

Stjepan MALOVIĆ*

ZANEMARENA VJERODOSTOJNOST MIŠLJENJA HRVATSKIH NOVINARA I STRUČNJAKA

Sažetak: Vjerodostojnost medija je od izuzetnog značaja jer publika medija gubi povjerenje u nevjerodostojne medije, te ih prestaje konzumirati. Stoga se u Europskoj uniji provodi redovito istraživanje MediaAct, koje istražuje, prema jedinstvenoj metodologiji, vjerodostojnost medija u zemljama članicama te nekim drugim, značajnim zemljama u susjedstvu EU.

Hrvatska je prvi put obuhvaćena tim istraživanjem jer je postala članicom EU. Glavni istraživač za Hrvatsku je autor ovog teksta, koji je u sklopu istraživanja obavio strukturirani intervju s uglednim medijskim stručnjacima, znanstvenicima i novinarima. Rezultati intervjua objavljuju se u ovom tekstu, a oni su, ukratko, vrlo loše ocijenili vjerodostojnost medija u Hrvatskoj.

Opća ocjena je da hrvatski mediji nisu vjerodostojni, netočni su i poluobrazovani. Stručnjaci ocjenjuju vjerodostojnost jedva prolaznom ocjenom i nezadovoljni su vjerodostojnošću medija, a interneta pogotovo.

Hrvatski nezavisni novinari nisu nezavisni, a to je i teško za vjerovati jer je dobro poznato o čemu im je dozvoljeno izvještavati. Ne mogu biti nezavisni jer se boje da će izgubiti posao, plaća im je mjerilo. Izdavači ne brinu o vjerodostojnosti, zašto i bi, jer profit je njihov interes!

Kako publika ocjenjuje vjerodostojnost medija? Istraživanje GfK pokazuje da im više od 50% korisnika medija ne vjeruje, što se vidi po padu naklada. Publika nije educirana pa ocjenjuje medije prema svom mišljenju, a ne objektivno. Osim toga, publika je zaglupljena, pa ne očekuje previše od medija.

Ima li nade? Pesimizam prevladava i teško je vjerovati boljitku u ovakvom medijskom okruženju. Izlaz je samo u jačanju javnosti a mediji upravo javnost zanemaruju i prigušuju. Sve to liči na psa koji uzaludno pokušava uloviti svoj rep.

Ključne riječi: *vjerodostojnost, mediji, novinari, istraživanje*

* Stjepan Malović, umirovljeni redovni profesor u trajnom zvanju Sveučilišta u Zadru

1. ZNAČAJ VJERODOSTOJNOSTI MEDIJA

Vjerodostojnost medija je od izuzetne važnosti u cjelokupnosti medijske produkcije. Mediji koji nisu vjerodostojni gube svoj ugled, gube publiku i, gledano na duži rok, gube svoju ulogu. Svi sudionici procesa proizvodnje medija, a prvenstveno novinari, urednici i nakladnici, moraju voditi računa o vjerodostojnosti.

Poštenje je temelj vjerodostojnosti novinarova izvještaja. Ako čitatelj, slušatelj ili gledatelj uoči nepoštenje, on gubi povjerenje u novinara i medij koji je to objavio. [1]

Jedan od vodećih teoretičara deontologije medija Claude Jean Bertrand smatra da je temelj vjerodostojnosti unaprijediti medijske usluge publici; obnoviti prestižnost medija u očima javnosti; različito zaštititi slobodu govora i tiska; za profesiju to je nezavisnost koja treba igrati svoju ulogu u razvoju demokracije i boljitku čovječanstva. [2]

Ugledni teoretičar masovnog komuniciranja Dennis McQuail definira vjerodostojnost kao dobrovoljne ili prisilne procese kojima mediji odgovaraju izravno ili neizravno društvu, kako bi osigurali kvalitetu i/ili konzekvence publiciranja. [3]

Novinarska kultura i medijski sustav značajno utječu na vjerodostojnost medija. U Hrvatskoj je medijski model kombinacija ostataka komunizma i utjecaja zapadne demokracije. Sovjetski medijski model teorijski je definirao Wilbur Schramm. [4] Taj model je postojao gotovo pola stoljeća i duboko je ukorijenjen u našoj medijskoj sredini. Padom komunizma i uspostavom demokratskog sustava došlo je do promjena pa se pojavio novi tip novinarstva, temeljen na tekovinama zapadne demokracije, a možemo ga usporediti s mediteranskim modelom koji su definirali Hallin i Mancini. [5] Zapravo, ova dva modela se još uvijek isprepliću i teško je predvidjeti u kojem pravcu će se razviti medijska scena zemalja u tranziciji. Predugo i previše uporno odolijeva sovjetski medijski model, pa optimizam ne prevladava.

Sve to utječe na medijsko okruženje. Traže se bolja rješenja, koja bi zadovoljila potrebe publike, ali i medija. Zbog toga se vjerodostojnosti posvećuje velika pažnja u cijelom svijetu, a naročito u Europskoj uniji (EU). Erich Broch Institute for International Journalism iz Dortmunda već četiri godine koordinira istraživanje „Media Accountability and Transparency in Europe” (MediaAcT). Obuhvaćene su sve EU zemlje, svake godine i neke od značajnijih arapskih zemalja te zemlje Istočne Europe. Hrvatska, kao nova članica,

prvi put je uvrštena u istraživanje u 2004. godini. Rezultati se očekuju krajem 2005. i biti će objavljeni u posebnoj publikaciji te na www.mediacr.eu.

Rezultati istraživanja nisu dobri. Vjerodostojnost hrvatskih medija dobila je ocjenu: loše.

Ocjenu možemo opisati na sljedeći način: niska razina medijske kulture, slabo novinarstvo, publika zamorena senzacionalizmom, veliki oglašivači diktiraju medijske sadržaje, političari kontroliraju, izravno i neizravno, medije te spora i nezavršena tranzicija iz socijalizma u slobodne medije.

Istraživanje je provedeno prema jedinstvenoj metodologiji, koja se temelji na deontologiji medija koju je postavio Claude Jean Bernard, na medijskim modelima koje su postavili Daniel Hallin i Paolo Mancini, te na teorijskim postavkama Dennis McQuaila. Glavni istraživači su Susane Fengler, Tobias Eberwein i Mathias Karmasin. Glavni istraživač i autor izvještaja za Hrvatsku je Stjepan Malović.

Kao pomoćna istraživačka metoda proveden je strukturirani intervju s vodećim novinarima, medijskim stručnjacima i profesorima novinarstva, koji prezentiramo u ovom tekstu.

2. STRUKTURIRANI INTERVJU

Strukturirani intervju dio je opširnijeg istraživanja koje je obavljeno prema metodologiji zadanoj od *MediaActa*. Svrha intervjuja bila je da se podaci prikupljeni drugim metodama istraživanja stave u kontekst općeg razumijevanja vjerodostojnosti medija.

SUDIONICI

Skupina uglednih hrvatskih medijskih stručnjaka, novinara i nastavnika raznih studija novinarstva sudjelovala je u strukturiranom intervjuu. Svi su odgovarali na isto pitanje i svatko je, iz svog ugla, iznosio stavove o vjerodostojnosti medija.

Sudionici razgovora bili su (po abecednom redu):

1. Nensi Blažević, doktorska studentica, nekadašnja urednica središnjeg dnevnika HTV, a sada nastavnica na veleučilištu VERN.

2. Prof. dr. sc. Slobodan Danko Bosanac, fizičar, znanstveni istraživač Instituta Ruđer Bošković, predsjednik hrvatskog ogranka međunarodne nevladine udruge Center for Requires (CFI), koja okuplja ugledne znanstvenike.

