

Reprezentacija medijskih profesionalaca u narativu videoigre "Ratchet: Gladiator"

Kruljac, Ivor Zvonimir

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:939951>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Reprezentacija medijskih profesionalaca u narativu videoigre „Ratchet:
Gladiator“
Diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Antonija Čuvalo

Student: Ivor Zvoninimir Kruljac

Rujan 2021

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad „Reprezentacija medijskih profesionalaca u narativu videoigre Ratchet: Gladiator“, koji sam predao na ocjenu mentorici doc. dr. sc. Antoniji Čuvalo, napisao samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekao ECTS – bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivao etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Ivor Zvonimir Kruljac

Sadržaj

1. Uvod	3
2. Videoigrice	3
2.1. Znanstvena istraživanja videoigrice	4
2.2. Industrija videoigrice	6
2.3. Videoigrice i novinarstvo	7
3. Novinarska profesija	10
3.1. Novinarska etika	10
3.2. Proizvodnja pristanka – interesi elite prioritet nad novinarskom etikom	14
3.3. Kritika medija Hermana i Chomskog	19
3.4. Mediji i javnost	22
3.5. Novinari u narativima	30
4. Metodologija	31
5. Serijal Ratchet i Clank	33
6. Analiza narativa videoigrice „Ratchet: Gladiator“	36
7. Interpretacija i rasprava	48
8. Zaključak	50
9. Literatura	51

1.Uvod

U ovome radu, baviti ćemo se reprezentacijom medijskih profesionalaca u narativu videoigre „Ratchet: Gladiator“ Istraživanje ove teme je vrlo važno jer je riječ o prvom takvom istraživanju koje se bavi reprezentacijom novinara i medijskih profesionalaca u popularnom mediju videoigara. Slijedeći teoriju medijskih efekata, postoji mogućnost takav narativa na oblikovanje percepcije uloge novinara u javnosti, a može utjecati i na percepciju mladih koji žele postati novinari. Cilj rada je analizirati kako su u narativu predstavljeni medijski profesionalci, preko istraživačkih pitanja koji se temelje na odnosu novinara u narativu prema novinarskoj etici u političkom kontekstu njihova izvještavanja, s fokusom na alate koje koriste u svojoj novinarskoj praksi: *agenda-setting* i uokviravanje

Rad će najprije objasniti pozadinu spomenute videoigre koja je četvrti nastavak izrazito popularne franšize u kojoj je glavni lik vanzemaljac rase Lombax imena Ratchet i njegovog prijatelja robota Clanka.

Rad će najprije pokazati dosadašnja znanstvena istraživanja o mediju videogirice, kao i prikaz rasta industrije videoigara kako bi pokazao relevantnost istraživanja ovog medija. Zatim, preko podataka o prodaji i popularnosti serijala, pa i same videoigrice čiji ćemo konkretni narativ proučavati, dokazat ćemo opravdanost analize ove videoigrice. Rad će nadalje predstaviti medijsku teoriju, objasniti načela novinarske etike, ali i prikazati alate u novinarskom izvještavanju te staviti poseban fokus na kritiku medija Noama Chomskog. Chomsky kao jedan od najznačajnijih i najpopularnijih predstavnika medijske teorije iznimno je značajan za analizu stavova prema novinarima, dok nam medijska teorija i novinarska etika pokazuju razumijevanje novinarskog posla i usporedbu s tim kako je prikazan u narativu. Zatim će rad krenuti u teorijski prikaz reprezentacije medijskih profesionalaca do sada, po pisanju Briana McNaira, te preciznije objasniti analizu narativa kao metodu istraživanja.

Konačno, slijedi analiza narativa iz koje ćemo moći izvući zaključak o narativu, a koji potom može poslužiti drugim znanstvenicima i istraživačima u daljnjim empirijskim istraživanjima ove videoigrice. Zaključak se može svesti na vrlo negativan prikaz medijskih profesionalaca u ovoj videoigrici.

2.Videoigrice

U znanstvenim istraživanjima medija, medij videoigrice je izrazito slabo zastupljen u usporedbi s drugim oblicima umjetnosti kao što je primjerice film. Međutim, to ne znači kako

medij nije pošteđen novinarskog istraživanja. Ovo poglavlje pokazati će relevantna istraživanja videoigrica kao i istraživanja koja se tiču izvještavanja o videoigricama. Zatim ćemo vidjeti malo više detalja o industriji videoigrica te ponešto malo više o franžizi „Ratchet i Clank“.

Kako se videoigrice razvijaju i grafički postaju sve eksplicitnije, njihove radnje sve nasilnije, te slično kao i s drugim medijskim formatima zabave, raste briga kako videoigrice potiču nasilje i igrače istih čine nasilnijima.

2.1. Znanstvena istraživanja videoigrica

Na početku treba imati na umu pregled dosadašnjih znanstvenih istraživanja videoigrica kako bismo vidjeli u kojem smjeru se znanstvena istraživanja videoigrica kreću i gdje je znanost trenutno najizraženija u ovome području, kako u akademskoj zajednici, tako i u široj javnosti. U tom duhu, možemo uočiti da je primat trenutno na medijskim efektima videoigricama na publiku, a ne proučavanje videoigrice kao medijskog teksta.

Barlett (2007), je istraživao to na primjeru videoigrice „Time Crisis 3“ za igraču konzolu PlayStation 2. U svom istraživanju, pozvao se na prethodna istraživanja raznih autora koji u polju medija i komunikacije istražuje povezanost videoigrica i agresivnosti. Takva istraživanja pokazala su pozitivne korelacije između vremena kojeg su ispitanici provodili u igraonicama za videoigre i slabijim uspjehom u školi i delinkventnim ponašanjem. (Barlett, 2007: 486) *„Oni koji su igrali nasilne video igre pokazali su agresivnije ponašanje, poput udaranja bobo lutke [Schutte et al., 1988], dulje igranje s agresivnim igračkama [Cooper and Mackie, 1986], i postizali veće rezultate na ljestvici mjerenja agresije“* [Anderson and Ford, 1986]. Na temelju ove istraživačke građe, Barlett je uočio obrazac u metodološkoj paradigmi koja najčešće podrazumijeva da se ispitanicima daje da igraju nasilnu igricu, a zatim kontrolnu igricu koja je nenasilna ili čak ne mora biti videoigrica, već može primjerice biti kamen-škare papir. Barlett ipak ima kritike prema spomenutoj paradigmi: *„Primjerice, određene igrice sadrže više nasilja, veći razvoj likova, više odnosa među likovima i dodatke i važnije tragove nego druge igrice. Stoga, nalaženje varijable za proučavanje između videoigrica i to ne unutar jedne videoigrice, može biti problematično iz kuta eksperimentalne kontrole zbog brojnih razlika između videoigrica“* (Barlett, 2007: 487). Stoga je Barlett pohvalio istraživanja Ballarda i Wiesta (1996) te Carnageya i Anderson (2005), koji su našli više varijabla za proučavanje u jednoj videoigrici te na temelju viših varijabli ograničili eksperimente na samo jednu videoigricu. Te naravno, Barlett je isto primijenio u svome istraživanju (Barlett, 2007).

Prije opisa metodologije, rezultata i rasprave o rezultatima samog istraživanja, Barlett se dotaknuo općeg modela agresije, koji mu je bio od iznimnog značaja za kreiranje istraživanja: „Opći model agresije pretpostavlja da osobni faktori (stavovi prema nasilju, osobna crta agresivnosti) i situacijski faktori (izloženost stvarnom nasilju ili medijskom nasilju) u svojoj interakciji utječu na komponente unutarnjeg stanja individualca (psihološko uzbuđenje, osjećaji i misli). Ove varijable unutrašnjeg stanja međusobno su u interakciji jedna s drugom“ (Barlett, 2007: 487). Dakle, slijedeći Barnetta, možemo zaključiti kako sama agresivnost za svoje povećanje mora pogoditi više faktora kako bi se dogodio čin nasilja ili agresije. U kontekstu videoigrica. Barlett i suradnici prepoznali su okolišne faktore kao što je igranje uživo s drugim igračima, a te igre mogu zahtijevati suradnju među igračima ili dapače, mogu si biti međusobni neprijatelji. Istraživanja nasilnih videoigrica, kako Barlett i suradnici upozoravaju, često zanemaruju i aspekt prisutnosti oružja koji pridonosi takozvanom efektu oružja. Taj efekt podrazumijeva mogućnost da će sama prisutnost oružja povećati agresiju kod ljudi koji vide oružje (Barlett, 2007: 488-489).

Istraživanje Barletta i suradnika, uključilo je 99 ispitanika od kojih je 85 bilo muških u prosjeku starosti 19.42 godine. Svi su ispitanici bili studenti Midwestern sveučilišta te su dobili bodove na kolegiju iz opće psihologije. Većina, njih 64.5% su bili brucosi, a 85.9% su ispitanika su bili bijele rase. Prosječno vrijeme igranja videoigre iznosilo je 11 sati i 52 minute tjedno. Ispitanici su igrali videoigricu „Time Crisis 3“, igru pucanja u prvom licu u kojoj je cilj igrača infiltrirati se na miroljubivi otok koji su preuzeli neprijateljske sile. Igrica ima tri razine, a svaka razina je teža od prethodne te na svakoj razini igrač mora doći do glavnog protivnika tako da ne pogine, a pritom pobije neprijateljske sile. Igrica pruža selekciju oružja te tako biva prigodna za istraživanje efekta oružja. Istraživanje je mjerilo psihološko uzbuđenje mjerenjem otkucaja srca i krvnog tlaka te stanje agresivnosti putem Likertove ljestvice (jedan je označavalo najmanje agresivno, pet najviše agresivno) koja je tražila od ispitanika da objasne kako bi reagirali nakon negativne akcije u igrici. Preko Likertove ljestvice, istraživanje je također mjerilo i neprijateljstvo (hostility) te frustraciju. Ispitanici su ispunjavali i dva upitnika. Jedan se ticao demografije i u njemu su ispitanici otkrili svoje godine, spol, vrijeme studiranja, kao i prethodno iskustvo igranja videoigrica. Drugi upitnik je ispitivao ispitanike mogu li pretpostaviti koja je svrha istraživanja, te oni koji su shvatili namjenu, bili su isključeni iz rezultata koji su bili analizirani. Istraživanje je imalo dvije hipoteze. Hipoteza H1 je smatrao kako će doći do povećanja agresije i psihološkog uzbuđenja u usporedbi s početnom točkom ispitanika kao posljedica igranja, dok je hipoteza H2 smatrala kako će biti jačeg porasta agresije

nakon što sudionici odigraju igricu s interaktivnim light gunom koji mijenja klasični joystick, te kao takav može aktivirati „efekt oružja“ (Barlett, 2007: 487-492).

