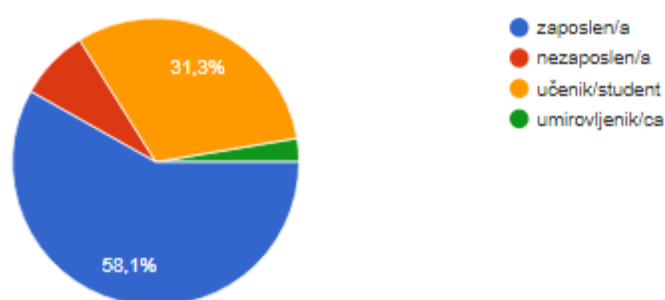
Grafikon 3. Stupanj obrazovanja ispitanika

Izvor: autorska interpretacija podataka

Stupanj obrazovanja najvećeg broja ispitanika (37,9%) je preddiplomski stručni/sveučilišni studij. Ovaj je odgovor odabralo 86 ispitanika. Idući je diplomski stručni/sveučilišni studij s 29,5% ispitanika odnosno 67 odgovora. Odmah iza njega je stupanj srednje škole s 29,1% ispitanika tj. 66 odgovora. Postotak od 2,2% i 5 ispitanika odabrali su postdiplomski stručni/sveučilišni studij, a samo 3 ispitanika, što čini 1,3% od ukupnih ispitanika, kao stupanj obrazovanja ima osnovnu školu.

4. pitanje:

Radni status:



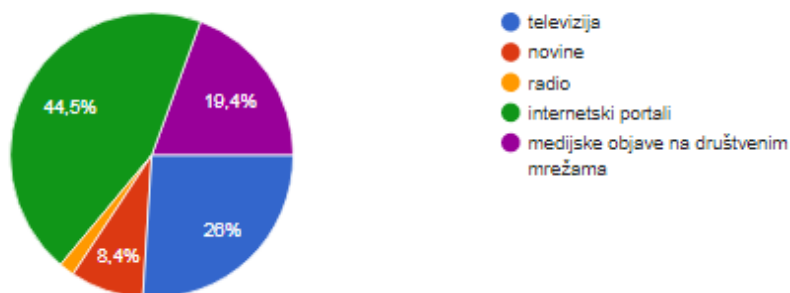
Grafikon 4. Radni status

Izvor: autorska interpretacija podataka

Najveći postotak ispitanika (58,1%) je zaposleno (132 ispitanika). Postotak od 31,3 pripada skupini učenika/studenta, koju čini 71 ispitanik, zatim 18 njih je nezaposleno (7,9%) te 2,6% odnosno 6 ispitanika spada u skupinu umirovljenika.

5. pitanje

Odaberite svoj dominantni izvor informacija za vrijeme pandemije COVID-19.



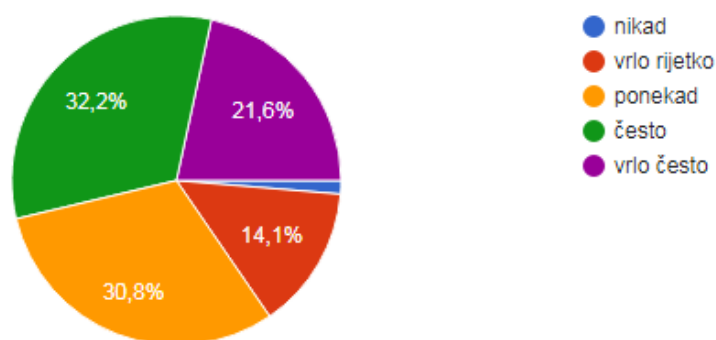
Grafikon 5. Odabir dominantnog izvora informacija za vrijeme pandemije

Izvor: autorska interpretacija podataka

Najveći broj ispitanika (101) izjasnio se kako je njihov dominantni izvor informacija za vrijeme pandemije bio na internetskim portalima, što čini ukupno 44,5%. Nakon toga slijedi televizija s 59 ispitanika i 26%. Dominantni izvor informacija za 44 ispitanika (19,4%) bile su medijske objave na društvenim mrežama, zatim 19 ispitanika (8,4%) informiralo se putem novina, a najmanji broj ispitanika, njih samo četvero (1,8%) informiralo se putem radija.

6. pitanje

Koliko često ste se susreli sa stereotipima prema protivnicima mjera od strane novinara? (Npr. pojmovi: "antivakseri, ravnozemljaši, teoretičari zavjere, ekstremisti...")



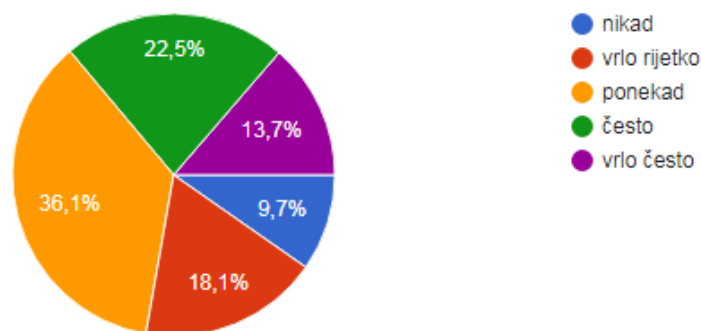
Grafikon 6. Učestalost susretanja sa stereotipima prema protivnicima mjera od strane novinara

Izvor: autorska interpretacija podataka

Najveći broj ispitanika, njih sedamdeset i troje (32,2%) odgovorilo je sa „često“. Točno 70 ispitanika (30,8%) odgovorilo je s „ponekad“, 49 ispitanika (21,6%) s „vrlo često“, zatim 32 s „vrlo rijetko“ čime čine 14,1%, a samo troje ispitanika odnosno 1,3% se nikad nije susrelo sa stereotipima prema protivnicima mjera od strane novinara.

7. pitanje

Koliko često ste se susreli s uvredama prema protivnicima mjera od strane novinara? (Npr. pojmovi: "zadrti, nazadni, sebični, besposličari, katolibani, neinteligentni, sektaši...")



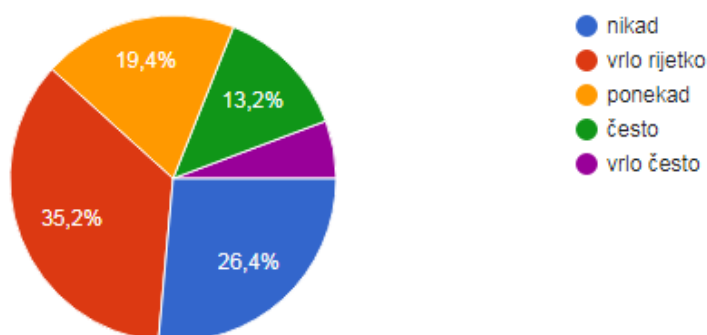
Grafikon 7. Učestalost susretanja s uvredama prema protivnicima mjera od strane novinara

Izvor: autorska interpretacija podataka

S uvredama prema protivnicima mjera od strane novinara „ponekad“ su se susrela čak 82 ispitanika, što čini najviših 36,1%. „Često“ se s uvredama susreo 51 ispitanik (22,5%), a 41 ispitanik (18,1%) susretao se s uvredama vrlo rijetko. Njih 31 (13,7%) dalo je odgovor „vrlo često“, a 22 ispitanika (9,7%) se s navedenim nikad nisu susrela.

8. Pitanje

Koliko često ste se susreli sa stereotipima prema zagovornicima mjera od strane novinara? (Npr. pojmovi: "vakseri, paničari, oštromjeraši, koronaši...")