3. Prof. dr. sc. Inoslav Bešker, profesor na više talijanskih i hrvatskih studija, dopisnik *Jutarnjeg lista* iz Rima.

4. Renato Ivanuš, doktorski student, donedavni glavni urednik najprodavanijeg dnevnog lista u Hrvatskoj, *24 sata*, nastavnik poslovne škole Bernays.

5. Zlatko Herljević, novinar, negdašnji glavni urednik dnevnog lista *Vjesnik*, nastavnik veleučilišta VERN.

6. Doc. dr. sc. Ivan Tanta, voditelj diplomskog studija Upravljanje poslovnim komunikacijama, predaje predmete iz odnosa s javnostima na više studijskih programa, bivši novinar.

7. Stanislav Bender, doktorski student, analitičar medija u Agenciji za elektroničke medije, predaje predmete iz *online* novinarstva na veleučilištu VERN i Sveučilištu u Dubrovniku, negdašnji urednik news portala Net. hr.

8. Prof. dr. sc. Tena Perišin, predaje na Studiju novinarstva Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, novinarka i urednica HTV.

Sudionici su birani prema svojem znanstvenom i profesionalnom angažmanu, a njihova opredjeljenja, ideološki ili politički stavovi nisu uzimani u obzir jer nemaju veze s temom koju smo istraživali.

Iz popisa je vidljivo da se radi o osobama koje imaju veliko radno iskustvo i to u više sredina. Svi su bili barem u jednom razdoblju profesionalni novinari. Neki su imali, ili još uvijek imaju, vrhunske uloge u novinarstvu i to u raznim medijima. Sudionici su radili u raznim medijima, od novina do televizije i news portala. Veći dio sudionika ujedno djeluje u nekom obliku obrazovanja novinara i sudjeluju u znanstvenom istraživanju medija i novinarstva. Neki su ugledni sveučilišni profesori, neki nastavnici na privatnim visokim školama. Svi su angažirani u znanstvenom istraživanju i analiziraju medije iz raznih aspekata.

Prof. dr. sc. Slobodan Bosanac je izuzetak. On jedini nije izravno vezan uz medije i novinarstvo. Bosanac je ostvario respektabilnu međunarodnu znanstvenu karijeru na području fizike i astronomije. No, ujedno je osoba koja je vrlo angažirana u društvenom životu, o čemu govori njegova djelatnost u CFI, međunarodnoj nevladinoj udruzi koja propituje zbivanja u društvu, ukazuje na negativnosti i štiti neke opće vrijednosti, ali bez izravnog upletanja u politike, pogotovo ne dnevnopolitičku scenu.

Druga iznimka je Ružica Cigler, zastupnica čitatelja u *Večernjem listu*, bivša glavna urednica i novinarka tih novina i nastavnica na veleučilištu VERN. Ružica Cigler ima jedinstvenu ulogu u hrvatskim medijima jer redovno komunicira s čitateljima, uvažava njihove primjedbe, prenosi ih novinarima u redakciji, a čitatelje izvještava što je poduzela. Vrlo često jasno, kritički i bez

dlake na jeziku obrazlaže zbivanja u novinama, ukazujući gdje su novinari pogriješili ili pak kako se nešto moglo bolje napisati. Ni u jednom, ni u drugom hrvatskom mediju nema takve komunikacije redakcije s čitateljima. To je putokaz koji bi mogle koristiti i druge redakcije u Hrvatskoj. Njoj smo postavili posebna pitanja koja objavljujemo na kraju teksta.

3. PITANJA I ODGOVORI

Sudionicima smo postavili seriju od šest pitanja kojima smo željeli utvrditi postoji li vjerodostojnost medija, koji su glavni uzroci lošeg stanja i jesu li konzumenti medija svjesni što im se „prodaje” te štiti li zakon profesionalno novinarstvo. Odgovori nisu bili uvjetovani, pa su neki sudionici bili vrlo decidirani, ali i lapidarni, odgovarajući s rječitim „Ne” na neka pitanja. Neki su pak smatrali da treba opširnije elaborirati svoje stavove.

Predstaviti ćemo odgovore svih sudionika na svako pitanje redom, tako da se mogu uspoređivati odgovori i kako bi se moglo doći do nekog zajedničkog rezultata.

1. PITANJE: Ocijenite vjerodostojnost hrvatskih medija.

Prvo pitanje bilo je općenito, kako bi se utvrdila i osnovna ocjena o stanju hrvatskih medija. Dva sudionika su bila vrlo jezgrovita u svojim odgovorima. Ivan Tanta smatra kako su mediji nevjerodostojni, neutemeljeni, i poluobrazovani, a Renato Ivanuš ima slično mišljenje: „Vjerodostojnost hrvatskih medija je relativno niska, što je vidljivo i iz istraživanja koja utvrđuju povjerenje građana u medije”.

Danko Bosanac također je sažet: „Središnje pravilo za korištenje medija u Hrvatskoj kao izvorom pouzdane informacije je sumnja i provjera iz drugi neovisnih izvora. U prosjeku, hrvatski mediji ne donose provjerene informacije”.

Tena Perišin profesorski ocjenjuje vjerodostojnost čistom „dvojkom”, jedva prolaznom ocjenom.

Perišin objašnjava: „Naravno, zavisi od medija, medijske kuće, novinara itd. Istina je da su mediji otkrili neke afere i skandale, ali to je još uvijek nedovoljno. U Hrvatskoj ne postoje niti jedne novine ili tjednik za koje bi se moglo reći da im se vjeruje. Sve je prisutniji spin i pseudodogađaji u tvorbi informativnih sadržaja. U tv programu, a posebno na HRT-u (radio i tv), postoje brojne emisije koje bi se mogle smatrati vjerodostojnima, ali kada je riječ o

glavnim informativnim emisijama, često se sadržaj svodi na ponavljanje informacija koje smo već čuli uz reakcije na nešto što samo po sebi nije događaj.”

Nensi Blažević se pita: „Kako vjerovati hrvatskim medijima kad o istom događaju izvještavaju posve različito, kad jedni na nekom skupu izbroje 50 tisuća ljudi, drugi jedva 10 tisuća ljudi, kad je za jedne premijer zločinac, za druge heroj, kad jedni niječu postojanje zločina, drugi ih potenciraju, kad ispravak nekog teksta bude objavljen na nevidljivom mjestu fontom veličine 2, kad ljudska tragedija diže nakladu, kad čitamo lažne intervjuje, kad su najčešći i „najvjerodostojniji” — neimenovani visoki izvori iz neke od hrvatskih institucija, kad se novinari bez sustezanja svrstavaju na političku stranu, kad, kad, kad, kad...”

Inoslav Bešker raščlanjuje pitanje prema pojmovima i kaže: „Ako se pitanje odnosi na vjerodostojnost samih medija, imam dojam da su mediji vjerodostojni: telefonija je vjerodostojna utoliko što se rečeno na jednom kraju čuje u istom obliku na drugom kraju; radiofonija je vjerodostojna utoliko što se zvuci emitirani pri odašiljanju vjerno reproduciraju u prijemniku; tisak je vjerodostojan jer otiskuje ono što je procesirano i preneseno na offsetne valjke itd.)”.