Rezultati istraživanja potvrdili su obje hipoteze i pokazale generalni model agresije kao prigodnim objašnjenjem kratkotrajnih medijskih efekata igranja videoigrica (Barlett, 2007: 492-496). Tu treba napomenuti kako kratkotrajni efekt sam po sebi ne dokazuje općenito povećanje agresije i nasilnog ponašanja zbog igranja videoigrica, što je jedna od moralnih panika oko medijskog formata videoigrica.

Kao što vidimo, znanstvena tradicija proučavanja medija videoigrica već ima solidnu građu, a uglavnom se fokusira na medijske efekte na publiku. U tom duhu, možemo vidjeti kako je ovo istraživanje inovativno u smislu da se bavi medijskim tekstom videoigrice, a ne publikama.

2.2. Industrija videoigrica

Razvoj industrije videoigara već godinama bilježi ogromne poraste u приходima. Tako je 2000. godine industrija videoigrica na svjetskoj razini vrijedila 7.98 bilijuna dolara. Kontinuirano rastući, 2009 je podigla vrijednost na 19.7 bilijuna dolara, a istraživači stranice za statistiku Statista 2010. su predviđali da će vrijednost industrije 2014. godine iznositi 30.5 bilijuna dolara (Statista, 2010).

Međutim, već 2012. prihod je na svjetskoj razini porastao na 78.87 bilijuna dolara, te su istraživači 2013. godine predviđali vrijednost industrije 2014. na 101.62 bilijuna dolara (Statista, 2013).

Što se tiče 2019. godine, vrijednost industrije videoigrica na globalnoj razini procijenjena je na 151.06 bilijuna američkih dolara, a prema prosječnoj godišnjoj stopi rasta (Compound Annual Growth Rate ili kraće CAGR), očekuje se da će u razdoblju od 2020. do 2027. godine porasti za 12.9%, a procjene također ističu da će inovacije i u hardware i u software aspektima videoigrice biti ključne u daljnjem rastu (Grand View Research 2020).

Čak ni neočekivana pandemija koronavirusa nije zaustavila ekonomski porast industrije videoigara:

„Pandemija COVID-19 nastavlja uzimati danak na globalnu ekonomiju; ipak, za industriju videoigrica očekuje se izvanredan rast u sljedećim mjesecima. Kako vlade diljem svijeta uvode kućne karantene kako bi se zaustavilo širenje COVID-19, tvrtke svjedoče porastu broja korisnika i porastu sati koje korisnici provode igrajući online igrice. Nadalje, nekoliko gaming tvrtki daju svoje vlastite online igrice za besplatno preuzimanje. Primjerice, u ožujku 2020, Activision Blizzard, Inc. objavio je verziju 'Call

of Duty: Warzone' za besplatno preuzimanje i zabilježio oko šest milijuna preuzimanja u jednom danu“ (2020, (Grand View Research 2020).

Ipak, valja napomenuti i kako je pandemija koronavirusa isto tako donijela negativan utjecaj u hardware produkciji i opskrbi videoigrica i tvrtke su odgodile objavu svojih novih proizvoda (Grand View Research 2020).

Prva videoigrica pojavila se 1958. zvala se „Pong“ i izum je fizičara Williama Higinbothama. Ova jednostavna igrica dodavanja loptice preko ekrana dok nekome ne promakne, napravljena je kao dio postave Brookhavenovog nacionalnog laboratorija u kojemu je Higinbotham radio, a koja je redovito imala dane otvorenih vrata. Atraktivnosti laboratorija su posjetiteljima su bile prilično dosadne, no Higinbotham je smatrao da bi „Pong“ bio zanimljiva vizualna atrakcija koja bi pritom pokazala kako su radovi i istraživanja laboratorija relevantna za društvo. Inače već izumitelj s dva patenta, nije mogao ni zamisliti koliko će se ta igra i koncept videoigrice svidjeti i u što će se sve razviti. (APS). Osamdesetih videoigrice se kreću širiti i postajati sve popularnije među djecom koja ih igraju u igraonicama i prostorima za zabavu, a kasnije dolazi do razvijanja igraćih konzola koji omogućuju igranje doma. Dok se teorija medijskih efekata ne bavi utjecajem videoigara na percepciju novinarske profesije, ovo istraživanje otvara upravo otvara ovu temu

2.3. Videoigrice i novinarstvo

Novinarstvo, točnije prikupljanje i priprema informacija za javnu objavu, kroz povijest profitiralo je od tehnološkog napretka. Tim napretkom od pisanog novinarstva također smo dobili televizijsko i radio novinarstvo, a pojavom interneta te tradicionalne forme se nerijetko mogu naći u istom sadržaju i međusobno se nadopunjavati. U tom kontekstu, medijski istraživači vide potencijal videoigrica kao priliku za još bolje, interaktivno novinarstvo.

Australski istraživač Jon Burton (2005) uočava kako videoigrice i novinarstvo već otprije imaju dobru suradnju, ako se uzme u obzir kako su novine nudile enigmatiku. Kako su novine nudile takve slagalice, urednici novina su napominjali kako cilj tih slagalica nije samo zabava, već i obrazovanje, a za rješavanje nekih od tih slagalica, čak vam je potrebno i da pročitate vijesti koje su taj dan bile objavljene (Burton, 2005: 88).

U tom svjetlu, mogu li videoigrice biti sredstvo informiranja i koristiti novinarima za distribuciju informacija? Burton podupire ideju kako bi vijesti u formi videoigrice omogućile publikama jedan novi način informiranja, ovoga puta prema njihovim uvjetima.

„Unatoč nekim kulturnim i tehničkim preprekama, internetsko novinarstvo i internet novinari su u dobroj poziciji za proizvodnju igrica temeljenih na vijestima, koje bi nadopunjavale i poboljšale trenutne prakse dostavljanja vijesti“ (Burton, 2005: 88). Pa ipak, kako bi se to ostvarilo, nekoliko stvari treba biti razriješeno, upozorava Burton i naposljetku, treba se odrediti jesu li videoigrice prigodan format za dostavu vijesti.

Burton je na početku rasprave dao dvije vrste takvih videoigrica koje je nazvao dokumentarnim videoigricama: 1.) One u kojima se sadašnje ili povijesne informacije koriste kao pozadina za igranje igrice, te 2.) igrice koje objašnjavaju vijest ili sustav kroz igranje igrice.

Za prvu kategoriju, Burton primjećuje kako u trenutnoj praksi postoji mnogo dobrih primjera koji sviju igru baziraju na povijesnim činjenicama:

„Mnoge takve igrice koriste povijesnu preciznost za više nego pozadinu nekolicina koriste povijesne ili na vijesti bazirane pozadine za središnju mehaniku videoigrice. Primjerice, na prilično bazičnoj razini, većina pucačkih igrica temeljenih na Drugom svjetskom ratu kao što je Call of Duty (Infinity Ward 2003) daju praktične informacije poput kliko metaka konkretno oružje iz tog rata je nosilo, kao i jednostavne indikacije preciznosti tih oružja (Burton, 2005: 89) .

No, ideja videoigrice kao sredstva informiranja naišle su na popriličnu kontroverzu. Burton podsjeća na pokušaje kao što je bila videoigrice „JFK Reloaded“ (Traffic Management 2004a), a koja je bila proglašena odvratnom kako su igrači igrali kao Lee Harvey Oswald, Kennedyijev ubojica. To ubojstvo i dan danas neodgovorena pitanja, primjerice, je li Oswald ispalio tri metka. Dok novinari inače gledaju balistička izvješća i razgovaraju sa svjedocima, videoigrice nudi igraču mogućnost da sam istraži mogućnosti počinjenja tog zločina. Izdavači su u meta testiranju dapače, radili analize koliko igrači precizno mogu ponavljati Oswaldove akcije, kako su ih opisivala službena izvješća (Burton, 2005: 90).

Internetskim medijima nije nepoznanica koristiti interaktivne grafike kako kako bi dodatno obradili informaciju, no ono što je ključna razlika između drugih oblika interaktivnosti u novinarstvu, jest što se videoigrice igra do pobjede. U videoigrici ili pobijedite ili izgubite i taj aspekt daje dodatan izazov onom općenitom problemu preciznosti informacije koja se zastupa

ili bi se pokušala obraditi kroz videoigricu. Kao dobar pokušaj, Burton je istaknuo videoigricu koju je 2005. na svojoj stranici objavio medij MSNBC imena „Strike Out“. Objavljena uz redovne vijesti, bila je vrlo jednostavna i imala problema jer je više sličila grafici nego igrici, no imala je taj aspekt pobjede. Također nije baš najbolje služila kao komad novinarstva, ali bila je riječ o dobrom pokušaju. Iako nije objavljena od strane medija, igraica Prime Minister Forever (Eighty Dimensional 2004) za Burtona je još jedan dobar primjer videoigrice u novinarske svrhe. Igrica nije bila baš najprecizija, no igrač se da bi pobijedio ili izgubio morao upoznati sa pojednostavljenim karakteristikama australskog političkog sustava kako bi radio svoju kampanju (Burton, 2005: 92-93):

„Igrice su fundamentalno participativni format gdje su igračevi potezi od iznimne važnosti. To ih čini nekompatibilnima s osnovnom novinarskom zadaćom izvještavanja o događaju koji se već dogodio i na čiji ishod igrač ne može utjecati. Zbog toga, takve igrice ne mogu zamijeniti tekstualna izvješća kao preferirani format za vijesti. Vrijednost interaktivnog medija, poput igrice je da umjesto toga daju kontekst uokolo priče, da objasne pozadinu i mjesto vijesti. Važno je da taj kontekst može biti napravljen u formi koja može biti edukativna i zanimljiva publici koja sve više očekuje da im mediji odgovaraju“ (Burton, 2005: 93).