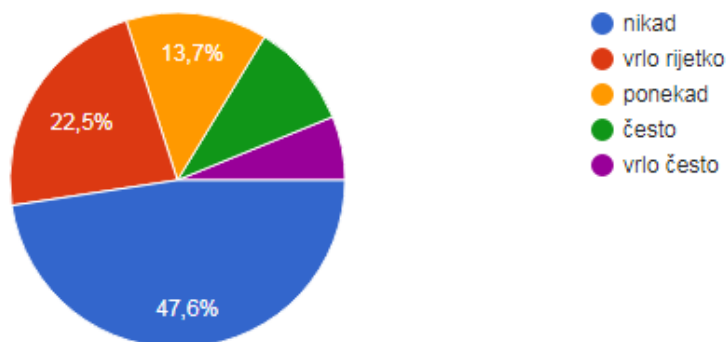
Grafikon 8. Učestalost susretanja sa stereotipima prema zagovornicima mjera od strane novinara

Izvor: autorska interpretacija podataka

Najveći broj ispitanika, njih 80 (35,2%) sa stereotipima prema zagovornicima mjera od strane novinara susretalo se vrlo rijetko. Odmah iza njih su ispitanici koji se nikad nisu susreli s navedenim, kojih je 60 odnosno 26,4%. Njih 44 (19,4%) ponekad se susrelo sa stereotipima prema zagovornicima mjera od strane novinara, dok se 30 ispitanika (13,2%) s njima susrelo često. Nikad se s time nije susrelo 13 ispitanika, odnosno 5,7% sudionika.

9. pitanje

Koliko često ste se susreli s uvredama prema zagovornicima mjera od strane novinara? (Npr. pojmovi: "lažljivci, plaćenici, profiteri, totalitaristi, sektaši, diktatori, fašisti...")



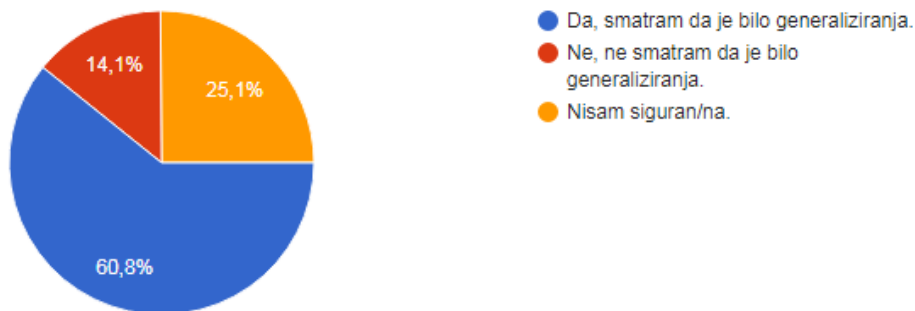
Grafikon 9. Učestalost susretanja s uvredama prema zagovornicima mjera od strane novinara

Izvor: autorska interpretacija podataka

S navedenim oblikom uvreda najveći postotak ispitanika (47,6%) se nikad nije susreo - tako je odgovorilo 108 ispitanika. Zatim, 51 ispitanik (22,5%) s navedenim se susreo vrlo rijetko, a 31 „ponekad“ (13,7%). S time se „često“ susrelo 23 ispitanika (10,1), a „vrlo često“ 14 ispitanika (6,2%).

10. pitanje

Smatrate li da je za vrijeme pandemije u medijima bilo prisutno generaliziranje prema ljudima različitih uvjerenja? (Npr. protivnici cijepljenja su "desničari" / zagovornici cijepljenja su "ljevičari"...)



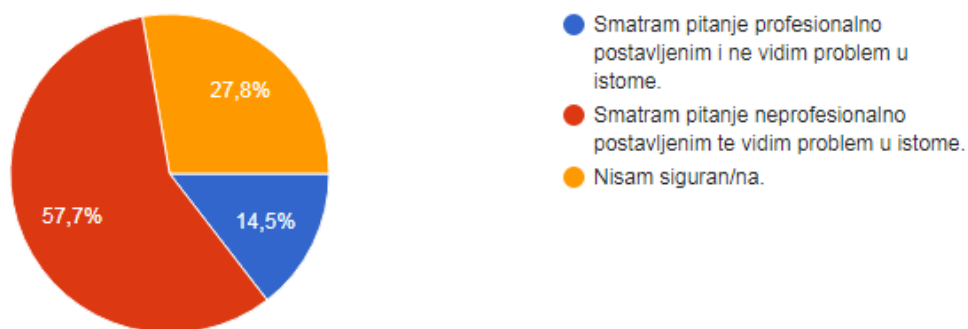
Grafikon 10. Razina generaliziranja prema ljudima različitih uvjerenja

Izvor: autorska interpretacija podataka

Najviše ispitanika, njih 138 (60,8%), smatra da je bilo primjera generaliziranja. Pedeset i sedam ispitanika (25,1%) odgovorilo je da nije sigurno, a njih trideset i dvoje (14,1%) smatra da generaliziranja nije bilo.

11. pitanje

Kako doživljavate objavu Jutarnjeg lista koja glasi: „Namjeravate li za blagdane izbjegavati necijepljene?“ (izvor: [Facebook objava](#))



Grafikon 11. Objava Jutarnjeg lista: „Namjeravate li za blagdane izbjegavati necijepljene?“

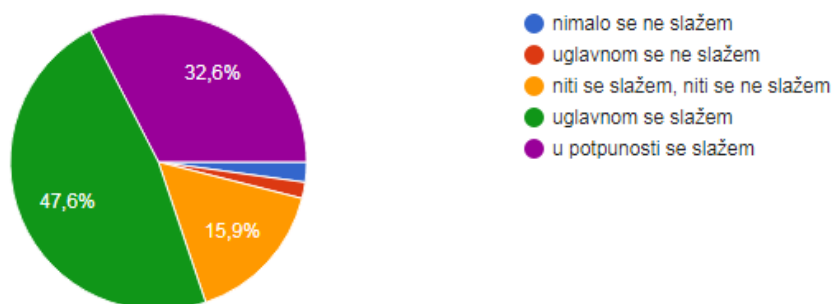
Izvor: autorska interpretacija podataka

Navedeni primjer objave iz Jutarnjeg lista čak 131 ispitanik (57,7%) označilo je neprofesionalnim te vidi problem u istome. Šezdeset i troje ispitanika (27,8%) nije sigurno

kako bi se izjasnilo, a trideset i troje ispitanika (14,5%) smatra pitanje profesionalnim te u istome ne vidi problem.

12. pitanje

Koliko se slažete/ne slažete s mišljenjem da su mediji (općenito) svojim načinom izvještavanja poticali podjelu među cijepljenima i necijepljenima?



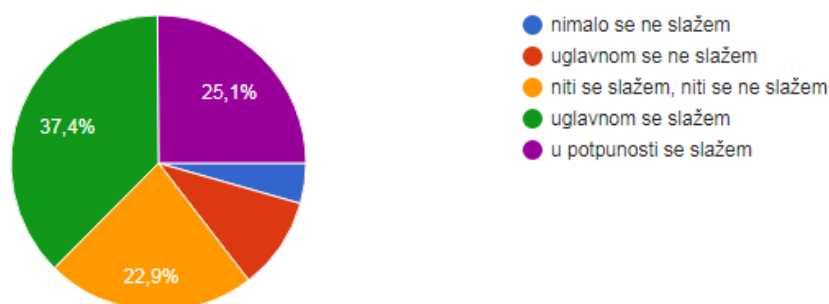
Grafikon 12. Stavovi ispitanika o medijskom poticanju podjele među cijepljenima i necijepljenima

Izvor: autorska interpretacija podataka

Čak 108 ispitanika, što čini 47,6%, uglavnom se slaže da su mediji poticali podjelu između cijepljenih i necijepljenih građana. Postotak ispitanika koji se s time slaže u potpunosti je 32,6 (74 ispitanika). Trideset i šest ispitanika (15,9%) odgovorilo je kako se niti slaže, niti se ne slaže. S tim se mišljenjem nimalo ne slaže 5 ispitanika (2,2,%), a uglavnom se ne slažu 4 ispitanika (1,8%).