Ako se pitanje odnosi na novinski informativni sadržaj prenesen pojedinih medijima, što se katkad supsumira nespretnom ali popularnom sintagmom „mediji masovnog komuniciranja”, posve bi neznanstveno bilo ocjenjivati vjerodostojnost „odokativno”, bez utvrđivanja (1) koji su parametri vjerodostojnosti te (2) istraživanja koliko su ti parametri poštovani. Budući da sam odsutan iz Hrvatske, nemam nikakva uvida u informativni program ni radija ni televizije u Hrvatskoj, imam nekakav uvid u novinsku informaciju na Webu, uglavnom kroz portale, te ograničen uvid u tiskana novinska glasila. Dakle, ne mogu dati objektivnu ocjenu, a i dojam mi je ograničen. Ipak, govoreći na razini dojma (i da se ne bi reklo da potcjenjujem ispitivača odnosno anketu), mogu reći da nisam zadovoljan vjerodostojnošću ni tiskanih sadržaja, a još manje internetskih (zanimljivo je da ista glasila sebi dopuštaju više „slobode” na internetu nego u tisku; paradigmatički primjer su „Istinite priče” na portalu Jutarnji.hr, evidentno izmišljene, koje ipak nisu ponuđene u tiskanom izdanju).

„Po definiciji su nevjerodostojni svi sadržaji koji proriču događaje, u čemu su prednjačila informativna izdanja EPH (osobito Globus), iako jedna od maksima glasi da nije događaj ono što će se dogoditi, nego ono što se dogodilo, odnosno što se događa. Gatanja o godini ulaska RH u EU su tipičan i žalostan primjer s naslovnih stranica. Opet na razini dojma, nedovoljno uravno-

teženo, i u tom smislu nevjerodostojno, izvještava se o događajima i stavovima, jer izvijest nije uravnotežena, nego se težište baca na atraktivno, senzacionalno, pa i iskrivljujući pojednostavljivanjem (namjerno ili „po defaultu”) ono što je sugovornik rekao (to nije specijalitet samo hrvatskih glasila). Posebno poglavlje su naslovi i oprema (jedan nagrađivani hrvatski novinar ponudio je svom nakladniku večeru prvi put kada nad nekim svojim tekstom duljim od 4.500 znakova nađe naslov koji nije suprotan sadržaju). Sljedeći tip nevjerodostojnosti utemeljen je u pristranosti glasila, a iznimno i samih novinara.”

Zlatko Herljević smatra da su hrvatski mediji u dobroj mjeri nevjerodostojni, bez obzira da li je riječ o medijima na nacionalnoj ili lokalnoj razini. Još uvijek se osjeća jak utjecaj politike raznih interesnih lobija, iako je u posljednje vrijeme pojačan utjecaj velikih korporacija protiv kojih se u novinama ili u elektroničkim medijima ne smije objaviti ni retka.

Poznat mi je slučaj portala *Indeks*, koji je višemilijunski oglasni kolač izgubio jer se usudio raditi na temi koja se nije dopala jednom od najutjecajnijih gospodarstvenika Ivici Todoriću, vlasniku Agrokora, najveće tvrtke u zemlji. No, kroz kontakte s kolegama čuo sam i za niz drugih primjera.

Imam osjećaj da građani imaju sve manje povjerenja u medije jer su mediji gotovo u potpunosti zanemarili važnu društvenu ulogu da informiraju i obrazuju, a uglavnom se bave time kako povećati čitanost i gledanost kroz zabavne sadržaje. Bilo bi shvatljivo da u tome prednjače komercijalne televizije, međutim, program javne televizije je deficitaran sadržajem od javnog interesa pa je, primjerice, emisija o književnosti ‘Knjiga ili život’ emitirana na javnoj televiziji samo jednu sezonu.

Iako, mora se priznati, Hrvatska radiotelevizija u posljednjih godinu dana posvećuje više pažnje dokumentarnom i program vezanom za znanost i kulturu. No, većina od tih emisija ide obično u kasnim terminima.

Stanislav Bender također je kritičan: „Vjerodostojnost je nekoć bila glavna moneta medija. Informatizacija medija potkopala je vrijednost nekih profesionalnih normi među kojima je i vjerodostojnost i sada je ta ideja naširoko diskreditirana kao nemoguća i zbog toga neka vrst nekorisnog standarda kojem težimo.

Novinarske norme postavljene su odavno još u vrijeme kada su se povjerenje i gradnja medijskih carstva bazirali na oskudnosti i distribuciji. U dobu digitalnog obilja, ekonomskih promjena, sve je manje vjerojatno da će isti pristup vrijediti i u budućnosti. Naravno, ovo hrvatski novinari ne bi smjeli pobrkati s općim nedostatkom relevantnosti bilo kojeg profesionalnog standarda.”

Dvojbe nema: svi sudionici bili su vrlo kritični i svi smatraju da nema vjerodostojnosti, barem ne u onom obliku kako to znanost i profesija definiraju.

2. PITANJE: Koji su glavni uzroci lošeg stanja u medijima?

Ovim se pitanjem željelo ustanoviti koji su uzroci lošem stanju. Dva sudionika opet imaju vrlo kratke, ali znakovite odgovore. Danko Bosanac smatra da je uzrok bitka za marketing, a Ivan Tanta okrivljuje neobrazovanost, manjak kulture dijaloga i opće kulture.

Nensi Blažević misli da je uzrok loša gospodarska situacija, gramzivost nakladnika, politički pritisci, utjecaj transnacionalnih korporacija, lažna demokracija, jednostranost izvora informacija, senzacionalizam, žutilo, skandali, neobrazovanost, nepismenost, erozija društvenih vrijednosti uopće...

Svoj doprinos ima i publika koja u rezigniranosti u odnosu na sve u društvu, pa tako i na medije, više ne obraća dovoljno pozornosti ili pak, s druge strane, sadržaj koji joj se nudi uzima zdravo za gotovo.

Renato Ivanuš nema dvojbe: „Glavni uzroci su vezani uz gospodarsku krizu koja se neminovno odražava i na medijsku industriju. Mediji (njihovi vlasnici) su ovisni o oglašivačima (koji postavljaju svoje ponekad nerealne zahtjeve), političari i dalje žele imati kontrolu nad medijima (pa nastoje kazniti one ‘neposlušne’), a novinari zbog teške situacije u branši nemaju previše izbora i moraju raditi kako im se naredi.”

Za razliku od njih, Tena Perišin smatra da je ekonomska kriza samo je jedan od razloga.

Perišin kaže: „Mediji u Hrvatskoj gube vjerodostojnost još od vremena domovinskog rata kada je u medijima dominirala propaganda, a danas se recikliraju neprestano iste podjele. U novinarstvu je sve manje rasnih novinara koji su u stanju analizirati neku pojavu problem.”

Inoslav Bešker smatra sljedeće: „Uzroka je mnogo, a dva su najbitnija: ovisnost glasila o financijerima te površnost i zanatski nehaj (ili čak neobrazovanost) novinara i urednika.

„(1) Ovisnost. Postojeća kriza u Hrvatskoj (za koju glavnu krivicu ne snose novinari, nego kapitalistička klasa i političarski sloj) bitno je smanjila prihod od marketinga. Dok su 2002. prihodi od reklama iznosili 55–65 posto prihoda dnevnih listova (unatoč nepostojanju ograničenja za reklame na televizijama i nedopustivome dampingu Hrvatske televizije), već u 2009. pali su na 30 posto prihoda. Istodobno su se smanjili i prihodi od prodaje uslijed slabljenja kupovne moći stanovništva. To je učinilo da se ukupni prihod

dnevni listova prosječno smanjio za oko 40 posto (a sam prihod od marketinga je smanjen za oko 70 posto).

„Rezultat je da je u jednoj zagrebačkoj dnevnoj redakciji još 2009. radilo oko 320 uposlenih i stalnih suradnika, a da je sada taj broj manji od 80. To je stanje u kojemu su dokinuta dopisništva, pokrivanje terena svedeno je na minimum, nema putovanja, nema investicija, nema istraživanja, izbjegava se rizik, a plasiranje gadgeta je pitanje opstanka.