Iz tog razloga, kao i zbog vremena i troškova potrebnih da se proizvede videoigrica, Burton zaključuje kako videoigrica nije najbolji format za izvještavanje, ali imaju mogućnost davanja dubljeg značenja, a ako bi se aspekt pobjede mogao prilagoditi novim saznanjima kao nagradom, onda bi videoigrice bile sjajna stvar za novinare da privuku nove generacije kojima je dosadio tradicionalan način izvještavanja (Burton, 2005: 96)

De la Pena i suradnici (2010), raspravljali su o mogućnostima koje nudi virtualna stvarnost VR za prakticiranje *immersive journalism*a (uranjačkog novinarstva). Primjetili su kako se žanr igraica vijesti poprilično razvio do 2010 i kako te igrice imaju edukativnu i informacijsku svrhu (De La Pena, 2010: 292).

De la Pena i suradnici se brinu kako je zasićenost audio-vizualnim sadržajima onemogućilo publici da suosjeća i ima empatiju prema tragičnim i teškim događajima o kojima su informirani, ali kako bi sa VR-om, mogućnosti da iako nisu na mjestu stvarnog događaja ali mu svjedoče kao da jesu, javnost imala mogućnost shvatiti događaje na način na koji nikad nisu. Iako su opetovano naglasili da nisu isprobali to u službenom eksperimentu, imaju detaljno razrađenu ideju. Njihova ideja zahtijeva sobu 7 x 5 x 7 m³ s kutijom u kojoj bi stajao avatar

(odnosno osoba koja bi se podlegla VR iskustvu), a kutija bi također imala vrata i virtualno zrcalo. Svoju ideju, iako je nisu testirali, skicirali su u Google Sketchup i 3D Studio Max. Dizajnirali su za avatara odjeću koja izgleda kao zatvorenička odjeća u Guantanamu i namještena u pozi sličnoj onoj kakva je opisana u izvješću o stresu zatočenika. Zajedno sa snimljenim zvukovima sa glumcima, može se simulirati osjećaj Guantanamo zatvora. Iako netestirano u službenom eksperimentu, ali su javno ponudili mogućnost isprobavanja ove simulacije uz upozorenje da bi iskustvo moglo biti neugodno. I doista, iskustva onih koji su isprobali simulaciju bilo je, s obzirom na količinu stresa bitno drugačije od samog čitanja o kontroverznom postupanju prema zatvorenicima u Guantanamu (De la Pena, 2010: 294-298): „Vjerujemo kako bi uranjačko novinarstvo ponudilo potpuno drukčije iskustvo vijesti i time razumijevanje na način koji je inače nemoguć bez da ste tamo“ (De la Pena, 2010: 300). Kao što vidimo, medij videoigrica ima popriličnu znanstvenu građu, a prikazani porast industrije, čini je relevantnim predmetom istraživanja u medijskim znanostima. Ozbiljna su i razmatranja uporabe videoigrica u novinarske svrhe.

3. Novinarska profesija

Ovo poglavlje baviti će se znanstvenim istraživanjima novinarske profesije. Novinarska etika, alati novinarske prakse, kao i kritika suvremenih medija, te reprezentacija novinara u filmskom narativima.

Stoga se za teorijski okvir treba osvrnuti na kritičku teoriju medija, onu teoriju koja upozorava da vrijednosti nepristranog i valjanog informiranja ne funkcioniraju u svakodnevnoj medijskoj praksi.

3.1. Novinarska etika

Kada govorimo o nepristranom i valjanom informiranju, ustvari govorimo o onome što je novinarska struka prozvala novinarskom etikom.

U Hrvatskoj, novinarska etika je jedan od ključnih predmeta znanstvenog proučavanja akademske zajednice koja se bavi medijima. Jedno od kapitalnih dijela koje proučava novinarsku etiku u Hrvatskoj, nedvojbeno je knjiga dr. Gordane Vilović „Etički prijepori u Nacionalu i Globusu 1999.-2000. (Vilović, 2004).

U svome istraživanju, Vilović je utvrdila da su ova dva, u to vrijeme najtiražnija hrvatska tjednika svojim novinarskim djelovanjem prekršili niz etičkih standarda:

„Dobiven rezultat međutim valja staviti u kontekst nevjerojatnih manipulacija države medijima tijekom desetogodišnjeg razdoblja 1990-2000. u Hrvatskoj. Država je naime svojom lošom politikom, osobito u privatizaciji i želji da oblikuje medije prema svojim standardima slobode, izazvala privatne medije da prijeđu u drugu krajnost i da ruše granice dobre novinarske prakse“ (Vilović, 2004: 165).

Međunarodna novinarska federacija (IFJ), najveća međunarodna organizacija novinarstva, ima čak i Povelju novinarske etike koja se sastoji od sažela je novinarsku etiku u 16 članaka i preambuli. Na tragu Deklaracije principa ponašanja novinara iz 1954. godine koja je poznatija kao „Bordeaux deklaracija“, povelja je zadnji put prihvaćena na tridesetom IFJ svjetskom kongresu u Tunisu, 12. lipnja 2019. godine. Bazirana je na najvažnijim tekstovima međunarodnog prava i na Univerzalnoj deklaraciji ljudskih prava UN-a. (IFJ, 2019).

Konkretno kod UN-ove deklaracije, posebno se ističe članak 19 koji govori o pravu na informiranje i pristupu informacija, a prema IFJ-ovoj povelji, profesionalni novinar se obvezuje poštovati činjenice u izvještavanju, činjenicama i istinom braniti slobodu informiranja, te iako novinar ima pravo na komentare i mišljenja, svejedno mora napraviti jasnu distinkciju između činjenice i mišljenja. Isto tako, iz povelje se ističe i to da novinari moraju poštovati pravo na privatnost, informacije prikupljati na pošten način, a potvrđivanje činjenica mora uzeti prioritet nad ganjanjem rokova. Isto tako novinar mora čuvati privatnost svojih izvora, a informacije koje objavljuje ne smiju biti temeljene na iskrivljenim činjenicama ili podacima. Klevetanje i poticanje mržnje ili nasilja prema subjektu vijesti je isto tako protivno povelji, a vrhunski neprofesionalizam povelja tumači i plagiranje kao čin neprofesionalnosti, te uključivanje u događaje o kojima se izvještava (IFJ, 2019).

Iako će mnogi kod ove povelje pomisliti na ono što se smatra ozbiljnim novinarstvom, koje uključuje praćenje politike, gospodarstva, društva i kriminala, ni novinari koji se bave nekim opuštenijim temama poput sporta nisu izučeni iz novinarske etike.

Toga je svjestan i istraživač Wulfmeyer (1985) koji u svome radu objašnjava kako Amerikanci gledaju vrlo negativno na sportske novinare, uvjereni kako se oni ne trude raditi svoj posao na etički prihvatljiv način.

Wulfemeyer je isto mišljenja kako tome možemo zahvaliti, televiziji, filmu, pa i stripovima koji sportske novinare prikazuju kao šepRTLjave, nekompetentne alkoholičarske prevarante koji bi vlastitu baku prodali za dobru priču, besplatnu ulaznicu, piće ili dojavu o konju na kojega se kladiti i da je takav prikaz novinara zalog zašto mnogi amerikanci smatraju da sportski novinari i etika imaju toliko toga zajedničko kao i smeđe cipele i smokinzi (Wulfemeyer, 1985: 57).

Wulfmayer je definirao 10 područja koji se tiču sportskih novinara i odlučio im dati savjete kako se etički ponašati u njima, nerijetki i na temelju pilot-anketa koje je proveo među sportskim novinarima:

1.) Besplatnjaštvo

Wulfmayer besplatnjaštvo vidi u kao konstantnu pojavu u sportskom novinarstvu zahvaljujući besplatnim ulaznicama i upadima na sportske događaje, zabave, konferencije i turneje, uz besplatnu hranu i piće osiguranih cijelo vrijeme. U to je uključeno i besplatno korištenje telefona i drugih pomagala, kao i razni pokloni. Iako to pomaže manjim medijskim tvrtkama da mogu pratiti događaje iz spomenute rubrike, pa čak i mogućnost dobivanja ekskluzivnih informacija. No s druge strane, to besplatnjaštvo utječe na nepristranost u izvještavanju, zbog osjećaja dugovanja, pri čemu pate kvaliteta informacija, a novinar se počinje osjećati kao dio organizacije, a ne kao izvještavač o njoj.

Stoga Wulfmayer predlaže, a bazirano na ispitivanju koje tvrdi kako 90% novinara smatra da bi medijske organizacije same trebale snositi troškove, da upravo to i rade. Savjet Wulfmayera je da novinarima njihove tvrtke plaćaju putovanja i troškove, a svi pokloni neka se ili odbiju ili pošalju odakle su došli.

2.) Dodatni posao

Sportskim novinarima se nerijetko nudi prilika za dodatni posao. To može uključiti bilježenje sportskih statistika, pisanje za sportske godišnjake klubova i sportskih organizacija, te mnoge druge prilike. To nije samo dodatna zarada za novinara, već mu povećava prestiž i reputaciju. Negativni aspekt vidljiv je u smanjivanju njegove objektivnosti jer na taj način novinar biva percipiran kao glasnogovornik klubova i sportskih organizacija, a ne kao izvještavač za javnost. Stoga Wulfmayer, na osnovi ispitivanja u kojemu 80% novinara dodatni posao smatra neprihvatljivim, predlaže da sportski novinari, bilo na plaćenju ili volonterskoj bazi moraju odbiti svaki dodatni posao koji im se nudi, a da je vezan uz sport.