13. pitanje

Koliko se slažete/ne slažete s mišljenjem da su mediji (općenito) svojim načinom izvještavanja poticali netoleranciju među cijepljenima i necijepljenima?



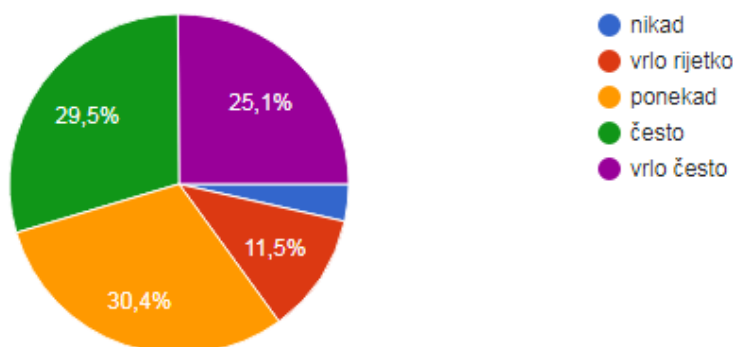
Grafikon 13. Stavovi ispitanika o medijskom poticanju netolerancije među cijepljenima i necijepljenima

Izvor: autorska interpretacija podataka

S ovim stajalištem „uglavnom se slaže“ 85 ispitanika (37,4%). U potpunosti se slažu 57 ispitanika (25,1%), a 52 ispitanika (22,9%) se niti slažu, niti se ne slažu. Dvadeset i tri ispitanika (10,1%) odgovorilo je da se uglavnom ne slaže, dok se 10 ispitanika (4,4%) nimalo ne slaže.

14. pitanje

Koliko često ste se susretali s govorom mržnje u hrvatskim medijima za vrijeme pandemije COVID-19 (uključujući i komentare ispod medijskih objava)?



Grafikon 14. Razina govora mržnje u hrvatskim medijima

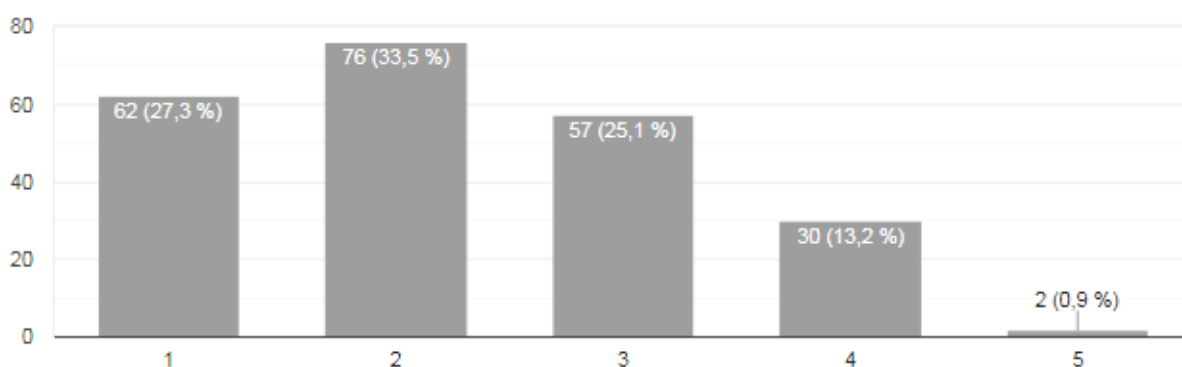
Izvor: autorska interpretacija podataka

Što se tiče govora mržnje u medijima, najviše ljudi (69 ispitanika) odgovorilo je da se ponekad susreće te time čine 30,4%. Samo dvoje manje, 67 ispitanika, odgovorilo je da se s govorom mržnje susreće često te tiče čine 29,5%. Odgovorom „vrlo često“ odgovorilo je 57

ispitanika (25,1%), dok je „vrlo rijetko“ odgovorilo 26 ispitanika (11,5%). Preostalih 8 ispitanika (3,5%) odgovorilo je da se za vrijeme COVIDa-19 nikad nije susrelo s govorom mržnje u medijima.

15. pitanje

Ocijenite svoju razinu povjerenja prema hrvatskim medijima (općenito) kad je u pitanju izvještavanje o pandemiji.



Grafikon 15. Razina povjerenja prema hrvatskim medijima - koronavirus

Izvor: autorska interpretacija podataka

Svoju razinu povjerenja najnižom ocjenom 1 ocijenila su 62 ispitanika, što čini ukupno 27,3% sveukupnih sudionika u istraživanju. Najviše ispitanika, njih čak 76 (33,5%) svoje povjerenje prema medijima ocijenilo bi također prilično niskom ocjenom, 2. Trojku odnosno srednju razinu povjerenja ima 57 ispitanika (25,1%), a četvorkom je odgovorilo 30 ispitanika (13,2%). Samo dvije osobe (niskih 0,9% od svih ispitanika) izjasnile su se kako je njihova razina povjerenja izrazito visoka te su stoga odgovorile ocjenom 5. Prosječna ocjena ispitanika u ovom odgovoru je **2,3.(2,268)**

16. pitanje(neobavezno)

Ukoliko imate vlastiti primjer (ne)poštivanja etičkih načela u doba pandemije COVID-19 iz medija, ovdje ga, u svrhu istraživanja, anonimno možete navesti.

RTL direkt, štovana gđa Mojmira i gospodin Šprajc, bez imalo srama rabili pojam "antivakseri" i "necjepiše" te se sprdali na račun svakoga tko ne misli kao oni.

1 odgovor

Vrijeđanje na temelju religijskih uvjerenja samo zato jer se netko nije htio cjepiti!

1 odgovor

Ima ima, novinari RTL televizije koji na prosvjedu nisu imali maske a pritom su LAGALI kako snimatelj nosi masku, laži kako su prosvjednici UDARILI novinara a to je obična laž jer snimak pokazuje da su ljudi bili korektni. Najviše mi se svidio HRT jer su ugestili čovjeka koji je iznio mišljenje zašto su mjere loše, a najmanje mi se svidio RTL s njihovim lažima i preokretanjem. Zoran Šprajc osobito jer je u početku pričao kako je korona bezopasna pa se onda okrenio za 180° (očito je sjela dobra parica za laganje pa mu se isplatilo "promijeniti" stranu) pa je počeo pogrdno nazivati ljude koji se protive mjerama. Da ne spominjem njihov ispad kada su u pitanju bile medicinske sestre iz Dubrave! Kao medicinska sestra OŠTRO osuđujem ponašanje kolegica, a s druge strane RTL je objavio snimak (da se zna da je Zoran Šprajc čovjek koji uređuje vijesti, bira što će se u vijestima pokazati) gdje su novinari prvo govorili o neprofesionalnosti našeg zdravstva da bi isti taj Zoran Šprajc, urednik, navečer skupljao jeftine bodove jer je on podržao med. sestre. Ima tu još puno ispada, za sada je RTL televizija definitivno najgora, Nova je koliko koliko okej, ali naši mediji generalno (kao i svi u svijetu) ŠIRE PANIKU! Ugodan dan ti želim i sretno s pisanjem završnog rada! Lijepo je vidjeti zalaganje za ovakvom temom i iskreno se nadam da ćeš ostati na svojem putu u širenju ISTINE! ☐

1 odgovor

Mediji su zlo! Puni senzacionalizma i manipulacije!!