„Velik broj tiskovina je propao. Od preostalih tiskovina, otkako je i *Novi list* pao u vlasništvo banke, samo još *Styrijina* i *EPH*-ova izdanja posluju isključivo na tržištu (uključujući marketing), dok su sva ostala na ovaj ili onaj način sufincirana. Dakle, ovisna o onome tko odobrava novac za egzistenciju (i kome se onda, makar i podsvjesno, ide niz dlaku). Kadrovska sječa i isti proizvodni pritisak raspoređen na manji broj ljudi nužno uzrokuje povećanje kvantitete, ali i slabljenje kvalitete, manjak vremena za kontrolu i doradu, površnost, greške.

„ (2) Odgojna i obrazovna zapuštenost. Novinari u Hrvatskoj, osim rijetkih iznimaka, nemaju kulturu pisanja i govora. Polupismeni su na razini gramatike (i to one koju nisu naučili u posve zapuštenoj osnovnoj školi, što se teško ispravlja; pate se s deklinacijom, ne znaju se služiti leksikom itd.). Polupismeni su na razini zanata. Stežu titule maga novinarstva iako su sveučilišni studiji više koncipirani kao studiji o novinarstvu, nego studiji novinarstva, nisu kroz vježbe utvrdili način pisanja, snimanja i montiranja raznih vrsta i rodova priloga, loše se izražavaju, zanose se zvučnim terminima, dopuštaju sebi da pišu ili govore napamet, ne provjeravaju izvore, intervju vode bez kontradiktora, poneki čak dopisno, pa im može podvaliti svaka budala, uključujući ministre (primjeri su notorni). Možda bi se — nakon svega sveučilišnog ili veleučilišnog rastezanja — morao uvesti stručni ispit nakon dvije godine prakse. S druge strane, početnici su plaćeni tako bijedno da ostaju ili oni koji manijakalno žele biti novinari, ili oni koji nisu kadri naći išta lukrativnije, a ta negativna selekcija nadalje srozava ugled. Veći ugled u javnosti imaju predstavnici za odnose s javnošću (koji po definiciji ne iskazuju svu istinu i ništa osim istine, jer zastupaju interese onoga čiji proizvod nude i hvale), nego novinari koji bi morali zastupati sve građane, svakog građanina i nikoga osim građana, svojih klijenata.”

Zlatko Herljević naveo je više je uzroka:

1. Netransparentni vlasnički odnosi u medijima ili prikrivanje pravih podataka o vlasništvu.

2. Nedefinirana i nekonzistentna uređivačka politika. Primjerice, *Jutarnji list* je slavio pobjedu SDP-a na izborima 2000. godine. Čak je u Novinarskom domu dijelio diplome ‘zaslužnima za demokraciju’ da bi dolaskom Ive Sanadera i HDZ-a ponovno na vlast 2004. promijenio smjer i ulizivački podržavao sve njegove poteze.

3. Slizanost vlasničkih uredničkih struktura s tajkunima i političarima, što dovodi do potpune blokade novinara i autocenzure jer novinari da bi preživjeli moraju pisati kako gazda kaže ili prešućivati važne činjenice. Ili im se izravno kaže: ‘Ako vam nije dobro idite’.

4. Jurnjava za senzacijama, manjak analitičkih tekstova, što svjedoči o padu kvalitete novinara pa često i prečesto novinske analize rade profesori i stručnjaci izvan novina jer redakcije nemaju dovoljno kvalificiranih sektorskih novinara koji bi ih napisali. Nije loše da se čuju stručna mišljenja, ali novinari bi trebali pisati tekstove jer su za to trebali biti osposobljeni i plaćeni.

5. Potpuni izostanak mentorskog rada s mladim novinarima zbog manjka vremena i ljudstva.

6. Nekadašnje institucije poput Centra za izobrazbu novinarskih kadrova novinske kuće *Vjesnik* u potpunosti su iščezle, tako da mladi novinari padaju ravno u ‘šake’ nedovoljno obrazovanih urednika koji i sami nisu prošli obuku pa se često dešava da novinar ne prepozna je svoj tekst nakon uredničke intervencije. Novinarima koji se pobune da naslov ne odgovara činjenicama obično se kaže da to nije njihov problem i da ne znaju ništa o uređivanju.

7. Novinari su sve više socijalno ugroženi, osobito u posljednjih šest do sedam godina zbog utjecaja krize. Novinarska su primanja prepolovljena u većini redakcija ili smanjena najmanje 30 posto. Poslodavci više ne primaju novinare u radni odnos nego u takozvani RPO odnos (Registar poreznih obveznika) koji je naoko nešto financijski povoljniji za novinara i poslodavca, ali bitno umanjuje radna prava novinara jer im poslodavac u svakom trenutku može otkazati. Štrajk u *Večernjem listu* u ožujku i travnju 2011. nije uspio jer su se štrajkaši vratili na posao nakon 26 dana — pokazao je da je redakcija radila sa 100 RPO novinara, dok ih je stotinjak stalno zaposlenih bilo u štrajku. Poslodavac austrijska *Styrija* tako je pokazao da u Hrvatskoj može raditi ono što joj u Austriji ne pada na pamet.

8. Slaba prilagodba hrvatskih medija novonastalim okolnostima i tehnološkom okruženju. Mediji nisu na vrijeme našli odgovarajući poslovni model, koji bi odgovorio novonastaloj situaciji. Recimo, u vrijeme pametnih telefona i tableta neki mediji (*Jutarnji*, *Novi list*) još nisu prilagodili svoja

e-izdanja čitateljima, osobito mlađim. To ima za posljedicu pad čitanosti i gledanosti.

9. Mediji koji su se na vrijeme prilagodili (*24 sata*) i koji primjenjuju konvergenciju medija (novine, tv, portal) su uspješniji. Iako nikako ne razumijem poslovni model gdje se uz *24 sata* prodaju teflon, tave ili noževi po popularnim cijenama!?

10. Jedna od najvećih opasnosti za novinarstvo i izdavače je i apsolutni monopol na distribuciju tiska koji drži Agrokorova utvrta Tisak. Tisak je preuzeo svu konkurenciju i od kioska za novine napravio male trgovine mješovitom robom i sladoledom (opet u vlasništvu Agrokora). U takvoj situaciji sve je manje mjesta za izlaganje novina.

Stanislav Bender uzroke postovjećuje s onim istim koji su doveli i do lošeg stanja u ekonomiji, političkim procesima, pravosuđu, civilnom društvu...

„Medijske kuće nisu izuzetak. Jesu li mediji loši zbog lošeg stanja u društvu ili su problemi u društvu odraz nekvalitetnih medija, to su mislim dvije strane jednog te istog pitanja.”

Raznorodni odgovori ukazuju kako je kriza medija u Hrvatskoj duboka, te da su uzročnici različiti. Nema jednoznačnog odgovora i nema brzog rješenja. Desetljeća nagomilanih teškoća grade, jedna po jedna, zgradu nevjerodostojnosti medija.

3. PITANJE: *Jesu li hrvatski novinari nezavisni?*

Neki odgovori na ovo pitanje vrlo su rezolutni. Ivan Tanta je odgovorio s kratkim NE. Danko Bosanac je nešto ublažio ovo rezolutno ne i rekao: „U pravilu nisu jer je borba za golu egzistenciju u medijima dominantni čimbenik. Izuzetak su pojedinci koji objavljuju u ne previše utjecajnim osvrtima.”