3.) Metode prikupljanja vijesti

U novinarstvu je plagiranje ili kopiranje jedan od najvećih tabua, no s obzirom na učestalo oslanjanje na javna priopćenja sportskih organizacija, skoro pa neizostavno. Wulfmayer to situaciju ne gleda kao crno-bijelo i ističe da su prednosti priopćenja u isporuci kvalitetnih informacija bez previše truda. Pa ipak, negativne strane uključuju mijenjanja novinarstva za postajanjem propagandnim servisom. Isto tako, intervjuirajući sportske igrače u svlačionici, novinar opet potencijalno može postati član tima, a ne nepristrani promatrač. Stoga Wulfmayer predlaže temeljeno na anketi gdje 74% ispitanika smatra da su takvi intervjui neprihvatljivi,

kako novinari neće krasti ili plagirati informacije, a intervjui sa strane i u svlačionicama se neće provoditi.

4.) Izvori vijesti

Sportski novinari moraju pričati s ljudima kako bi mogli dobiti informacije i napisati svoje priče. Iako su većinom ljudi u sportu željni razgovarati kako bi im se ime pročulo u medijima, ali i sportski novinari se također susreću s molbama za anonimno davanje izjava. Kao što je već spomenuto kada smo govorili o povelji IFJ-a, novinar je dužan čuvati privatnost izvora, no Wulfmayer upozorava kako se anonimnost može iskorištavati za pretjerane izjave i blaćenje pod okriljem anonimnosti u medijima. S druge strane, privatni izvori mogu dati i zanimljivu informaciju. Stoga Wulfmayer predlaže da se anonimnost odobri u slučaju ugroze reputacije, posla ili neke druge ugroze za izvor, ali da svaka takva informacija bude provjerena prije objave i da se drugoj strani pruži prilika za komentiranje anonimne optužbe.

5.) Izravni citati

Wulfmayer nam govori kako sve između navodnika moraju biti izravne riječi sugovornika. Međutim, uočava kako se te rečenice ipak malo pročišćavaju zbog gramatike i pravopisa, kao i zbog manjih činjeničnih pogrešaka i to je sasvim u redu jer nije potrebno bombardirati čitatelje, poglavito mlade, gramatičkim pogreškama. Ipak, Wulfmayer je mišljenja i savjetuje iz etičke perspektive da se poštuju izravni citati, ali kada su potrebni veliki ispravci u sugovornikovim izjavama, onda treba izbjegavati izravne citate i radije parafrazirati izjave sugovornika.

6.) Privatnost

Naravno da sportski igrači gube pravo na određene aspekte privatnosti kao javne i slavne osobe, no ipak, Wulfmayer smatra kako to ne znači da sportski novinari moraju biti voajeri koji njuškaju u privatni život sportaša izvan terena, čak i ako čitatelje to zanima. No, ako privatni život ima izravni utjecaj na profesionalni život, onda se i tome treba izvjestiti. Stoga je Wulfmayerov etički savjet da se izbjegava izvještavanje o privatnom životu igrača, osim ako je riječ o nečemu što utječe na profesionalni život sportskih aktera, u vidu izvedbe i slično.

7.) Kockanje

Omjeri klađenja se često spominju u sportskim člancima, primjećuje Wulfmayer na tragu Millsapsa (1984). Sportski novinari su primijetili da takve informacije povećavaju čitanost, ali Wulfmayer ne skriva kako je to vrlo ironično kada je kockanje zabranjeno u većini Američkih država. Naposljetku, Wulfmayer takve informacije ocjenjuje neetičnim i neprofesionalnim. Njegov je savjet stoga da se o općim kladioničarskim informacijama ne piše, ali da se ipak izvještava o skandalima vezanih uz klađenje, kao što je namještanje bodova.

8.) Posebni interes

Mnogi individualci i organizacije u postizanju svojih vlastitih ciljeva pokušavaju staviti pritisak na sportske novinare. Navijači, igrači, klubovi, samo su neki od onih koji žele kontrolirati o čemu se piše ili što će se emitirati. Prijateljstvo sa spomenutim skupinama može pomoći u nalasku neke zanimljive informacije, ali ujedno je i sukob interesa. Wulfmayerov savjet je tu jasan: sportski novinari ne smiju biti pod utjecajem individualaca i skupina zbog njihovih interesa, a svako spominjanje i promicanje spomenutih skupina mora biti opravdano vrijednostima biranja vijesti.

9.) Vlastiti interes

Novinari ne smiju pustiti da njihova vlastita vjerovanja, stavovi, vrijednosti i mišljenja utječu na njihov rad. Moraju biti objektivni, Iako Wulfmayer ne isključuje kako novinarev osobni interes može potaknuti bolje izvještavanje, nego da uopće ne mari za ono o čemu izvještava, postoji opasnost da će novinar dati preveliki značaj nečemu što ustvari nema toliki značaj, a može i riskirati da na taj način pomaže prijateljima ili šteti neprijateljima. Kako se to ne bi dogodilo, Wulfmayer savjetuje da se sportski novinari iznimno potrudite i da ne dopustite da njihovi osobni stavovi i mišljenja utječu na izvještavanje, a ako dolazi do sukoba interesa u vidu zadatka koji uključuje njihove prijatelje ili neprijatelje, da ne prihvate izvještavati o tome.

10.) uključenje

Puno je razloga da se novinari uključe u razne udruge, organizacije i slično jer na taj način mogu doći do zanimljivih, ekkluzivnih informacija. No, postoje i opasnosti gubitka objektivnost, utjecaja drugih članova i dolaska u sukob interesa.

Stoga Wulfmayer savjetuje sportskim novinarima izbjegavanje ikakvog uključivanja u sportske organizacije (Wulfmayer, 1985: 59-65).

Na kraju i sam Wulfmayer je svjestan da će se novinari ne slagati s time i postavljati pitanja tko bi ih trebao kazniti, pa i žaliti da ih ovi etički savjeti ograničavaju u njihovom radu. Ipak, Wulfmayer je uvjeren da ovi savjeti moraju biti implementirani za rast i razvoj kvalitetnog sportskog novinarstva, ali da će za to trebati vremena, truda, pa čak i promjene filozofskog poimanja (Wulfmayer, 1985: 65-66).

Ipak, neovisno je li riječ o sportskom novinarstvu, ili novinarstvu općenito, novinarska etika ne funkcionira uvijek u praksi.

3.2. Proizvodnja pristanka – interesi elite prioritet nad novinarskom etikom

Zašto novinarska etika ne funkcionira uvijek u praksi? Pojednostavnjeni odgovor je kako država ima svoje interese koje treba provesti. Dok je slijedeći klasičnu Weberovu definiciju države i političkih organizacija kojoj su joj prethodile kao „odnos vladavine ljudi nad ljudima koji se oslanja na sredstvo legitimne (a to znači: promatrane kao legitimne) uporabe sile“ (Weber, 2006 :7-8), lako pomisliti da je upravo taj monopol nad silom dovoljan argument za guranje državnih interesa.

Međutim, povijesni događaji obilježeni prosvjedima i pobunama građana protiv države i državne elite s kojom nisu zadovoljni, od kojih je najpoznatija zasigurno Francuska revolucija te vrijednosti demokracije u kojoj država treba služiti građanima i omogućiti im slobodu, a ne tiraniju uporabe fizičke sile, bilo zatvaranjem građana bilo ubijanjem ukoliko se ne slažu sa željama državne elite, potaknuli su suptilniji pristup države prema svojim interesima. Umjesto prisile, uvjeravanje i traženje pristanka.

Tu dolazimo do vrlo važnog pojma, proizvodnje pristanka, koji je važan za ovu analizu kako ga narativ sjajno prikazuje, kao jedan od ključnih motiva kršenja novinarske etike.

Američki pisac i politički analitičar Walter Lippmann o proizvodnji pristanka je pisao još 1922. u svome djelu „Javno mnijenje“. Prema Lippmannu prvi primjer proizvodnje pristanka vidio se kod američkog ulaska u Prvi svjetski rat 1917. godine.

Taj strašni rat koji je zahvatio Europu, nije se izravno ticao Sjedinjenih Američkih Država te je trebalo uvjeriti američke građane da je ne samo u državnom, već u njihovom interesu da SAD stupi u taj rat. Stoga je formiran Odbor za javno informiranje predvođen Georgeom Creelom i popularno zvan Creelov odbor koji je trebao utjecati na javno mnijenje u cilju podrške američkog upletanja u Prvi svjetski rat. Kako Lippmann ističe pozivajući se na Creelovo djelo „Kako smo savjetovali Ameriku“ (How we advertised America), Creel je osobno opisivao ulogu odbora kao Borbu „za umove ljude, pohod na njihova uvjerenja kako bi evanđelje amerikanizma bilo preneseno do svakog kutka svijeta“ (Lippmann, 1921: 31).

Lippmann nastavlja kako je Creel uspostavio mašineriju koja je uključivala „diviziju vijesti“ koja je objavila više od šest tisuća objava, unajmila 75 tisuća volontera znanih kao „četverominutni ljudi“ (four-minute men) koji su u četiri minute održavali razgovore na temu koju im je zadao Creelov odbor te su obavili najmanje sedamsto pedeset pet tisuća sto devedeset govora publici od preko tri milijuna ljudi. Izviđači su američkim kućanstvima dostavljali pisane primjerke obraćanja tadašnjeg predsjednika Woodrowa Wilsona, dvotjednici su se slali prema šest tisuća učitelja, a 200 000 projektor je korišteno za ilustrirane lekcije. Također je tu bilo i 14 tisuća pedeset različitih dizajna za postere, novinske oglase, crtiće, kartice, a gospodarske komore, crkve, škole i bratstva su bili iskorišteni kao

kanali distribucije (Lippmann, 1921: 31).

U rečenici koja slijedi Lippmann iskazuje divljenje Creelovom tempu i akciji u propagiranju američkog ulaska u Prvi svjetski rat, bitno je naglasiti i Lippmannovo uočavanje kako je taj pothvat trebao pored domišljatosti i ogromna ulaganja, pretežito financijska koje je nemoguće u vrijeme mira kada su ljudi zaokupljeni drugim stvarima:

„Ovo je vjerojatno najveći i najintenzivniji trud za brzo iznošenje prilično uniformiranog seta ideja svim ljudima u naciji. Starija obraćanja su djelovala slabije, možda sigurnije, ali nikada toliko inkluzivno. Ako su bile potrebne takve ekstremne mjere da se dopre do svih u vremenima krize, koliko su otvoreni normalniji kanali prema ljudskim umovima?