1 odgovor

Osobno nikad neću zaboraviti kad je Zekanović na javnu televiziju koja bi trebala biti ozbiljna donio globus i podrugljivo ga vrtio pred zastupnicom Marijom Selak Raspudić, suptilno je ponižavajući zbog toga što nije za obavezna cjepiva. Rugao se s njom i sa svima koji nisu primilo cjevivo, što je po meni bolesno i bez ikakve empatije, obraza i pristojnosti. Voljela bih da mi se objasni kako je to primjereno jednoj emisiji i da mi se isto tako objasni zašto se sve one koji su skeptični prema tek dobivenom cjevivu, što je sasvim normalno i razumljivo za one koji imalo preispituju svijet oko sebe, trpa u isti koš s teorijama zavjere da je zemlja ravna ploča, te zašto se automatski misli da onaj tko se nije cijepio sigurno ima neko mišljenje u ekstremu, poput čipiranja, ravne ploče itd. To se jako promoviralo na svim televizijama i u svim javnim medijima što je sramota za jedan toliko moćan javni prostor!!!

1 odgovor

Mediji "desne" orijentacije poput MAXPortal, Bujice, Kamenjara, Dnevno hr, Narod hr, podcasti (Velebit i sl.) itd. konstantno su koristili sintagme o "slobodi". Nazalost, njihova sloboda seže do prve manjinske (nacionalno, vjerski, rasno, klasno, rodno, spolno, seksualno) zajednice - vrlo problematično i dobra tema za analizu. Također, takvi mediji sirili su informacije koje su spadale u domenu "fake news" jer tvrdnje nisu bile pokrivene niti jednim znanstvenim istraživanjem (npr. koristili su Facebook statuse kao legitiman izvor informacija) uz zastrasivanje kako će "mnogi ljudi umirati par mjeseci nakon cjepiva" što se pokazalo kao potpuna laž.

1 odgovor

Sami sebe su u kratkom periodu sabotirali. Novinari, političari i stožer.

1 odgovor

Neizvještavanje o nuspojavama cjepiva i zapravo potpuna cenzura ljudi koji žele sa svojim pričama javno. Još bolje, zataškavanje kolapsa u zdravstvenom sustavu, sve dok se kolaps nije dogodio na primjeru smrti novinara Vladimira Matijanića, koji se još uvijek proteže po medijima. Kad je medijima u interesu, oni će to objaviti. Štoviše, napraviti će neviđenu dramu i skupljati klikove na nečijim nezgodama. Kad se radi o malom čovjeku kojega sustav doslovno ODBIJA liječiti te se njega i njegovu obitelj uvjetuje cjepivom (guglaj Ivica Žolek), tad medijske zainteresiranosti nema, barem ne u mjeri u kojoj je to potrebno. Gdje su???

Povjerenje prema medijima čista jedinica, a možda seže i u minus. Zbog svega doživljenog, sasvim opravdano. Isključit tv, pogasit internet i živjet normalan život.

Lp

1 odgovor

Mediji su pisali da su ljudi koji se nisu željeli cjepiti krezube i neobrazovani.

1 odgovor

Kad Faktograf briše komentare koji se ne slažu s njihovim mišljenjem, demokracija na nivou

1 odgovor

Svaki dan bili smo podvrgnuti ismijavanju i vrijeđanju od strane mainstream medija i ljudi koji podržavaju Covid mjere i cijepljenje. Uvrede su bile gnjusne i odvratne, pravo nacističko ponašanje.

1 odgovor

Provedena istraživanja koja su bila bolno metodološki neiapravna, kao npr. istraživanje o broju zaražene djece u kojem su sudjelovala samo djeca koja su bila u školi (dakle pozitivna djeca i djeca u samoizolaciji nisu istom pristupila), kada je odgovaralo da se mjere "popuste". Vjerojatno ima još sinje more takvih primjera u kojima se zaista ne treba biti pretjerano stručan da se uoče enormne metodološke neispravnosti i doslovno nepostojeća valjanost istraživanja.

1 odgovor

Vrijeđanje intelektualnih sposobnosti i prijetnje

1 odgovor

Imam primjera kao u priči. U RTL Direktu bilo je spomenuto doslovno ovako, da su ljudi koji odbijaju cjepivo teoretičari zavjere i da se boje Bill Gatesovog čipiranja. Također, da se radi o "kukavicama koji su heroji i borci za slobodu, a boje se obične igle s vaticom". Generaliziranje i napuhavanje priče kakvo svijet nije vidio. Za prosvjednike koji su se našli u određenim gradovima za ukidanje obaveznih potvrda, isti taj RTL Direkt (zbog pjesama koje su se puštale na prosvjedu) govorio je da "nek se ljudi zabavljaju, ljudi možda nemaju pametnijeg posla". Novinar Šprajc bio je ciničan i "suptilno" vrijeđao protivnike mjera, jednako tako nazivajući ih sebičnima i neodgovornima, manje inteligentnima od drugih ljudi. Da ne spominjem portale kojima je vrijeđanje doslovno bilo svakodnevice, iako ni dalje ne staju.

1 odgovor

Pojedini mediji su izvještavali da je bilo stotinjak ljudi na prosvjedu, a svatko tko je bio tamo vidio je da to nije istina i da je bilo puno više prosvjednika.

1 odgovor

Pozz! Mislim da takvih primjera nažalost ima i previše.. Mediji su bili ti koji su dijelili ljude na ove i one i huškali ljude jedne protiv drugih... To je jasno ko dan. Mediji su uvijek tu da šire mržnju i rade na svom profitu. Njima je u interesu da se narod svađa ispod njihovih objava i da se kolju u komentarima. ☐

1 odgovor

Dijelilo se ljude na odgovorne i sebične

1 odgovor

Ooo da, bilo ih je. Npr. nedokazane tvrdnje, pametovanja od tzv. "stručnjaka" i novinara koji se ni sami ne pridržavaju mjera, nakaradni izrazi i uvrede, generaliziranja (npr. da su Dalmatinci antivakseri (nisu svi), pa onda da svi necijepljeni misle da je zemlja ravna ploča (isto nije istina - tipičan primjer generaliziranja) ... Mainstream mediji = ☐ , treba izbjegavati plaćene novinare i naći neovisne izvore informacija

1 odgovor

namjerno prikazivanje protivnika epid. mjera u crnom svjetlu i generaliziranje, nisu svi protivnici mjera/cjepiva/čega god zadrži vjerski fanatici koji vjeruju da će samo Isus Krist otjerat koronu i smiješno je da je netko uopće toliko ograničen da se cijeli ovaj stav o cjevivima svede na jednu religiju i nekoliko pojedinaca koji imaju svoja osobna uvjerenja, a to se često prikazivalo u medijima

1 odgovor

16. Odgovori iz ankete na neobavezno pitanje

Izvor: autorska anketa (svi odgovori su preuzeti s autoričinog Google Forms obrasca)

6.2. Diskusija

Cilj provedenog istraživanja bio je potvrditi ili opovrgnuti zadane hipoteze postavljene na početku istraživanja, kao i odgovoriti na zadana istraživačka pitanja:

H1: Percepcija ispitanika je da se za vrijeme pandemije COVID-19 mediji uglavnom nisu držali etičkih i novinarskih načela.

- Provedenim istraživanjem, ova hipoteza je potvrđena. Ispitanici koji su smatrali da se mediji nisu držali etičkih i novinarskih načela, bili su u većini, a to smo mogli saznati kroz odgovore jesu li određena pitanja u medijima bila postavljena na profesionalan način, kao i iz odgovora da je u medijima bilo primjera govora mržnje te korištenja stereotipa i uvreda. Osim toga, prosječno mišljenje ispitanika je da se u medijima za vrijeme pandemije generaliziralo, dijelilo ljude te poticalo netoleranciju.