Tena Perišin obrazlaže novinarsku zavisnost ovako: „Teško da su nezavisni. Danas to više nije zavisnost od politike kao što je nekad bilo. U strahu od gubitka posla, novinari su spremni pisati kako se i što se očekuje od njih.”

Ni Renato Ivanuš nije pozitivno odgovorio: „Rijetki su nezavisni jer oni koji imaju posao strahuju da ga ne izgube, a oni koji ga nemaju napraviti će sve da ga dobiju. U takvim okolnostima novinarska nezavisnost nije ni blizu najbitnijih prioriteta svakog od njih pojedinačno.”

Nensi Blažević kaže: „Sam rad ‘pod nekim’ čini ih zavisnima. A još zavisniji postaju kad je riječ o „osjetljivim” temama. Dobro se zna tko što može i smije te zašto pratiti u ‘velikim medijima’. Zna se tko je pouzdan.”

„Međutim, nije tu Hrvatska usamljena. Noam Chomsky bi pojednostavljeno rekao da nije slučajno da određeni ljudi pišu za određene novine, da određeni urednici uređuju određene emisije... Već su u obrazovnom sustavu, kroz određene fakultete, neki ljudi predisponirani za neke poslove.”

Inoslav Bešker smatra da ne postoje neovisni novinari. Bešker smatra da je neovisnost novinara moguća ako on sâm posjeduje sredstva za proizvodnju i distribuciju, ako je sâm dovoljno bogat da ga ne zanima tržišni učinak, ako je sâm svoj nakladnik, ako posjeduje vlastitu distribucijsku i prodajnu tvrtku za tiskane novine, svoje odašiljače za radijsko odnosno televizijsko glasilo, i ako je kadar sâm proizvesti sadržaj (jer u Hrvatskoj ni N. Pavić, koji je u jednom trenutku bio najbliži opisanu modelu, nije mogao postići da svi njegovi novinari pišu kako bi on htio).

„Čak i ako pretpostavimo da se u anketi govori o relativnoj neovisnosti, u granicama zadanim Rezolucijom UN i Odlukom VE, budući da ne djelujemo sub speciae aeternitatis, bilo bi ljupko da su zadani definicijski parametri toga što čini neovisnost novinara u Hrvatskoj 2014. Odnosno, može se reći da su hrvatski novinari neovisni utoliko što o njima ništa ne ovisi — što bi bilo neozbiljno, ali točno.

„Ustrašeno čeljade nije neovisno — ili je poslušno, ili agresivno i bijesno, odnosno može oba ta čuvstva izmjenjivati po ritmu binarnog sindroma. Tko ne zna hoće li dobiti sljedeću plaću, hoće li s ovom preživjeti do sljedeće, tko ne zna tko bi mu štitio prava (jer je i cehovska udruga pala u kandže ideoloških talibana, jer su i njezina „priopćenja” katkad diktirana željom potpisnika da ga uzmu za glasnogovornika ili nagrade diplomatskom sinekurom, primjeri su poznati), tko ne zna ni koja su mu prava — a ako zna, ne zna gdje je mačak o čiji rep bi ih objesio — nije neovisan. Još ako radi u glasilu koje netko financira (lokalna vlast, banka, budžet preko kakva fonda, stranka, lobistička grupa) — dakako da nije neovisan. Uostalom, novinar ne može neovisno birati teme, jer glasila nisu košara u samoposluživanju, ali morao bi biti neovisan u odabiru pristupa, metode, i zaključaka (koji ne bi smjeli ovisiti o njegovim sklonostima, nego o činjenicama koje je prikupio). U tom pogledu su novinari u pisanim glasilima u Hrvatskoj zapravo neovisniji nego bi se moglo očekivati u takvoj državi, koja je privredno ruglo, a nije mnogo bolja ni po svome pravnom obličju.”

Zlatko Herljević misli da novinari ne mogu biti nezavisni dok im svaki dan prijete gubitak posla. Zato su spremni na kompromise i autocenzuru ne bi li očuvali svoje radno mjesto. Trenutno je na burzi rada više od 700 novinara i urednika.

„Ugašene su redakcije *Vjesnika*, nekad najutjecajnijeg političkog dnevnika u zemlji, nakon 72 godine izlaženja, u velikoj su krizi *Glas Istre* i *Novi list*, većina izdanja kuće *EPH* koja je samo zahvaljujući političkim vezama vlasnika Nine Pavića uspjela ishoditi predstečajnu nagodbu a zauzvrat *Jutarnji list* je postao ‘bilten’ Vlade.

„Situacija u lokalnim medijima je još gora jer izravno ovise o novcu koji im dodjeljuju političke garniture na vlasti.

„Osobno sam na mnogim novinarskim skupštinama svjedočio molbama novinara da ih se zaštiti od lokalnih moćnika. Ukratko, novinari su danas najobičnija najamna radna snaga s vrlo malo prava i mogućnosti da utječu na svoju sudbinu. Oni koji su zbog gubitka posla silom prilika prešli u *freelancere* ne mogu od toga živjeti jer je cijena novinarskog rada svedena na cijenu rada zidarskog pomoćnika. Više mojih bivših kolega iz *Vjesnika* mi je to potvrdilo. Većina njih od tih prihoda ne mogu pokriti osnovne egzistencijalne troškove. Dakle, ako je prekarni rad postao pravilo a ne iznimka, može se bez ustezanja reći da su novinari sigurno najugroženija skupina među visokoobrazovanim zanimanjima.”

Stanislav Bender također izvor zavisnosti vidi u položaju novinara, što ovako objašnjava:

„Ako nezavisnost za većinu znači minimum izvora prihoda koji su dovoljni za krpanje ‘kraja s krajem’ svaki mjesec, onda je većina novinara i te kako zavisna. Krajem prošle godine Hrvatsko novinarsko društvo (HND) i Sindikat novinara Hrvatske (SNH) upozorili su na ‘pritiske’ kojima su izloženi novinari, ne samo politički, već i, kako su se pomalo nespreno izrazili, ‘business’ pritisci.

„U posljednjih pet godina ugašeno je više od 400 tiskovina u Hrvatskoj. Gdje su se ti ljudi preselili? Na internet? Ne. Potražili su drugi posao. Oni ma koji su ostali nije nimalo lakše zbog toga. Vojska nezaposlene radne snage čeka na njihovo radno mjesto i spremni su raditi u prekarnim uvjetima za niže plaće, pa čak i uz niže profesionalne standarde ako se to od njih zatraži.”

4. PITANJE: Vode li nakladnici brigu o vjerodostojnosti medija?

Ako su novinari zavisni, i to ponajviše o nakladnicima, kako onda oni doživljavaju vjerodostojnost?

Ivan Tanta je po običaju odrješit: „NE, oni vode brigu isključivo o profit.”

Tena Perišin je samo malo proširila ocjenu rekavši: „Niti malo.”

Renato Ivanuš ublažava njihovu rezolutnost: „Tu nema jednoznačnog odgovora. Neki vode brigu, drugi ne vode. Neki vode brigu o vjerodostojnosti na određenim područjima koje njihovi mediji pokrivaju, a neke se time uopće ne zamaraju.”

Nensi Blažević ima zanimljivo obrazloženje: „Nakladnici temeljno ne vode brigu o vjerodostojnosti medija, brinu o tomu da medij izgleda kao vjerodostojan, ali u suštini on to nije.