Administracija je pokušavala i dok se rat nastavljao uvelike je, vjerujem, uspjela u stvaranju nečega što bi se skoro moglo zvati jednim javnim mnijenjem diljem Amerike“ (Lippmann,

1921: 32). Tu se Lippmann posebno osvrće na to što su ljudi u doba mira zaokupljeni svojim vlastitim

problemima, rijetko sreću ljude izvan svoje sorte i slabo čitaju. S druge strane, razvoj prometne infrastrukture, vozila i komunikacijskih tehnologija kojima je Lippmann svjedočio, kao i ekonomskim i političkim uvjetima, jače su povezivali ljude i tako rušili barijere koje su otežavali prijenos informacija i koje je Creel uspio prevladati u ratnim vremenima (Lippmann, 1921: 31-32).

Ipak, čini se da taj razvoj i promjene socio-ekonomske političke dinamike u stvaranju pristanka, tog masovnog uniformiranog mišljenja ostaje suočeno s jednim problemom koji je sveprisutan, kroz prostor, vrijeme i ljudska iskustva, svakom promjenom neopterećen, a koji se i sam mijenja, a ostaje isti u svojoj srži uvijek izazivajući od komunikatora ideja prema masi nova rješenja – taj problem je neodređenost ljudske percepcije:

„Željenje i akcija se uče i u drugoj se generaciji možda budu učili. Analitička psihologija i socijalna povijest ujedinjeni su u podršci ovome zaključku. Psihologija indicira koliko je esencijalno kauzalna spona između konkretnog stimulansa i konkretnog odgovora.

Antropologija u najširem smislu pojačava taj pogled demonstrirajući kako stvari koje su uzbuđivale ljudske strasti i sredstva koja su koristili da bi ih ostvarili se beskrajno razlikuju od vremena do vremena, od mjesta do mjesta. Ljudi ganjaju svoje interese. Ali kako će ih ganjati nije fatalno determinirano i stoga, u kojem god vremenskom ograničenju će ovaj planet podupirati ljudski život, čovjek ne može postaviti pojam nad kreativnom energijom čovjeka. Ne može uspostaviti propast automatizma. Može reći, ako mora, da tijekom njegova života

neće biti promjena koje može prepoznati kao dobre. Ali u govorenju da će prilagoditi život onome što vidi svojim očima, odbijati ono što može vidjeti svojim umom; uzet će to kao mjeru dobra, jedinu mjeru koju je sretan posjedovati. Ne može naći osnove za napuštanje svojih najvećih nada i opuštanje svojeg svijesti osim ako odabere prepoznati nepoznato kao nepoznato, osim ako ne odluči vjerovati da što nitko ne zna nitko neće znati i što netko još nije naučio, nitko neće moći podučiti“ (Lippmann, 1921: 125-126).

Drugim riječima, želje, interesi i načini zadovoljavanja interesa kroz ljudsko iskustvo se mijenjaju, nepredvidiva su, a povijest jedino može bilježiti promjene nakon što se već dogode. Čak i kada se uspije proizvesti „zajednička volja“, što je bio cilj Creelovog odbora, ustvari se ne zna kako je to točno postignuto:

„Gospodin Wilson (...) niti itko drugi, ne može kvantitativno i kvalitativno znati što se događalo u trideset ili četrdeset milijuna odraslih umova. Ali, ono što svi znaju je da se rat vodio i dobiven je trudom brojnih, stimuliran, nitko ne zna u kojoj mjeri, Wilsonovim motivima i Harveyevim motivima i svim vrstama hibrida toga dvoje. Ljudi su se pridružili vojsci i borili, radili, plaćali poreze, žrtvovali se za zajednički cilj, a opet nitko ne može ni krenuti objašnjavati što je potaklo svaku osobu da napravi svaku stvar koju je napravio. Nema smisla onda, da gospodin Harvey kaže vojniku koji se borio misleći da je ovo rat koji će okončati sve ratove da vojnik nije tako mislio. Vojnik koji je to mislio, mislio je. A gospodin Harvey koji je mislio nešto drugo, mislio je nešto drugo“ (Lippmann, 1921: 127).

Dakle, sljedeći Lippmanna moglo bi se zaključiti da je on već tada bio svjestan kako ljudi poruke koje im se prenose shvaćaju drugačije od namjere pošiljatelja. Ne samo da drugačije shvaćaju istu poruku, već u moru različitih poruka, oni će se koncentrirati na određene poruke. Ako ima više poruka na istu temu, blaža ili jača poruka, prioritiziranje jednog aspekta naspram drugog, normalna je pojava u ljudskom iskustvu. Iz današnje perspektive, pored sve većeg broja istraživanja medijske publike i njihove percepcije medijskih sadržaja, to je vidljivo u korištenju društvenih mreža gdje ljudi na najrazličitije načine komentiraju isti medijski

sadržaj drugačije percipirajući iste informacije ili stavljajući fokus na drukčiji dio informacije od drugih pripadnika medijske publike. Tu selekciju rade na temelju svoje prošlosti, iskustva, svjetonazora, pa i utjecaja okoline i bliskih ljudi, iako naravno, potrebno je sagledati znanstvenu literaturu ili napraviti posve novo istraživanje kako bi se to bolje opisalo na jedan znanstveni, kvantificirani način što bliži empiriji.

Pored pohvala Lippmannu što je još 1922. (tada je službeno objavljena njegova knjiga, makar kao što je vidljivo na linku PDF-a u ovom je radu korišteno izdanje iz 1921.) prepoznao ove elemente ljudske prirode i što je u knjizi također se osvrtao kroz pojmove i elemente koje utječu na ljudsko iskustvo, a koje stručnjaci za odnose s javnosti i/ili čak i pravi propagandisti trebaju proučiti i biti svjesni, poput vanjskog svijeta i predodžbi u svijetu o ljudskim umovima, stereotipima, vremenu pozornosti i drugome (Lipmann, 1921), za našu teoriju je ipak važnije vidjeti što Lippmann uviđa i misli o novinarstvu za kojeg smo već spomenuli da je i sam Creel koristio tijekom kampanje za podržavanje ulaska SAD-a u Prvi svjetski rat, pripremajući reklame za novine.

Naime, Lippmann, prije svog zaključka o medijima, otkriva svoj stav kako vlada ne može uspješno funkcionirati bez postojanja „nezavisne stručne organizacije“ koje će nevidljive činjenice učiniti razumljivima onima koji moraju donositi odluke. Lippmann smatra kako ozbiljno prihvaćanje tog principa u kojem reprezentacija neviđenih činjenica mijenja osobnu reprezentaciju može dovesti zadovoljavajuće decentralizacije koja će omogućiti bijeg od „nepodnošljive i nefunkcionalne fikcije“ kako svatko od nas mora imati kompetentno mišljenje o svim javnim poslovima. Tu se javlja problem medija (u to vrijeme, tiska) jer kritičari i apologeti očekuju da mediji to ostvare, a čitatelji isto očekuju čudo bez troškova i u koje neće morati ulagati trud. (Lippmann, 1922: 22-23):

„Demokrati novine smatraju rješenjem za svoje manjkavosti, dok analiza prirode vijesti i

ekonomska baza novinarstva, čini se, pokazuje kako novine nužno i neizbježno reflektiraju i

prema tome, u manjoj ili većoj mjeri, pojačavaju, manjkavu organizaciju javnog mišljenja.

Moj zaključak je da javna mišljenja moraju biti organizirana za tisak, a ne za tisak kao sada,

ako žele biti jasna“ (Lippmann, 1921: 23).

U ovoj rečenici, možemo isčitavati jednu mračnu notu koja se nerijetko prebacuje Lippmannu. A ta mračna nota je ideja ulaganja u priopćenja i utjecaj na medije kako bi se spriječila njihovo reflektiranje negativnog mišljenja javnosti, a koje bi onda vodilo do

stvaranja zajedničke volje, proizvodnje pristanka koje će odgovarati interesu države, a koji zauzvrat, guši pošten pristup informiranja u novinarstvu. Dojam je to koji postaje još jači konzultiranjem s nezaobilaznom suvremenom ikonom kritične teorije medija Noamom Chomskyim o kojemu će više riječi biti niže u radu. Potom se treba osvrnuti na koji način mediji funkcioniraju, koje su njihove nezaobilazne moći koje se mogu koristiti za proizvodnju javnog pristanka: teorija postavljanja dnevnog reda (*agenda-setting*) i *medijsko uokvirivanje (media framing)*.

3.3. Kritika medija Hermana i Chomskog

Kada govorimo o kritikama medija, nezaobilazno je osvrnuti se na američkog lingvistu Noama Chomskog, priznatog, ali kontroverznog kritičara američkih medija, suvremenog američkog društva, vanjske politike SAD-a. Zajedno sa kolegom Edwardom S. Hermanom u knjizi „Proizvodnja pristanka: politička ekonomija masovnih medija“ objavljenoj 1988, Chomsky je dao vrlo argumentiranu istraženu te krajnje oštru kritiku američkih masovnih medija.