H2: Percepcija ispitanika je da je u hrvatskim medijima za vrijeme pandemije govor mržnje u većoj mjeri bio prisutan prema protivnicima uvođenja strogih protuepidemijskih mjera.

Provedenim istraživanjem dobili smo odgovore na pitanja koliko često su se ispitanici susreli sa stereotipima i uvredama prema protivnicima i zagovornicima mjera. Dobiveni rezultati doveli su do zaključka da se praksa širenja netolerancije najčešće manifestirala prema protivnicima strogih protuepidemijskih mjera, čime je ova hipoteza potvrđena.

H3: Unatoč "nesavršenosti" medija, povjerenje javnosti ipak je uglavnom visoko.

Rezultatima istraživanja, a naročito zadnjim obaveznim pitanjem u kojem se tražila ocjena razine povjerenja prema medijima u vezi izvještavanja o koronavirusu, dobili smo odgovor da je razina povjerenja u medije ispod prosjeka, odnosno da je prosječna ocjena povjerenja u medije 2,3/5. Tom činjenicom, treća hipoteza je opovrgnuta na uzorku ispitanika.

Istraživačka pitanja:

1. Smatraju li ispitanici da su se za vrijeme pandemije COVID-19 mediji držali etičkih i novinarskih načela odnosno da je od strane medija bilo kršenja profesionalnih novinarskih standarda kao što su poštenje, nepristranost, objektivnost i drugi?

Provedenim istraživanjem dobili smo odgovor na ovo istraživačko pitanje, a to je da ispitanici smatraju kako se za vrijeme pandemije mediji nisu uvijek držali etičkih i novinarskih načela odnosno da je bilo kršenja profesionalnih novinarskih standarda. To nam pokazuju rezultati na pitanja o korištenju stereotipa i uvreda od strane novinara, kao i o postavljanju neprofesionalnih pitanja te općim generaliziranjem.

2. Prema mišljenju ispitanika, je li u hrvatskim medijima za vrijeme pandemije govor mržnje bio izraženiji prema protivnicima ili zagovornicima mjera?

Rezultat na pitanje o govoru mržnje pokazao je da su, po mišljenju ispitanika, mediji više vrijeđali protivnike mjera.

3. Koja je razina povjerenja javnosti u hrvatske medije?

Istraživanje je pokazalo da je prosječna ocjena povjerenja prema medijima na uzorku ispitanika niskih 2,3. Osobno, to me začudilo i smatram da je razina povjerenja u medije (u ovom istraživanju) prilično zabrinjavajuća. Također, iznenadio me broj ispitanika koji je razinu svog povjerenja prema medijima ocijenio najnižom ocjenom, ocjenom 1.

7. ZAKLJUČAK

Prisutnost senzacionalizma te pristranog, manipulativnog i zavaravajućeg izvještavanja je sve češća u novinarstvu i medijima, a za vrijeme epidemije kao da je to bilo dodatno naglašeno. Ono čemu smo, za vrijeme pandemije, u medijskom prostoru u ponekim primjerima mogli svjedočiti je izostavljanje suprotnih stavova, neutemeljene tvrdnje, poticanje podjela/netolerancije, dvostruki standardi, etiketiranje, neprovjereni izvori, vrijeđanje na temelju osobnih/vjerskih i ostalih uvjerenja, manipulacije brojkama te na kraju – govor mržnje koji je u ovim drugačijim vremenima zasigurno uzeo maha.

Uvidom u stručnu literaturu i analizom odabranih (negativnih) primjera, možemo donijeti zaključak i kako pojedine medijske kuće krše poslovnu etiku novinarstva, uz pristran, senzacionalistički i neprofesionalan način izvještavanja. Na pitanje: „Jesu li se mediji za vrijeme pandemije COVID-19 uvijek držali profesionalnih standarda i etičkih načela?“, kroz analizu sadržaja negativnih primjera i pregled teorije, kao i provedenim istraživanjem u drugom dijelu rada, možemo uvidjeti da to nije uvijek bilo tako te da je u medijima dolazilo i do određenih "propusta". Kao najčešće od njih, a ujedno i najistaknutije, izdvojila bih generaliziranje u medijima i netrpeljivost različitog mišljenja. Ljude drugačijih stajališta najčešće se ne bi ni pozivalo na zdravu raspravu i pitalo za njihove argumente, već bi ih se odmah optužilo da su na strani onih "glupljih" - koju god stranu oni zastupali. Zagovornici mjera kao da bi "automatski" postali "potkupljeni zastrašivači i debili", a protivnici istih "maloumni kreteni koji vjeruju svemu što pročitaju na internetu". Međutim, kako god bilo i koliko god različitih mišljenja postojalo, svijet bi bio daleko pozitivniji kad mi ljudi ne bismo bili toliko neprijateljski nastrojeni prema svom neistomišljeniku. Ako ništa drugo, barem je to u moći svakog "običnog" čovjeka.

Nažalost, mogli bismo reći da su danas, naročito u ovo medijsko doba, uvrede, diskriminacija, netolerancija, netrpeljivost i dehumanizirajuće izjave gotovo na svakom kutku interneta, što iz medijskih objava, što od ostalih korisnika interneta, što je dokaz kako u našem društvu razina netrpeljivosti visoka. Promatrajući komentare na društvenim mrežama i ispod članaka na raznim portalima, izgledalo bi kao da potrebiti jedva čekaju da izađe neki novi članak o koronavirusu samo kako bi mogli ostaviti svoj neprimjereni komentar, napasti prvog neistomišljenika i iskaliti se na svima onima koji javno spomenu svoje (drugačije) stajalište. Pomalo je tužno da se čovjek prije toga ne sjeti činjenice kako je svaka osoba živo biće sa skupom svojih osobnih uvjerenja, stavova i moralnih vrijednosti, kojemu nitko nema

pravo oduzeti pravo na mišljenje. Unatoč tome što nam priroda nalaže da izražavamo svoje stavove, možda bismo trebali pripaziti kakve komentare ostavljamo na internetskim stranicama (i općenito u društvu); ružne komentare (uvrede i neprimjerene izraze) sačuvati za sebe te jednako tako biti svjesniji uvažavanja različitih pogleda na svijet.

Konzumenti medijskih sadržaja ponekad su skeptični i puni nepovjerenja, stoga je dobro zapitati se koja je, u takvim slučajevima, glavna svrha medija (ako oni ne služe (točnom i vjerodostojnom) informiranju naroda te ako im isti ne vjeruje). Pojedini mediji danas su sve bogatiji senzacionalizmom, tzv. žutim novinarstvom, manipulacijama te širenjem panike i mržnje, a upravo narušenost poslovne etike smanjuje cjelokupni kredibilitet i kvalitetu profesije. Spomenuti primjeri, kao i nesloboda i neovisnost medija, komercijalizacija i upitnost profesionalnosti samih medijskih djelatnika zasigurno utječu i na(ne)povjerenje javnosti.