„Dakle, nazvala bih taj pokušaj medijskim botoksom. S druge strane i publika je kratkog pamćenja — kad (nevjerodostojna) vijest postane stara, više nitko ne mari za njezinu nevjerodostojnost. Također, nitko ni za što ne snosi posljedice. Je li se išta dogodilo nakon lažnog Butkovićevog intervjua sa Sanderom, je li Zlatko Gall snosio ikakve posljedice nakon hvalospjeva Gibonijevog koncerta koji se dogodio dan nakon Gallove kritike, odgovara li itko zbog kojekakvih sukoba interesa novinara, urednika... Svi ti (nevjerodostojni) novinari i dalje imaju svoje sigurno mjesto u medijima.”

Danko Bosanac promatra ulogu nakladnika iz drugog ugla: „Senzacionalizam je dominantna tema medija, koji je obično mješavina vjerodostojnosti i vlastitog uvjerenja bez objektivne analize.”

Inoslav Bešker svoju analizu počinje jednostavnim upitom: „A zašto bi?

„Nakladnik je ili privrednik, koji nužno vodi brigu o tome da mu prihodna strana u dvojnog knjigovodstvu ne bude manja od rashodne strane, ili političar, koji vodi brigu o tome da glasilo propagira ideje koje njega vode i osigura mu podršku. Kad bi hrvatska publika vodila brigu da prati samo vjerodostojne medije, onda bi barem nakladnik privrednik pazio na vjerodostojnost.

„Ali hrvatska publika je gladna senzacija, utjehe da je drugima gore, da skapavaju, da ih ubijaju i siluju, pa onda i hrvatski građanin može biti zadovoljan dok ne tuku; hrvatska publika želi u glasilima potvrdu svojih predrasuda, a ne rasuđivanje; hrvatska publika je primitivna, pa hoće primitivne sadržaje. Ima i drukčijih, ali ne u dovoljnom broju (ili barem nedovoljno imućnih) da bi opstale jedne jedine dostojne dnevne novine, o tjednima da ni ne govori-mo. Osim, naravno, posebnih sadržaja — auto, moto, delicije, tehnologija... Dakle onoga što nije bilo predmetom skrbi ni UN ni VE.”

Stanislav Bender smatra da nakladnici brinu o publikacijama i snose troškove njihova izdavanja. Detaljno provjeravanje vijesti, ponovno intervjuiranje izvora vijesti, istraživačko novinarstvo, na svemu tome može se uštedjeti puno novca i vremena.

Nakladnici su toga svjesni i pokušavaju balansirati te troškove s težnjom mnogih njihovih urednika da u potpunosti zaborave vjerodostojnost, objektivnost i balansirano izvještavanje u utrci s profitom i tako potonu u banalnost i „infotainment”.

Zlatko Herljević ovako opisuje ulogu nakladnika: „To ovisi od slučaja do slučaja. Novinarstvo je posao koji zahtijeva temeljitu provjeru činjenica, no, nekim su se medijima dogodile pogreške koje su nedopustive, ali su one nebrigom poslodavaca ili zbog nekog drugog višeg interesa zataškane, čime su ti mediji izgubili na vjerodostojnosti i proizveli u javnosti percepciju novinara kao površnih i onih kojima se ne treba i ne može vjerovati.

„Eklatantan primjer za to je Davor Butković, donedavni urednik u *Jutarnjem listu*, koji je nasjeo na poruku jednog studenta koji mu se predstavio kao premijer Sanader. Uredno je u *Jutarnjem listu* objavio intervju kao da se doista radilo o premijeru. Javnost je očekivala logičnu sankciju ili da se smijeni urednika, ili da ga se trajno suspendira. No, dogodilo se to da je dotični urednik još godinama pisao ‘ozbiljne’ političke kolumne, a piše ih i danas.

Ili negdašnji novinar novinar iste kuće, Denis Kuljiš, koji je bez provjera činjenica jednog bivšeg urednika jednog tjednika proglasio mrtvim pa je čovjek slao pismo redakciji da je živ. Kuljiša, unatoč tome, dio hrvatskih medija doživljava kao velikog novinarskog znalca, iako je pod njegovom dirigentskom palicom projekt dnevnih novina *21. stoljeće* prije godinu i pol doživio potpuni fijasko posljedicom neisplate plaća novinarima koji su pošteno radili gotovo tri mjeseca.

„Neki su nakladnici umjesto da se bave medijskim biznisom dio novca usmjerili prema nekretninskom poslu ili drugim ulaganjima u poslove koji nemaju veze s medijima za te su poslove garantirali nekretninama u kjoima su smještene novine.”

Dakle, kompetentnost nakladnika je neupitno slaba, bolje rečeno, sudionici smatraju da nisu sposobni obavljati svoj posao. No, javlja se jedna velika dvojba: jesu li nakladnici suvremenih hrvatskih medija osobe koje medije doživljavaju na općeprihvatljiv način, ili je to za njih izvor lako stečene dobiti, pranje novca ili pak ostvarivanje utjecaja kojima postižu neke druge, lukrativnije ciljeve. Ako znamo da je jedna od najbolje čuvanih tajni upravo vlasnička struktura medija, onda se ova pitanja nameću kao logična te ne iznenađuju.

5. PITANJE: Jesu li zakonska rješenja dovoljna za ostvarivanje vjerodostojnosti medija?

Ni na jedno pitanje nismo dobili toliko kratkih, odrješitih odgovora kao na ovo. Kratko i odlučno NE rekli su Tena Perišin i Inoslav Bešker.

Ivan Tanta smatra da zakonska rješenja kasne za stvarnošću, a Renato Ivanuš misli da načelno jesu, ali, kao i kod svega u Hrvatskoj, pitanje je provedbe zakonskih rješenja koje nije dobro.

Nensi Blažević misli sljedeće: „Rekla bih i da i ne. Kad bi se provodila, donekle bismo mogli govoriti o nekoj zadovoljavajućoj razini. Pogledamo li rad silnih vijeća, agencija, sudova, etičkih povjerenstava svedeni smo na deklarativnu razinu. S druge strane — samoregulacija? Izvrsno zamišljena, ipak pretežak zalogaj u društvu koje se bavi gotovo isključivo samim sobom.”

Zlatko Herljević smatra da zakonska rješenja nisu dovoljna i obrazlaže:

„Tim više što su neka zakonska rješenja, poput kaznenog djela sramoćenja, uvedena u kazneni zakon unatoč protivljenju Hrvatskog novinarskog društva. Novinarka *Jutarnjeg lista* Slavica Lukić osuđena je nedavno drakonskom novčanom kaznom zbok pisanja o malverzacijama u tvrtki Medikol. Time je dano novinarima do znanja što ih može čekati ako se drznu čeprkati po nekim temama. HND je zatražio od Vlade da ukine sporni članak zakona ali osim načelne potpore ne vidim da se nešto konkretno dogodilo vezano za ukidanje spornog članka.

„Zakon je izglasan u listopadu 2011. i to za vrijeme vladavine Hrvatske demokratske zajednice (HDZ-a), no stupio je na snagu 1. siječnja 2013. kada je vlast već obnašala Stranka demokratskih promjena (SDP), koja nije našla za shodno da zakon promijeni. Moram priznati da je nakon velikih i dugogodišnjih pritisaka, koliko su mi informacije dostupne, većina redakcija donijela redakcijske statute koji reguliraju odnos Uprave, uredništva i novinara.”

Stanislav Bender dodaje informaciju da je u izradi novi *Zakon o medijima*, ali misli da postojeća rješenja očito nisu dovoljna.