Što Chomsky, cijenjeni anarhistički mislioc zamjera suvremenim medijima, detaljnije ćemo vidjeti u njegovoj knjizi „Mediji, propaganda i sistem“, gdje je detaljno istraživao i analizirao izvještavanje američkih medija o brojnim ratovima u kojima je država sudjelovala. Povezujući to s već opisanim pojmovima *agenda settinga* i proizvodnje pristanka, Chomsky zaključuje kako je američka demokracija i osjećaj slobode zapravo lažan te se radi o totalitarizmu bez fizičke prisile. Stoga SAD putem masovnih medija proizvodi pristanak i narativa prema onome što je Chomsky vlastitim istraživanjem uočio, istražio i zaključio stvarnim činjeničnim stanjem. Pritom Chomsky kao jedan od najvažnijih pojmova ističe proizvodnju pristanka, koja upravo zato što je SAD sustav koji za razliku od totalitarizma ne koristi silu za izvršenje svoje volje, mora uvjeriti svoje građane da su ciljevi države u njihovom interesu. Preciznije, cilj proizvodnje pristanka je smiriti moć naroda kako ne bi došlo do „radikalne demokracije kakve smo svjedočili u šezdesetim godinama prošlog stoljeća“ (Chomsky, 2016: 2). Knjiga već na svome početku, nudeći prijepis Chomskova govora iz 1997., daje do znanja kako su mediji u proizvodnji pristanka iznimno važni, ako ne i najvažniji. „Jedan od razloga zašto pišem o medijima jest taj što me zanima cijela

intelektualna kultura, a dio te kulture koji je najjednostavniji za proučavanje su mediji. Pojavljuju se svaki dan. Možete napraviti sustavno ispitivanje. Možete usporediti jučerašnju verziju sa današnjom. Postoji puno dokaza koji ukazuju na ono što je laž, a što nije, te način na koji su stvari strukturirane“ (Chomsky, 2016: 6). U proizvodnji pristanka glavnu ulogu igraju mediji, a Chomsky objašnjava međuodnose medija, odnosno, kao što je naglašeno, elitnih medija, vladajuće elite i intelektualaca u stvaranju i održavanju sustava i znanja koji se njime kreće. Najjednostavnije to možemo sažeti ovako: na elitne medije utječe vladajuća elita, koja kao izvršna vlast također ima i monopol nad silom ili kapital. Zatim u elitnim medijima rade obrazovni ljudi, intelektualci koji stvaraju značenje, znanje i drugim medijima određuju o čemu i na koji način izvještavati. Zatim tim elitnim medijima, kao što New York Times, prva i glavna publika su intelektualci, visoko obrazovani ljudi koji ta nametnuta značenja nesvjesno brane i nadalje nesvjesno kultiviraju pod utjecajem svoje akademske zajednice. Osim tih vijesti, koja javnost čini pasivnom, ali je informiranjem uvjerava da čini sve u svojoj moći da utječe na događaje, važna je industrija zabave poput sporta, filmova i serija u poticanju daljnje pasivnosti naroda.

Prvi primjer proizvodnje pristanka javnosti Chomsky uočava s Creelovim odborom koji je opravdao ulazak SAD-a u prvi svjetski rat (Chomsky, 2016: 11), a nastavio se s raznim drugim ratovima i povijesnim događajima u koji se SAD umiješao. Svaki puta, SAD bi u medijima bio percipiran i opisan poput spasitelja, iako u stvarnosti njegova je uloga više invazivna. Moralno upitni ratni postupci SAD-a kao što su ubijanje i mučenje pripadnika El Salvadorske grupe za ljudska prava uopće nisu niti spominjani (Chomsky, 2016: 97). Iako je takve podatke moguće naći, bitan je i kontekst u kojemu se oni nalaze, što Chomsky pokazuje primjerom kako se priznaju određene greške glede Vijetnamskog rata, ali ne i invazivna priroda tog sukoba. *„Proteklih 25 godina tražim bilo kakve reference u mainstream novinarstvu ili znanosti o američkoj invaziji u Južni Vijetnam 1962. (ili bilo kada), ili o američkom napadu na Južni Vijetnam, ili o američkoj agresiji u Indokini – bezuspješno. Takav događaj u povijesti ne postoji. Radije, postoji američka obrana Južnoga Vijetnama od terorista podržavanih izvana (to jest iz Vijetnama), obrana koja nije bila mudra, govore golubovi“* (Chomsky, 2016: 24). Zanimljiva je paralela koju je Chomsky povukao sa SSSR-om, totalitarnim sustavom koji je također u svojoj propagandi izvrtao činjenice. U tom sustavu radijski voditelj Vladimir Danchev u nekoliko je navrata rusku invaziju na Afganistan prozvao upravo invazijom i pozivao na pobunu. Bio je vrlo slavljn u zapadnim intelektualnim krugovima za svoje buntovništvo protiv Sovjetske vlasti. Međutim, kako Chomsky primjećuje, ekvivalent Danchevu ne postoji u SAD-u: *„Unutar mainstrea ne*

postoji nitko tko bi invaziju nazvao invazijom ili shvatio činjenice; nezamislivo je da bi bilo koji američki novinar pozvao južne Vijetnamce na pružanje otpora. Takva osoba ne bi bila poslana u psihijatrijsku bolnicu, no sigurno ne bi bila vraćena na svoju profesionalnu poziciju. Čak i danas oni koji spominju invaziju SAD-a na Južni Vijetnam 1962., pojačanu 1965., nagrađeni su nevjerovanjem – vjerojatno su zbunjeni ili jako ljuti. Ne možemo se braniti strahom od državnog nasilja, kao što to mogu sljedbenici partijske politike u totalitarnoj državi“ (Chomsky, 2016: 24). Sam Chomsky se u to uvjerio i na vlastitom primjeru, zbog kritika koje je primio od američkog tiska kada je usporedio američku invaziju na Vijetnam sa ruskom invazijom na Afganistan. (Chomsky, 2016: 24).

Kršenje diskursa elitnih medija ipak se povremeno događa. Primjerice, iako su elitni mediji ignorirali maltretiranje uhićenih boraca za ljudska prava u El Salvadoru, lokalne novine San Francisco Examiner je objavio priču. Naravno, problem je što se priča nije proširila. Važan je i pokret solidarnosti osamdesetih koji je napravio značajne promjene u Americi. Baš zato što je SAD totalitarizam bez prisile, tako su i prosvjedi pokreta solidarnosti bili civilizirani i nenasilni i uspjeli su promijeniti sustav (Chomsky, 2016: 96-97).

Chomskijevo viđenje medija kao sluga u svrsi interesa elita i države, gdje su pored izvještavanja dodatni alate korištenje sporta i zabave kao dodatne distrakcije, ima još jedan prigodni naziv: hegemonija. Hegemonija je jednostavno rečeno prevlast, države nad državom ili elitne klase nad drugim klasama. Može biti vojna, politička, ekonomska, društvena ili kulturna. Pojam je to neomarksističkog mislioca Antonia Gramscija koje je iznio u svom čuvenom dijelu „Zatvorska bilježnica“. S obzirom na aktualnu pandemiju, nisam bio u mogućnosti doći do primjerka „Zatvorske bilježnice“, a internetska pretraga mi nije uspjela dati boljeg rezultata od knjige „Selekcija iz zatvorske bilježnice“ koju su uredili urednici Quentin Hoare i Geoffrey Nowell Smith (1999), a koja je ustvari transkript izdanja iz 1977. koji su objavili Lawrence & Wishart:

„Kod samog Gramscija hegemonija ima dva lica. S jedne strane je suprotna od 'dominacije' (i kao takva udružena s opozicijskom državom / građanskim društvom), a s druge strane 'hegemonski' je katkad korišteno kao suprotnost od 'korporativnog ili 'ekonomski-korporativnog' kako bi se označila povijesna faza u kojoj je dana grupa od pozicije korporativnog postojanja i obrane svoje ekonomske pozicije i težnje, napredovala do pozicije vodstva u političkoj i društvenoj areni. Nehegemonске grupe ili klase Gramsci je prozvao 'podređenima', 'podčinjenima' ili katkad 'instrumentom“ (Gramsci, 1999).

U tom smislu, Chomsky nam daje opis stvarnog i praktičnog održavanja *statusa quo* koji sus svojom borbom izborile elite, a Gramsci naziv hegemonija. No, u ovom istraživanju sama praksa je važnija stoga je veći fokus sagledavanja Chomskijevog istraživanja.

Takav pogled novinara, odnosno medijskih profesionalaca, kao sluga elita i održavatelja *statusa quo* gdje zauzvrat i novinari dobiju na osjećaju važnosti, a o kojima Chomsky govori od kraja osamdesetih, ima utjecaja, vjerojatno kao i sama medijska praksa i nezadovoljstvo građana političkim elitama na negativnu percepciju o medijskim profesionalcima.

3.4. Mediji i javnost

Agenda-setting teorija najjednostavnije rečeno, tvrdi kako mediji imaju mogućnost svojim izvještavanjem nametati javnosti o čemu će misliti. Primjerice, ako mediji izvijeste o tulumu studenata na Jarunu usred pandemije koronavirusa, razmišljat ćete o tome kako su studenti tulumarili na Jarunu. Kao i o bilo kojoj drugoj temi, a ono zbog čega je ova teorija vrlo zanimljiva i važna, zbog utjecaja na razmišljanje o političkim pitanjima. Teorija je to koju su osmislili znanstveni istraživači Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw tijekom analiziranja američkih predsjedničkih izbora 1968.

„U izboru i prikazivanju vijesti, urednici, novinarski zaposlenici i odašiljači igraju važnu ulogu u oblikovanju političke stvarnosti. Čitatelji uče ne samo o danom problemu, ali isto tako koliko važnosti pridati tom problemu temeljem količine informacija u vijestima i njihovoj poziciji. U reflektiranju onoga što kandidati govore tijekom kampanje, masovni mediji mogu odrediti važne teme – odnosno, mediji mogu namjestiti 'agendu' kampanje“ (McCombs, Shaw, 1972: 105).

McCombs i Shaw, pored ovoga uvoda na početku rada, nastavljaju, slijedeći zapažanja Berelsona, Lazarsfelda i McPheea iz 1954. te Langa i Langa (1966) Kako ljudi više nemaju izravan kontakt s političarima već informacije dolaze od medija, dakle sekundarno ili čak tercijarno od drugih ljudi. Dok Lang i Lang ističu kako masovni mediji svojim nametanjem određenih tema grade javno mnijenje političkih figura i konstantno predlažu što bi individualci trebali misliti i osjećati, McCombs i Shaw su uvjereni, sasvim opravdano, slijedeći Cohena (1963) kako mediji većinom nisu uspješni u govorenju ljudima što da misle, ali su zato vrlo uspješni u govorenju ljudima o čemu da misle (McCombs, Shaw, 1972: 105-106). No, kako bi to ispitali, iskoristili su izbore 1968. za istraživanje medijskih publika metodom intervjua.