Zaključno, pisanje o dotičnoj temi i istraživanje ove tematike probudilo je u meni razmišljanje o tome jesu li (naši) mediji produžena ruka moćnih svjetskih masovnih industrija kojima je glavni cilj zarada, jesu li i koliko naši najčitaniji mediji uopće vjerodostojni, nepotkupljivi i pravedni? Koliko se zapravo svakodnevno krše etička načela profesije i koliko smo mi, kao konzumenti medija, uopće svjesni što se oko nas uistinu zbiva? Ovo razmatranje dobro odražava citat Noama Chomskog, koji glasi: *'The general population doesn't know what's happening, and it doesn't even know that it doesn't know.'* (Chomsky: 1993)¹

Činjenica je; u suvremenom svijetu razvijene tehnologije bombardirani smo medijskim sadržajem te iz tog razloga novinarska etika nikad nije bila potrebna. Istu je potrebno "kontrolirati" kako bi se ovu važnu djelatnost usmjerilo prema profesionalnosti i vjerodostojnoj profesiji. Upravo novinarska etika danas oblikuje dotičnu profesiju pa su upravo etičnost i profesionalnost vrijednosti koje stvaraju profesionalne i kvalitetne novinare.

¹ Intervju s Noamom Chomskym, objavljen u *The Prosperous Few and the Restless Many*, (Odonian Press) 1993. godine; URL: https://thirdworldtraveler.com/Chomsky/ChomOdon_GlobEcon.html (pristupljeno 6.9.2022.)

8. LITERATURA

Knjige:

1. Bauer, Thomas A. (2007.) *Vjerodostojnost medija – društveni kapital medijskog društva. Vjerodostojnost novina (ur. Stjepan Malović)*. Sveučilišna knjižara. Zagreb.
2. Bebek, B., Kolumbić, A. (2005.) *Poslovna etika, 2 izdanje*. Sinergija nakladništvo. Zagreb.
3. Banović Ž. (2011.) *Poslovna etika*. Školska knjiga. Zagreb.
4. Bourdieu, P. (2000.) „*Narcisovo ogledalo*“, *Rasprava o televizijskom novinarstvu*, Clio.
5. Chomsky, N. (2002.) *Mediji, propaganda i sistem, „Što čitaš?“*.Zagreb.
6. Čehok I., Koprek I. i dr. (1996.) *Etika – priručnik jedne discipline*. Školska knjiga. Zagreb.
7. Gavranović, A. (2009.) *Mediji: Mitovi i stvarnost*. Sveučilišna knjižnica. Zagreb.
8. Jurković, P., Luković, F., Pribičević, Đ., Ravlić, S. (1995.) *Poslovni rječnik*. Izdanje Masmedia. Zagreb.
9. Klaić, B. (1983.) *Rječnik stranih riječi*. Nakladni zavod Matice Hrvatske. Zagreb.
10. Klose, A. (1996.) *Poduzetnička etika: Kako danas?* Školska knjiga. Zagreb.
11. Malović, S. (2007.) *Mediji i društvo*. ICEJ. Zagreb.
12. Malović, S., Ricchiardi, S.; Vilović, G. (2007.) *Etika novinarstva*. Izvori. Zagreb
13. Malović, S. (2005.) *Osnovne novinarstva*. Golden marketing. Zagreb.
14. Marwick, A., Lewis, R. (2017.) *Media Manipulation and Disinformation. Data and Society*.
15. Pastuović, N. (1999.) *Edukologija: Integrativna znanost o sustavu cjeloživotnog obrazovanja i odgoja*. Znamen. Zagreb.
16. Paine, L. (2004.) *Value Shift: Why Companies Must Merge Social and Financial Imperatives to Achieve Superior Performance*. New York: McGraw-Hill.

17. Polić M. (1990.) *Erotika i sloboda: odgoj na tragu Marxa*. Hrvatsko filozofsko društvo. Zagreb.
18. Šuštar, A. (1983.) *Odgoj savjesti*. Družba katoličkog apostolata (Teološke meditacije), Zagreb.
19. Ur. Butler, P. (2009.) *Journalism Ethics: The Global Debate*. International Center for Journalists. Washington.
20. Vukasović, A. (1993.) *Etika i moral osobnosti*. Školska knjiga. Zagreb.

Časopisi:

1. Gavranović, A. (2009). 'Vjerodostojnost – temelj medijskog djelovanja', *MediAnali*, 3(6), str. 121-132. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/44537>
2. Malović, S. (1997.) *Profesionalizam - preduvjet objektivnog, poštenog novinarstva*. Politička misao: časopis za politologiju 34 (4), 151-165. Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. Zagreb.
3. Malović, S. (2004.) *Ima li granice slobodi medija?* Politička misao: časopis za politologiju, 41 (1), 32-41, 76
4. Vilović, G. (2011.) *Govor mržnje*. Političke analize. Vol.2, No.6, 68-70

Znanstveni članci, radovi i istraživanja:

1. Aleksić, A. (2007). 'Poslovna etika-element uspješnog poslovanja', Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, 5(1), str. 419-429. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/26144>
2. Gfk (2008.), *Kakva nam je informatička pismenost?*, Preuzeto s: <http://www.gfk.hr/press1/infopis.html>
3. Miliša, Z., i Ćurko, B. (2010). 'Odgoj za kritičko mišljenje i medijska manipulacija', *MediAnali*, 4(7), str. 57-72. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/55353>
4. Peruško, Z. (2019.) *Digital News Report* [online]. Oxford: Reuters Institute. <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/croatia-2019/>

5. Tomašić, A. (2010). 'Vjerodostojnost medijskih objava na javnome radiju', *MediAnali*, 4(7), str. 127-138.
6. Tomić Z., Kovačić, S. (2014.) *Manipulacija medijima i manipulacija medija*. Kultura komuniciranja. Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru.

Propisi:

1. Zakon o medijima, Narodne novine, br. 59/04, 84/11, 81/13.
2. Ustav Republike Hrvatske, točka II, članci br. 38, 39, 40, 42

Mrežni i elektronički izvori:

1. www.facebook.com/rtdirekt/videos/507477806938913/?_rdr(pristupljeno: 30.6.2022)
2. <https://tinyurl.com/yhm44d9h>(pristupljeno: 30.6.2022)
3. <https://www.hnd.hr/o-hnd-u>(pristupljeno: 30.6.2022)
4. www.hnd.hr/search/kodeks-casti (pristupljeno: 30.6.2022)
5. <https://www.facebook.com/zoran.sprajc/posts/467695658054596>(pristupljeno 26.8.2022.)
6. <https://www.facebook.com/stjepan.prpic.75/posts/pfbid0qSqq4RzRJIcCnThJoGfE8PHPFfiQcyRDKJb19p2DXgdGZQyGw3yAyxsNoUKoCZnFI> (pristupljeno 26.8.2022.)
7. www.paraf.hr/foto-dvolicno-novinari-koji-vas-svakodnevno-optuzuju-da-sirate-zarazu-ne-nose-maske/ (pristupljeno 26.8.2022.)
8. www.index.hr/vijesti/clanak/novinar-rtla-prosvjednici-su-me-napali-s-ledja-dobio-sam-lakat-u-rebra-i-dva-samara/2319810.aspx(pristupljeno 26.8.2022.)
9. <https://www.glasistre.hr/hrvatska/zavrsio-velik-prosvjed-tisuca-ljudi-protiv-covid-potvrda-miro-bulj-pobrao-ovacije-napadnut-novinar-rtl-a-759378> (pristupljeno 26.8.2022.)
10. <https://twitter.com/ivanaivandartl/status/1462082320941342731> (pristupljeno 26.8.2022.)
11. <https://www.zagreb.info/crna-kronika/cetiri-tv-kuce-izvijestile-o-napadu-na-njihove-novinare-ali-policija-kaze-da-nije-bilo-incidenata/375817/> (28.8.2022.)
12. www.facebook.com/stjepan.prpic.75/videos/423157009455637(pristupljeno 30.7.2022.)