Bender objašnjava: „No, zanimljiva je rasprava koja se sada vodi u Hrvatskoj o dekriminalizaciji kaznenih djela protiv časti i ugleda. HND traži potpunu dekriminalizaciju kaznenih djela protiv časti i ugleda kao i „ublažavanje” odredaba vezanih za klevetu. Pri tome smatra da je kazneno djelo sramoćenja u Zakonu potpuno suvišno. Naravno, HND kao strukovna organizacija s ovim stavom posve logično nastupa i u potpunosti se stavlja na stranu novinara jer je kazneno djelo sramoćenja upereno protiv novinara, a ne protiv nakladnika. Novinari su ti koji bi po okončanju sudskog postupka eventualno

trebali plaćati kazne. No, ono što je u toj raspravi simptomatično jest da se kaznena djela klevete, uvrede, iznošenja osobnih i obiteljskih prilika i sl. razmatraju isključivo u svjetlu antinomije slobode izražavanja, mišljenja, slobode medija i sl., a ne kao jedno od temeljnih načela svakog demokratskog društva.

„Građansko društvo koje ne može zaštititi „ugled i čast” svojih članova u najmanju ruku je „nepristojno”. Postoje nužne posljedice koje se vežu za svako djelovanje, pa tako i za djelovanje novinara. Stvar ovdje nije ono pojedinačno, nego opća cjelina društva. Ako „ugled i čast” građana više nisu važni, ako se omalovažavanje druge osobe ili nepoštivanje ljudskog dostojanstva zanemari u zakonima koji reguliraju medije, oni koji će najviše time izgubiti su — novinari. Izgubit će svoju novinarsku čast jer više neće biti odgovorni za posljedice svoga djela (teksta, fotografije i sl.), jer su se od njega odvojili i ne podvrgavaju se onome što iz toga slijedi tj. ne preuzimaju odgovornost. To znači izjednačiti čast i nečast, ugled i sramotu, istinu i laž, a to vodi u nesreću.”

Danko Bosanac: „U velikoj mjeri zakonska rješenja, ali i njihova učinkovita primjena, jesu. Primjer jesu antirasni zakoni u SAD koji su velikoj mjeri riješili rasni problem.”

6. PITANJE: *Ocjenjuje li publika masovnih medija njihovu vjerodostojnost i kako?*

Mediji ne postoje sami zbog sebe, već zbog publike. Publika masovnih medija prošla je dugi put, kako to zorno objašnjava Denis McQuail (3), od jedinstvene pa do fragmentirane. Bez obzira na te promjene, publika je bila uvijek izuzetno značajna u protoku informacija koji se odvija u masovnim medijima. Novinari su uvijek željeli znati kako publika reagira na njihove priloge, kako ih ocjenjuje i je li ono što se objavljuje njima prihvatljivo.

Zanimljivo je kako sudionici razgovora ocjenjuju publiku. Tena Perišin je vrlo, vrlo kritična ističući da postoji termin *dumbing down*. „Publika se zaglupljuje i ne traži previše od medija”, zaključuje Perišin.

Ni Ivan Tanta nema bolje mišljenje o publici.

„Publika je u spirali neznanja zrcalni odraz medija te stoga njihova ocjena medija nije relevantna”, kaže Tanta.

Nensi Blažević to ovako obrazlaže:

„Gledano iz znanstvene perspektive na tu temu se provode istraživanja koja donose poražavajuće rezultate jer nepovjerenje u medije ima više od 50 posto ispitanika (istraživanje GFK, 2012). Osim male kupovne moći na pad tiraže, primjerice, najčitanijih dnevnih listova, na pad gledanosti nekad naj-

gledanijih informativnih emisija javne televizije zasigurno utječe i nepovjerenje u medije.

„Iako s pravom možemo govoriti o Hrvatima kao nedovoljno medijski pismenim građanima, dio publike, može se reći, razaznaje tko je lijevi, tko je desni, tko je crveni, tko je žuti... ‘Uređivačka politika’ se i ne trudi prikriti čija je novina, televizija, radio, portal čiji bilten.”

Danko Bosanac smatra da vjerodostojnost publika može ocjenjivati tek kada će razina obrazovanja, općenitog, ali i u kritičkom razmišljanju, biti na višem stupnju nego što je u nas. Publika kod nas još uvijek ocjenjuje vjerodostojnost po svjetonazoru, a ne objektivnoj informaciji.

Renato Ivanuš ocjenjuje ulogu publike kroz odustajanje od najnevjerodostojnijih medija. To je, međutim, jasno i vidljivo samo u slučaju platnih medija (prvenstveno tiskovina). Vjerojatno tako publika ocjenjuje i ostale medije (prvenstveno televizijske kuće), ali ne postoji u potpunosti vjerodostojan ‘mjerni instrument’ koji bi jasno pokazao i dokazao da nakon gubitka vjerodostojnosti publika prelazi na neki drugi medij, tuđi sadržaj, informativnu emisiju i sl.

Zlatko Herljević misli da publika svakodnevno ocjenjuje vjerodostojnost i novina i elektroničkih medija:

„To se najbolje vidi po tiražama dnevnih listova koje su u posljednjih nekoliko godina prepolovljene, ali ne samo zbog ekonomske krize nego i zbog pada kvalitete i trivijalizacije sadržaja, potpuni prelazak na lakše teme i žutilo koji su nažalost slijedile i relativno vjerodostojne i ozbiljne novine. Pravilo je da se u prvi dio lista guraju relevantne teme i priče, a da je drugi dio novina uglavnom s ‘lakim’ sadržajima pri čemu je najviše stradala kultura koja je nerijetko svedena na jednu stranicu.”

Stanislav Bender ukazuje da je vjerodostojnost, kao što znaju teoretičari medija, najvažniji faktor koju ima komunikator, odnosno onaj koji komunicira neku poruku.

„Medij kojemu nedostaje vjerodostojnosti, vjerojatno nema ni publiku. Ipak, kad je riječ o vjerodostojnosti medija u očima publike, prosječan konzument vijesti obično nije zainteresiran za način na koji su informacije prikupljene (podrijetlo), tko ih je prvi prikupio, kako su distribuirane, što je ostalo isključeno iz konačnog proizvoda i sl. Nažalost ti problemi se pogoršavaju kao posljedica širenja izvora vijesti i dostupnosti ogromne količine generičkih vijesti koje se distribuiraju putem interneta.

„Možemo to gledati i na drugi način. Primjerice, unatoč zakonskoj regulativi da hrana koju kupujemo treba imati deklaraciju o nutritivnim sastojcima i odakle potječe, potrošači obično te deklaracije ne čitaju, odnosno na sličan način i medijske proizvode probavljaju u ‘mraku’.

„Ovo su problemi koji izazivaju najveće rasprave kad je riječ o odnosu tradicionalnih i *online* medija, međutim, sretna okolnost pri tome je da ogromna količina izvora publici također može poslužiti i kao način da sudi o pristranosti i vjerodostojnosti vijesti.”

Inoslav Bešker odgovara na upit ukazivanjem da vidimo što je odgovorio na 4. pitanje.

Razlike u odgovorima možemo potražiti i u činjenici da su istraživanja o stavovima publike vrlo rijetka. Ako ih i ima, onda su rađena sa skromnim sredstvima. Uprave masovnih medija žele samo utvrditi čitanost, slušanost, gledanost i „klikove”, kako bi mogli procijeniti koje sadržaje valja objavljivati. Vjerodostojnost im nije bila presudna jer su potvrdu svojih uređivačkih politika tražili kod centara moći koje su morali uvažavati.

Naravno, takav pristup je suicidalan i dovodi do erozije medija, što je i vidljivo na medijskom tržištu, ali je karakteristično za nerazvijeno stanje medija u zemljama u tranziciji.