Cilj njihova istraživanja bilo je usporediti što glasači na Chapel Hillu smatraju glavnim

pitanjima u kampanju te koje masovne medije konzumiraju. Ograničenje na područje Chapel Hilla omogućilo im je kontrolu nad varijablama regionalnih razlika i varijacija u medijskom izvještavanju, a ispitanici su nasumično izabrani s popisa birača. Intervjuirani su bili isključivo oni glasači koji još nisu odlučili za koga će glasati, što su istraživači utvrdili nasumičnim pitanjem te je sto intervjuova bilo obavljeno u razdoblju od osmog rujna do šestog listopada. Našavši uzor u radu Trenamana i McQuaila (1961), od ispitanika je zatraženo da istaknu ključne probleme kako su ih oni vidjeli, neovisno o tome što su kandidati možda govorili u tom trenutku. Kako su se prikupljali intervjui, prikupljali su se i masovni mediji koje su glasači pratili, te se pokazalo da su glasači kao izvore informiranja najviše koristili: Durham Morning Herald, Durham Sun, Raleigh News and Observer, Raleigh Times, New York Times, Time, Newsweek te gledali večernje vijesti mreža NBC i CBS. Odgovori ispitanika te urednički komentari u navedenim medijima koji su se pojavili u razdoblju između 12. rujna i šestog listopada, kodirani su u 15 kategorija koje predstavljaju ključne probleme i vijesti o kampanjama. Također je napravljena i podjela medijskog sadržaja na važne (koju karakterizira glavno pozicioniranje u uređivanju, točnije gornji lijevi kut uredničke stranice, te u koje spadaju svi sadržaji kojima je jedna trećina zauzeta uredničkim ili kolumnističkim komentarom posvećenim pokrivanju političke kampanje) i manje važne razine (sadržaji koji su u srži politički i uključeni u istraživanje, ali su manji po prostoru, prikazu i vremenu u usporedbi sa sadržajima koji spadaju u važnu razinu), kako bi se vidjelo je li došlo do neke ključne razlike u naglašavanju tema od strane masovnih medija (McCombs, Shaw, 1972: 106 -107). Pored već kraće opisanih karakteristika više razine važnosti medijskih sadržaja, istraživači su razinu detaljnije razradili kroz četiri točke:

- 1.) Televizija: bilo koja priča čije emitiranje traje dulje od 45 sekundi i/ili jedna od tri glavne priče.
- 2.) Novine: bilo koja priča koja se pojavljuje kao glavna priča na naslovnici ili na bilo kojoj stranici s naslovom od tri stupca u kojoj je barem jedna trećina priče (minimalno pet odlomaka) posvećena praćenju političkih vijesti.
- 3.) Magazini: bilo koja priča veća od jednog stupca ili bilo koja priča koja je glavna i na početku rubrike novosti u magazinu.
- 4.) Urednička stranica novina i magazina: svaka priča na glavnoj poziciji (gornji lijevi kut

stranice) te sve priče u kojoj jedna trećina (barem pet odlomaka) uredničkog ili kolumnističkog komentara biva posvećena pokrivanju političke kampanje (McCombs, Shaw, 1972: 107).

Rezultati istraživanja podijeljeni su u pet tablica. Prva tablica tiče se izvještavanja masovnih medija o predsjedničkim kandidatima i problemima. Zanimljivo, rezultati analize ovdje pokazuju kako velika količina vijesti nije bila posvećena raspravama o važnim političkim temama, već se posvetila samoj kampanji. To je utvrđeno kod analize vijesti koje su u metodologiji klasificirane i opisane kao vijesti važne razine, no slični su rezultati i kod analize vijesti koje je metodologija klasificirala da se nalazi na manje važnoj razini (McCombs, Shaw, 1972: 108):

„35% posto većeg medijskog pokrivanja Wallacea se ticalo ove analize ('Ima li šanse pobijediti ili ne? '). Za Humphreya i Nixona broje su iznosile 30% i 25%. Istovremeno, tablica pokazuje i relativno naglašavanje kandidata kako govore jedno o drugome. Primjerice, Agnew je čini se, proveo više vremena napadajući Humphreya (22% većeg medijskog pokrivanja Agnewa), nego Nixon (22% većih vijesti o Nixonu)“ (McCombs, Shaw, 1972: 108).

Iduća tablica ticala se relativnog naglašavanja problema od strane svake stranke, onako kako su to reflektirali masovni mediji. Rezultati pokazuju kako su Demokratski kandidati za predsjednika i potpredsjednika Humphrey i Muskie naglašavali vanjske politike puno više nego Republikanski Nixon i Agnew ili Wallace i Lemay iz Američke nezavisne stranke. Što se tiče pitanja oko „zakona i reda“, McCombs i Shaw su u svome istraživanju vidjeli kako je polovica vijesti pokrivala stajališta Wallacea i Lemaya na ovu temu. Manje od jedne četvrtine vijesti o Humphreyu i Muskieju su se ticali njihovih stajališta o „zakonu i redu“; dok je kod vijesti o Nixonu i Agnewu skoro trećina sadržaja bila posvećena tom pitanju (McCombs, Shaw, 1972: 109):

„Mediji čini se uspijevaju izvesti propriličan utjecaj na glasačke sudove onoga što smatraju važnim pitanjima kampanje (iako je upitnik naglašeno pitao za njihova mišljenja neovisno o tome što političari govore u tom trenutku). Korelacija između važnih tema naglašenih u kampanji koje su naglasili mediji i neovisne prosudbe glasača oko važnih pitanja iznosila je

+967. *Između manje važnih tema naglašenih u kampanji i prosudbe glasača, korelacija je iznosila +979. Ukratko, podaci sugeriraju veoma snažnu vezu između naglašavanja raznih pitanja u kampanji (reflektirajući u bitnoj mjeri, naglašavanje samih kandidata) i prosudbe glasača oko značaja i važnosti raznih tema u kampanji“ (McCombs, Shaw, 1972: 109).*

Ipak, važno je napomenuti kako se iz rezultata čini kako glasači reflektiraju kompost pokrivanja masovnih medija, dok predsjednički kandidati različito naglašavaju prioritete. To upućuje kako glasači do neke mjere obraćaju pozornost na sve političke vijesti, neovisno od odakle ili od koga su. Stoga je moguće da u istraživanju nisu viđene individualne razlike koje se očituju u stranačkim preferencijama zbog stapanja u analizi. 45 ispitanika je u istraživanju u razdoblju od rujna do listopada sugeriralo sklonost nekom od kandidata i ti su ispitanici bili drukčije analizirani od onih koji su bili neodlučni oko toga koji kandidat im se najviše sviđa (McCombs, Shaw, 1972: 109-110).

Stoga je u trećoj tablici prikazana interkorelacija važnih i manje važnih pitanja ili problema pitanja koje su naglasili birači koji preferiraju jednog od predsjedničkih kandidata: Nixona, Humphreya ili Wallacea s važnim i manje važnim problemima i pitanjima koja su naglasila četiri izabrana medija (a) te sa frekventnošću važnih i manje važnih pitanja ili problema usmjerenih prema svakoj stranci koje su napravili izabrani mediji, dakle vijesti gdje je stranka ili politički kandidat bio glavni referent u priči (b).

Korelacija, što se tiče svih velikih vijesti, onoga što demokrati vide važnim s onime što The New York Times vidi kao važnim iznosi .89. Što se tiče korelacije naglašavanja The New York Timesa s onime što naglašavaju demokrati u pričama koje se tiču samo demokratskih kandidata, korelacija iznosi .79. Kako naglašavanju McCombs i Shaw, očekivano je ukoliko glasači čitaju vijesti o stranci ili kandidatu kojeg preferiraju da će korelacije između mišljenja glasača i mišljenja medija o toj stranci će biti visoke. Tu je onda riječ o selektivnom praćenju medija od strane glasača, te takvo praćenje poništava *agenda-setting* sposobnost medija jer znači da glasači čitaju medije s kojima se slažu na temelju već formiranog mišljenja. S druge strane, ako glasači dobro reagiraju na sve vijesti, neovisno o kandidatu ili stranci o kojoj mediji izvještavaju te glasači imaju visoku korelaciju sa sveukupnim medijskim sadržajem, tada možemo govoriti o dokazu *agenda-setting* funkcije. Pitanje je koja od ovih dviju opciju ima veću korelaciju u rezultatima ovog istraživanja, a kako su autori zaključili, čini se da

brojke idu u prilog *agenda-setting* opciji s obzirom na korelaciju glasača koji se na početku kampanje nisu odlučili za svog kandidata sa svim vijestima i važne i manje važne razine (McCombs, Shaw, 1972: 109-110):

„Uzimajući u obzir pokrivanje važnih i manje važnih tema, 18 od 24 mogućih usporedbi pokazuje kako se glasači više slažu sa svim vijestima nego sa vijestima koji su samo o njihovoj preferiranoj stranci ili kandidatu. Ovaj rezultat je bolje objašnjen agenda-setting funkcijom masovnih medija nego selektivnom percepcijom“ (McCombs, Shaw, 1972: 109-110).

Ipak, te korelacije nisu jednake među raznim medijima i grupama glasača što su autori još jasnije pokazali prikazom četvrte tablice koja uključuje i glasače koji se nisu odlučili za konkretnog kandidata. Također, unatoč visokoj razini konsenzusa oko pitanja kampanje među medijima, nije savršen. Ta su neslaganja autori prikazali također u zasebnoj tablici interpretiravši ih kao koeficijente uvjerljivosti tako uvidjevši do koje razine su mediji, kao posrednici između glasača i političke arene, međusobno u sporazumu glede važnih političkih događaja. Razlike između medijskih prioriteta mogu se razumjeti zbog dva faktora. Prvi su različitost formata novina i televizije, gdje novine imaju više prostora od televizije koja je ograničena vremenom, a tjedni magazini nemaju dnevnu rutinu poput novina s obzirom da izlaze jednom tjedno, a ne jednom dnevno kao novine, a drugi faktor je otvorena pristranost medija, činjenica da imaju svoj kut gledanja. Ipak, mediji s različitom pristranošću ipak imaju konsenzus oko toga koje su vrijednosti vijesti na temelju profesionalnih novinarskih normi. Autori uviđaju da koeficijenti nisu savršeni pa tako ni, kako ga nazivaju, pseudookoliš koji je reflektiran u masovnim medijima je manje od savršenog prikaza predsjedničke utrke. No, s druge strane, dokazi o sklonosti glasača da dijele „kompostirano“ mišljenje medija o tome što je važno, kao što su pokazali u ovoj studiji, snažno sugerira *agenda-setting* funkciju masovnih medija. Ipak, autori naglašavaju kako ove korelacije ne dokazuju *agenda-setting* funkciju, no podudaraju se s uvjetima koji su potrebni da bi se takva funkcija mogla masovnih medija mogla izvesti. Studija je također, autori su uvjereni, kvalitetno napravljena s obzirom da je istraživanje radila na temelju medija koje su ispitanici koje su anketirali u Chapel Hillu doista i koristili (McCombs, Shaw, 1972: 111-113):

„Ovo je zadovoljavajući prvi test agenda-setting hipoteze, ali nadolazeća istraživanja se moraju maknuti sa široke društvene razine na sociopsihološku razinu, usporediti individualne stavove s individualnom uporabom masovnih medija. (...) Buduće studije ponašanja i političkog namještanja agende moraju uzeti u obzir psihološke i sociološke varijable; znanje jednog i drugog je ključno za uspostavljanje dobrih teorijskih konstrukata. Promatrano kao komunikacijski koncept na obje razine, agenda-setting se čini korisnim za istraživanja procesa političkog konsenzusa“ (McCombs, Shaw, 1972: 114,115).