13. <https://hr.n1info.com/vijesti/antimaskeri-opet-stigli-pred-skolu-u-zagorju-skolu-cuvaju-zastitari/>(pristupljeno 30.7.2022.)
14. <https://www.vecernji.hr/pravila-komentiranja/> (pristupljeno 30.7.2022.)
15. <https://www.vecernji.hr/zakon-o-elektronickim-medijima/> (pristupljeno 30.7.2022.)
16. <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/pogresno-je-sve-prosvjednike-svrstavati-u-isti-kos-kad-se-razotkriju-vode-bunta-sve-manje-gradana-ce-ih-zeljeti-slijediti-plenkovicu-zapravo-ovo-moze-pomoci-foto-20211122/print> (pristupljeno 30.7.2022.)
17. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/video-15000-prosvjednika-u-zagrebu-stvara-se-novi-svjetski-poredak-vrag-ima-plan/2319729.aspx> (pristupljeno 11.7.2022.)
18. <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/u-zagrebu-je-poceo-veliki-prosvjed-protiv-covid-potvrda-organizatori-tvrde-da-je-stiglo-38-autobusa-tu-su-i-mostovci/> (pristupljeno 7.7.2022.)
19. <https://www.vecernji.hr/pravila-komentiranja/>(pristupljeno 2.7.2022.)
20. <https://www.facebook.com/jutarnji.list/posts/pfbid02RX9F73htSJVUvhBVtVuimiet7zicFGdvs6gZrTvwY9hnlILGBp6YVUFCW7GqeKAl>(pristupljeno 7.7.2022.)
21. <https://www.facebook.com/jutarnji.list/posts/pfbid0TKz84q9h6pkAtxKu9YVAu7KHf1bkEDjUK7uArg8otxHytVMetWS82LHeJQxV3pC5l> (pristupljeno 7.7.2022.)
22. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/fasisti-katolibani-i-crackpotovi-ovo-su-ljudi-s-prosvjeda-za-slobodu/2319967.aspx> (pristupljeno 7.7.2022.)
23. https://r.nf/r/croatia/comments/qud995/nemoj_me_krivo_shvatitinisam_antivakser/ (pristupljeno 7.7.2022.)
24. <www.facebook.com/zoran.sprajc/posts/416328013191361>(pristupljeno 8.7.2022.)
25. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=416801799810649&set=a.278713173619513>(pristupljeno 8.7.2022.)
26. <https://www.facebook.com/24sata/posts/pfbid0p9QtMXVyA4GMup3uqvPjjCWW6oB4Wvh9UkmYRpZVDcHvLwXciN52ZKc4zRjjDbbAl>(pristupljeno 8.7.2022.)
27. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/na-festivalu-slobode-govornici-ekstremisti-i-oko-tri-tisuce-ljudi-ovo-je-rat-izmedu-dobra-i-zla-15103311>(pristupljeno 7.7.2022.)
28. <https://www.24sata.hr/news/novinara-rtl-a-su-izudarali-prosvjednici-dobio-udarac-u-rebra-a-potom-i-dva-samara-798038> (pristupljeno 2.7.2022.)
29. <https://www.vecernji.hr/vijesti/veliki-prosvjed-protiv-covid-potvrda-u-zagrebu-stizu-busevi-iz-cijele-hrvatske-1540888/komentari?page=5>(pristupljeno 2.7.2022.)
30. <www.tportal.hr/vijesti/clanak/pogresno-je-sve-prosvjednike-svrstavati-u-isti-kos-kad-se-razotkriju-vode-bunta-sve-manje-gradana-ce-ih-zeljeti-slijediti-plenkovicu-zapravo-ovo-moze-pomoci-foto-20211122> (pristupljeno 7.7.2022.)

31. <https://flash.hr/2021/11/novinar-rtl-a-izmislio-napad-na-sebe-na-prosvjedu-protiv-covid-potvrda-mediji-su-ti-koji-vec-dvije-godine-napadaju-i-vrijedaju-ljude-koji-se-protive-besmislenim-mjerama-stozera/>(pristupljeno 7.7.2022.)
32. <https://crodex.net/novinari-koji-nas-svakodneвно-optuzuju-da-sirimo-zarazu/> (pristupljeno 30.6.2022.)
33. <https://narod.hr/hrvatska/trg-pun-brojke-razlicite-od-5-do-50-000> (pristupljeno 7.7.2022.)
34. <https://www.vecernji.hr/vijesti/koliko-je-zapravo-glup-onaj-koji-ne-nosi-masku-protiv-korone-1417411> (pristupljeno 30.6.2022.)
35. <https://www.logicno.com/politika/je-li-rtl-opet-skandalozno-slagala-imamo-iskaz-svjedoka-o-navodnom-napadu-na-njihovog-reportera.html> (pristupljeno 7.7.2022.)
36. <https://www.24sata.hr/news/zbog-radija-je-na-trg-doslo-120-tisuca-ljudi-da-sam-poslusao-tudmana-zagreb-bi-bio-u-krvi-798071> (pristupljeno 11.7.2022.)
37. <https://www.24sata.hr/news/gotovinu-i-markaca-tog-je-dana-na-trgu-docekali-100-000-ljudi-cijela-zemlja-plakala-je-od-srece-796629> (pristupljeno 11.7.2022.)
38. www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske(pristupljeno 19.8.2022.)
39. https://thirdworldtraveler.com/Chomsky/ChomOdon_GlobEcon.html (pristupljeno 6.9.2022.)
40. <https://www.hnd.hr/intervju-ante-gavranovic-bijeg-novinara-izvan-struke-poprima-ozbiljne-razmjere> (pristupljeno: 5.9.2022.)
41. <https://www.24sata.hr/news/broj-umrlih-veci-nego-od-gripe-723874> (pristupljeno: 5.9.2022.)
42. www.vecernji.hr/vijesti/uskoro-uzivo-stozer-objavljuje-nove-informacije-o-koronavirusu-1503263 (pristupljeno: 5.9.2022.)
43. <https://www.24sata.hr/news/bozinovic-markotic-i-capak-cijepit-cemo-se-pred-kamerama-732092> (pristupljeno: 5.9.2022.)
44. <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/opet-smo-izracunali-koliko-doista-ljudi-stane-na-trg-bana-jelacica-20160602> (pristupljeno 19.9.2022.)
45. www.facebook.com/bujicavelimirbujanec/posts/2706986799447970 (pristupljeno 19.9.2022.)
46. <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/evo-koliko-doista-ljudi-stane-na-trg-bana-jelacica-20140107> (pristupljeno 19.9.2022.)

POPIS SLIKA

Slika 1. Riječ "antikoronaš" kao svakodnevnica u medijskom rječniku	2
Slika 2. Novinar Ivan Hrštić bez maske	15
Slika 3. Komentar nepovjerenja korisnice Facebooka	16
Slika 4. Novinar N1 televizije ispred i iza kamere (1.2.2022.).....	17
Slika 5. Primjer vijesti o napadu na novinara	20
Slika 6. Status novinarko o napadu na njenog kolegu	20
Slika 7. Naslov sa Zagreb.info - nema potvrde iz policije.....	21
Slika 8. Prosvjed protiv COVID potvrda u Zagrebu	23
Slika 9. Primjer naslova s portala Narod.hr	23
Slika 10. Telegram o broju prosvjednika.....	24
Slika 11. Index o broju prosvjednika.....	24
Slika 12. Transparent na prosvjedu: Festival slobode	25
Slika 13. Pojam "antimaskeri" u naslovu portala N1	25
Slika 14. Primjer objave iz Jutarnjeg lista	27
Slika 15. Primjer naslova o prosvjedu iz Indexa.hr.....	28
Slika 16. Primjer govora mržnje, Novi list.hr	30
Slika 17. Primjer vrijeđanja, Večernji.hr	30
Slika 18. Primjer govora mržnje, Reddit	30
Slika 19. Primjer govora mržnje, Facebook.....	30
Slika 20. Primjer govora mržnje, Facebook.....	30
Slika 21. Primjer govora mržnje prema Ministru zdravstva	31
Slika 22. Primjer govora mržnje, Facebook.....	31
Slika 23. Primjer govora mržnje u komentarima, Facebook	32
Slika 24. Primjer govora mržnje, Facebook.....	32
Slika 25. Primjer govora mržnje - Večernji.hr.....	32
Slika 26. Primjeri vrijeđanja u komentarima, Facebook	33
Slika 27. Primjeri govora mržnje upućenih novinaru, autoru objave.....	34

PRILOZI

Anketni upitnik

Poštovani,

pred Vama se nalazi anketni upitnik o (ne)poštivanju važnih etičkih i novinarskih načela u mainstream medijima za vrijeme pandemije COVID-19 u Hrvatskoj. Anketa je u potpunosti anonimna te će se dobiveni rezultati koristiti isključivo u svrhe istraživačkog dijela diplomskog rada na diplomskom studiju Odnosi s javnostima na Sveučilištu Sjever.