ZASTUPNICA ČITATELJA

I, na kraju, pitanja za Ružicu Cigler, zastupnicu čitatelja *Večernjeg lista*. Objasnili smo već njenu ulogu u hrvatskim medijima, pa je zanimljivo kako gleda na vjerodostojnost medija.

1. Kako ocjenjujete vjerodostojnost hrvatskih medija?

Hrvatski se mediji, generalno gledano, ne mogu ocijeniti kao vjerodostojni mediji jer prevladavaju oni koji manje brinu o vjerodostojnosti, a više o efektu koji će izazvati kod publike. Među vjerodostojnije medije svrstavam *HRT*, s posebnim naglaskom na Hrvatski radio, te dijelom tiskane medije. Manju vjerodostojnost vidim u programima komercijalnih televizija, dijelu tiska i news portala, a još manju na portalima koji iza sebe nemaju jaku redakciju koja se informiranjem bavi i na nekoj drugoj platformi.

2. Koje primjedbe vam najčešće šalju čitatelji *Večernjeg lista*?

Čitatelji *Večernjeg lista* najčešće se javljaju zbog neslaganja s porukama u objavljenim tekstovima. Ne polemiziraju čitatelji samo sa stavovima iznese-

nim u komentarima i kolumnama, nego rado izražavaju svoje neslaganje sa sadržajem izjava političara, gospodarstvenika, sportaša, kulturnih radnika, estradnjaka... ili pak sa sadržajem odluka političkih, kulturnih i sportskih organizacija.

Drugo, čitatelji svakodnevno upozoravaju na pogreške u listu, koje se kreću od suštinskih do tipfelera.

Treće, čitatelji kroz primjedbe na sadržaj predlažu nove novinarske priče, mahom one koje se tiču njih osobno ili njihove lokalne zajednice.

3. Na koji način možete pomoći čitateljima koji se žale na ne-etičnost Večernjeg lista?

Gotovo sve primjedbe čitatelja dopru do svakog urednika i njegova zamjenika u *Večernjem listu*. Stalna je praksa da se svakodnevno analizira list (to radi novinar koji nije član redakcije) i toj se analizi dodaju moje etičke zamjerke i čitateljske primjedbe. Tako nastaje newsletter nazvan „Može bolje”. Osim toga u svakotjednim kolumnama također imam prostor raspraviti etičnost i neetičnost novinara. S obzirom na moju poziciju (nisam u sustavu redakcije, nego pod upravom), nema direktnih pritisaka na moj sud. Često i u blogu razmatram te teme.

4. Jeste li zadovoljni načinom samoregulacije medija u nas?

Zadovoljnija sam nakon donošenja redakcijskih statuta, ali s obzirom na okolnosti u kojima su nastajali, svjesna sam da nisu savršeni. Nadam se da će ih redakcije u hodu popravljati, jer novinarstvo je ipak živo, mijenja se, pa će se i neke postavke iz statuta morati promijeniti, što je prilika da i ono što sada nije dobro riješeno bude popravljeno. Redakcije nisu dobro ispregovarale neke elemente statuta zbog cajtnota, ali dio odgovornosti je i njihov, jer godinama se o statutima govori i ništa ne poduzima. Redakcije su morale reagirati ranije.

5. Jeste li zadovoljni kako nakladnik poštuje etičnost novinara vašeg lista?

Nakladnik će ispoštovati sve što piše u ugovorima, pravilnicima, statutima... ni slova više. Nakladnik zna orijentaciju i njemu je najvažnije da se ona provode. Detalji su na uredništvu. No, tu nastaju problemi, jer počesto su urednici ti koji od novinara traže i očekuju neetičan postupak. *Većina novinara je poslušna, a ako bi novinar zbog neetičnosti odbio zadatak, to bi u Večernjaku bilo prihvaćeno kao normalno. Ipak, takvo što vrlo rijeto se događa.*

6. *Mislite li da je vaš model zastupnice čitatelja primjenljiv i ostalim medijima?*

Mislim da je dobro da svaka redakcija ima čovjeka ili čak odjel koji bi se bavio kontaktima s čitateljima. Imam dobra iskustva, a mislim da je pozicija zastupnice čitatelja korisna i listu i čitateljima. Dakle, model je uz prilagodbu specifičnostima medija, primjenljiv.

7. *Kako bi se moglo regulirati djelovanje novinara u online medijima?*

Ako su *online* portali dijelovi organizacije koja ima i druge platforme za prenošenje sadržaja — tisak, tv, radio — onda bih se založila da novinari i urednici s *onlinea* budu podložni istoj regulativi. Ona je zajamčena zakonom. No, kako nam je cehovski zakon zastario i kako se očekuje njegova „rekonstrukcija” očekujem da će tada područje *onlinea* biti temeljito regulirano. Do tada ne vidim kakon prisiliti nakladnike veb portala da reguliraju djelovanje urednika i novinara.

4. IMA LI IZLAZA?

Stanje vjerodostojnosti medija u Hrvatskoj je, kako smo elaborirali, vrlo loše. Kada se tome dodaju ostale nepovoljnosti, od kojih su neke svjetski trendovi, poput globalizacije, konvergencije, tabloidizacije, onda se negativna slika posve jasno ocrtava. Veliki dio ovih negativnih elemenata dio je svjetske medijske scene. No, to nas ne može nimalo utješiti, jer hrvatski mediji ne mogu zadovoljiti osnovne potrebe prosječnog konzumenta.

Simptomatično je da ni novinari nisu zadovoljni, što je vidljivo u vrlo jakim stavovima Hrvatskog novinarskog društva, ali i brojnih teoretičara i analitičara masovnih medija u Hrvatskoj.

No, ima li nade? Nada umire zadnja, kaže izreka, ali to vrijedi samo za petparačke medije i njihovu interpretaciju zbilje. Stvarnost je realnija. Teško je povjerovati da u zemlji koja se nalazi u dubokoj krizi i gdje vladaju razni centri moći može doći do radikalnih promjena koje će omogućiti razvoj medija, a time i njihovu vjerodostojnost.

Izlaz je samo u jačanju javnosti, a mediji upravo javnost zanemaruju i prigušuju.

Sve to liči na psa koji uzaludno pokušava uloviti svoj rep.

LITERATURA

- [1] Malović, Stjepan: *Osnove novinarstva*. — Zagreb: Golden marketing — Tehnička knjiga, 2005.
- [2] Bertrand, Claude Jean: *Deontologija medija*. — Zagreb: ICEJ, 2007.
- [3] McQuail, Dennis: *Mass Communication Theory*. — London: Sage Publication, 1994.
- [4] Siebert, Fred, Peterson, Theodore i Schramm, Wilbur: *Four Theories of Press*. — New York, 1956.
- [5] Hallin, Daniel, Mancini, Paolo: *Comparing Media Systems*. — Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

Stjepan MALOVIĆ

NEGLECTED ACCOUNTABILITY
CROATIAN JOURNALISTS AND MEDIA EXPERTS OPINIONS

Summary

Media accountability is of the utmost importance, because audience is not trusting media any more. Therefore EU authorities are regularly researching media accountability. Croatia was for the first time included in the MediaAct research since became the EU member state.

Country researcher interviewed several eminent media experts, journalists and researchers trying to find out their opinion on the media accountability. General result is that Croatian media are not accountable; they are not accurate, fair, impartial and balanced. Croatian journalists are not independent, publishers are interested in profit only and public is semi-educated.

Is there any hope? Pesimism is prevailing and it is hard to believe that will be any improvement in such media environment. Possible solution is in strenghtening the public opinion, but media are neglecting the role of publice. So, it is like the dog tryng to catch own tail.

Key words: accountability, media, journalists, research