Za ispunjavanje upitnika potrebno je nekoliko minuta. Molim Vas da pažljivo pročitate pitanja te da na njih odgovorite iskreno.

Unaprijed se zahvaljujem svakom pojedincu na sudjelovanju u istraživanju!

Ivana Mihalić

***Obavezno**

1. dio: Demografska struktura ispitanika

1. Spol:*

- a) muško
- b) žensko

2. Dobna skupina:*

- a) do 24 godine
- b) od 25 do 34
- c) od 35 do 44
- d) od 45 na više

3. Stupanj obrazovanja:*

- a) osnovna škola
- b) srednja škola
- c) preddiplomski stručni/sveučilišni studij
- d) diplomski stručni/sveučilišni studij
- e) postdiplomski stručni/sveučilišni studij

4. Radni status:*

- a) zaposlen/a
- b) nezaposlen/a
- c) učenik/student
- d) umirovljenik/ca

2. dio: Opće navike i stajališta ispitanika o temi

5. Odaberite svoj dominantni izvor informacija za vrijeme pandemije COVID-19.*

- a) televizija
- b) novine
- c) radio
- d) internetski portali
- e) medijske objave na društvenim mrežama

6. Koliko često ste se susreli sa **stereotipima** prema **protivnicima mjera** od strane novinara? (Npr. pojmovi: "*antivakseri, ravnozemljaši, teoretičari zavjere, ekstremisti...*")*

1 – nikad

2 – vrlo rijetko

3 – ponekad

4 – često

5 – vrlo često

7. Koliko često ste se susreli s **uvredama** prema **protivnicima mjera** od strane novinara? (Npr. pojmovi: "*zadrti, nazadni, sebični, besposličari, katolibani, neinteligentni, sektaši...*")*

1 – nikad

2 – vrlo rijetko

3 – ponekad

4 – često

5 – vrlo često

8. Koliko često ste se susreli sa **stereotipima** prema **zagovornicima mjera** od strane novinara? (Npr. pojmovi: "*vakseri, paničari, oštromjeraši, koronaši...*")*

1 – nikad

2 – vrlo rijetko

3 – ponekad

4 – često

5 – vrlo često

9. Koliko često ste se susreli s **uvredama** prema **zagovornicima mjera** od strane novinara? (Npr. pojmovi: *"lažljivci, plaćenici, profiteri, totalitaristi, sektaši, diktatori, fašisti..."*)*

1 – nikad

2 – vrlo rijetko

3 – ponekad

4 – često

5 – vrlo često

10. Smatrate li da je za vrijeme pandemije u medijima bilo prisutno generaliziranje prema ljudima različitih uvjerenja? (Npr. *"protivnici cijepljenja su "desničari" / zagovornici cijepljenja su "ljevičari"...*)*

a) Da, smatram da je bilo generaliziranja.

b) Ne, ne smatram da je bilo generaliziranja.

c) Nisam siguran/na.

11. Kako doživljavate objavu *Jutarnjeg lista* koja glasi: *"Namjeravate li za blagdane izbjegavati necijepljene?"* *

a) Smatram pitanje profesionalno postavljenim i ne vidim problem u istome.

b) Smatram pitanje neprofesionalno postavljenim te vidim problem u istome.

c) Nisam siguran/na.

12. Koliko se slažete/ne slažete s mišljenjem da su mediji (općenito) svojim načinom izvještavanja poticali podjelu među cijepljenima i necijepljenima?*

a) nimalo se ne slažem

b) uglavnom se ne slažem

c) niti se slažem, niti se ne slažem

d) uglavnom se slažem

e) u potpunosti se slažem

13. Koliko se slažete/ne slažete s mišljenjem da su mediji (općenito) svojim načinom izvještavanja poticali netoleranciju među cijepljenima i necijepljenima?

a) nimalo se ne slažem

b) uglavnom se ne slažem

c) niti se slažem, niti se ne slažem

d) uglavnom se slažem

e) u potpunosti se slažem

14. Koliko često ste se susretali s govorom mržnje u hrvatskim medijima za vrijeme pandemije COVID-19 (uključujući i komentare ispod medijskih objava)?

a) nikad

b) vrlo rijetko

c) ponekad

d) često

e) vrlo često

15. Ocijenite svoju razinu povjerenja prema hrvatskim medijima (općenito) kad je u pitanju izvještavanje o pandemiji.

1 - izrazito nisko

2 – uglavnom nisko

3 - srednje

4 – uglavnom visoko

16. Ukoliko imate vlastiti primjer (ne)poštivanja etičkih načela u doba pandemije COVID-19 iz medija, ovdje ga u svrhu istraživanja anonimno možete navesti. (neobavezno)

Popis grafikona

Grafikon 1. Spol ispitanika	36
Grafikon 2. Dobna skupina ispitanika	37
Grafikon 3. Stupanj obrazovanja ispitanika.....	37
Grafikon 4. Radni status	38
Grafikon 5. Odabir dominantnog izvora informacija za vrijeme pandemije	38
Grafikon 6. Učestalost susretanja sa stereotipima prema protivnicima mjera od strane novinara	39
Grafikon 7. Učestalost susretanja s uvredama prema protivnicima mjera od strane novinara .	40
Grafikon 8. Učestalost susretanja sa stereotipima prema zagovornicima mjera od strane novinara	40
Grafikon 9. Učestalost susretanja s uvredama prema zagovornicima mjera od strane novinara	41
Grafikon 10. Razina generaliziranja prema ljudima različitih uvjerenja.....	42
Grafikon 11. Objava Jutarnjeg lista: „Namjeravate li za blagdane izbjegavati necijepljene?“	42
Grafikon 12. Stavovi ispitanika o medijskom poticanju podjele među cijepljenima i necijepljenima	43
Grafikon 13. Stavovi ispitanika o medijskom poticanju netolerancije među cijepljenima i necijepljenima	44
Grafikon 14. Razina govora mržnje u hrvatskim medijima.....	44
Grafikon 15. Razina povjerenja prema hrvatskim medijima - koronavirus	45



**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

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

Ja, Ivana Mihalić (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica ~~završnog/diplomskog~~ (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom (Ne)poštivanje etičkih načela novinarstva u doba pandemije COVID-19 (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nezovoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.
na primjerima odabranih medija u Hrvatskoj

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

IVANA MIHALIĆ

(vlastoručni potpis)

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

Ja, Ivana Mihalić (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom ~~završnog/diplomskog~~ (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom (Ne)poštivanje etičkih načela novinarstva u doba pandemije COVID-19 (upisati naslov) čiji sam autor/ica.
na primjerima odabranih medija u Hrvatskoj

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

IVANA MIHALIĆ

(vlastoručni potpis)