Dakle, mediji mogu nametnuti o čemu će se razmišljati, ali ne i kako ćemo o nečemu razmišljati. Ipak, to ne znači da mediji ne pokušavaju upravo to, odrediti ne samo o čemu ćemo razmišljati već kako. Upravo to sugeriranje medija kako o nečemu razmišljati, bilo pozitivno, bilo negativno, odabirom naslova, tona izvještavanja, izborom vizuala zove se *medijskim uokvirivanjem*. Pa ipak, priča je puno kompliciranija od ove kratke definicije u diplomskom radu jednog novinarskog studenta. Dapače, k tome postaje sve popularniji termin u medijskim analizama, a kako je primjetio istraživač Claes H. De Vreese, *medijsko uokvirivanje* prati nekonzistentnost u primjeni tijekom spomenutih istraživanja. U svom radu, u kojem je pregledao dotadašnja istraživanja o *medijskom uokvirivanju*, De Vreese naglašava kako, dok se milijuni ljudi okreću medijima i oni postaju temeljna institucija u demokraciji, *medijsko uokvirivanje* biva utjecajnim načinom oblikovanja javnog mnijenja time što što se događaji i problemi o kojima mediji izvještavaju „namještau“ na određeni način (De Vreese, 2005: 51). No, zbog nespretnih primjena u medijskim istraživanjima, a na temelju istih, De Vreese donosi vrlo korisnu i usto važnu tipologiju koja objašnjava sav raspon i opise mogućnosti *medijskog uokvirivanja*.

Za početak, bitno je naglasiti kako samo *medijsko uokvirivanje* ima različite definicije. Primjerice, Gitlin (1980) ga definira kao ustrajnim uzorkom kognicije, intepretiranja, prezentacije, selekcije naglašavanja i ekskluzivnosti kojom kontrolori simbola rutinski organiziraju diskurs. Zatim, primjerice, Modigliani (1989) definira *okvirove* kao interpretativne pakete koji daju značenje pitanju, gdje je *okvir* središnja ideja koja daje smisao događajima i

što je kod njih bitno (De Vreese, 2005: 52-53). De Vreese primarno naglašava kako je proces *medijskog uokvirivanja*, komunikativan proces. Slijedeći Entmanova zapažanja (1993), De Vreese opisuje kako *medijsko uokvirivanje* ima lokalitete poput komunikatora, poruke, primatelja i kulture, a nadovezejući se na vlastite riječi (2002) kao i kolega D'Angelo (2002) i Scheufela (2000), ističe kako su spomenuti lokaliteti komponente integralnog procesa koji prolaze kroz razne faze:

- 1.) Građenje *okvira* – u kojem se nalaze faktori koji utječu na strukturu *okvira*. Dok se neki od tih faktora nalaze unutar novinarstva, drugi su izvan sfere novinarstva i pripadaju eliti i sama gradnja je definirana njihovim međuodnosom.
- 2.) Namještanje *okvira* – faza je gdje dolazi do interakcije individualca sa *okvirom*, prema kojem reagira u skladu s prethodnim znanjem i predispozicijama. S obzirom na mogućnost utjecaja *medijskog uokvirivanja* na učenje, interpretaciju i procjenu događaja o kojemu mediji izvještavaju, iduće faze su individualne (3) i kulturološke (4) posljedice gdje može doći do oblikovanja društvene akcije, političku socijalizaciju i donošenje odluka (De Vreese, 2005: 51-52).

Bitno je razmisliti i kako pristupiti znanstvenoj analizi *medijskog uokvirivanja*.

„U procesu *medijskog uokvirivanja*, *okviri* mogu biti i nezavisne i zavisne varijable. Primjerice, medijski *okviri* se mogu proučavati kao zavisne varijable, odnosno ishod produkcijskih procesa koji uključuju organizacijske pritiske, novinarske rutine i elitnog diskursa. Medijski *okviri* se mogu proučavati i kao nezavisne varijable, primjerice kao prethodnice interpretacija publike (De Vreese, 2005: 52).

Slijedeći Cappellu i Jamiesona (1997), De Vreese smatra problematičnim široko gledanje *medijskog uokvirivanja* kao svakim oblikom produkcije verbalnog ili vizualnog medijskog teksta. Slaže se s njihovim kriterijima za *okvir* koji su:

- 1.) *Okvir* mora imati identificirajuće konceptualne i lingvističke karakteristike.
- 2.) *Okvir* mora biti zajednički promatran u novinarskoj praksi.
- 3.) *Okvir* mora biti pouzdano razlikovan od drugih *okvia*.
- 4.) *Okvir* mora imati reprezentativnu valjanost, odnosno biti prepoznat i od drugih, a ne biti plod istraživačeve mašte.

Nadalje, istraživanje *medijskog uokvirivanja* može se raditi deduktivnim pristupom. Kod deduktivnog pristupa je ključno odrediti što se promatra. De Vreese navodi kako je Entman (2003) predložio da se *okviri* mogu proučavati prisutnošću ili odsutnošću određenih ključnih riječi, frazi, fotografija, izvora informacija i rečenica koje tematski naglašavaju skup sudova. Slično je o izboru jezika, citata i relevantnih informacija razmišljao i Shah (2002) dok su

Gamson i Modigliani (1989) konkretnije definirali pet alata *medijskog uokvirivanja* kao: metafore, uzore, fraze, opise i vizualne slike. Ipak, De Vreese daje priznanje Tankardu (2001) za najsveobuhvatniju empirijsku podjelu mehanizama *medijskog uokvirivanja* u 11 točaka: naslovi, podnaslovi, fotografije, opisi ispod fotografije, *lead* (glava, početak medijskog teksta), odabir izvora, odabir citata, isticanje citata, logo, statistika i grafovi te završne izjavi i odlomci. Ono u čemu su naposljetku svi znanstvenici i istraživači sukladni jest da je *medijsko uokvirivanje* specifičan tekstualni i/ili vizualni element koji se razlikuje od srži vijesti koji je činjeničan, a koji se, kako primjećuje Price (1997) nalazi u sredini dok uvod i zaključak daju jedinstveni *okvir* (De Vreese, 2005: 53-54).

Konačno, srž Vreesova rada jest tipologija *okvirova*. Podijelio ih je u dvije kategorije: *Issue-specific news okvir* i *Generic news okvir*.

Kod *Issue-specific news okvir*, De Vreese kategorizira radove Durhama (1998), Entmana (1991), Jaspersona (1998) te Simona i Xenosa (2000) u tisku, zatim Norrisa, 1995 i Mendelsona (1993) u televiziji kao i radove Gamsona i Modigliania (1989) Martina i Oshagana (1997) u nespecificiranom proučavanju vrste medija kao tipične primjere istraživanja spomenute vrste *okvira*. Karakteristika ovog *okvira* jest da ovisi o konkretnom problemu, što jasno predočuje istraživanje Jaspersona i suradnika (1998) o javnoj percepciji nacionalnih deficita u budžetu Sjedinjenih Američkih Država. U tom istraživanju koje je u svojoj anaizi obuhvatilo nekoliko velikih novina u Americi, identificirani su *okviri* „razgovor“, „borba“, „prepirka“ i „kriza“. Ovi *okviri* su se pojavljivali kroz cijelu kronologiju i orijentirani su na konkretan problem. Slično se može vidjeti u istraživanju Shaha i suradnika (2002) gdje su identificirana tri *okvira* u vijestima pri kraju Clintonovog predsjedništva. Kao i u istraživanju Jaspersona i suradnika, *okviri* koje su Shah i suradnici identificirali „Skandal Clintonova ponašanja“, „Konzervativni napad na skandal“ i „Liberalni odgovor na skandal“, *okviri* su upravo temeljeni na samom događaju, problemu (De Vreese, 2005: 55).

Što se tiče *Generic news okvir* tipa, taj tip *okvira* je podijeljen na dvije grupe. Prva grupa tiče se pokrivanja politike i izbornih kampanja. Primjer za tu grupu bi bili istraživači Cappela i Jamieson (1996, 1997) koji su istraživali posljedice strateški uokvirenih vijesti o političkom cinizmu. Strateške vijesti su definirane kao vijesti koje se: fokusiraju na pobjedu i gubljenje, uključuju pojmove odnosno jezik iz rata, igri i natjecanja, vijesti koje u sebi imaju izvodače, kritike i publiku vijesti s fokusom na stil i percepciju kandidata i kao vijesti koje daju na težini anketama i izgledima kandidata da pobjede. Prema dvoje ovih autora, takve strateške vijesti dominiraju, ne samo u izvještavanju oko izbora, već i generalno oko politike i političkih odluka. Druga grupa je podređena novinarskim konvencijama, normama i vrijednostima vijesti. Tu je

zanimljiva Iyengarova (1991) analiza izvještavanja američkih televizijskih mreža o društvenim pitanjima poput zločina, siromaštva i nezaposlenosti u razdoblju od 1981. do 1986. gdje je Iyengar otkrio snažnu pristranost medija u epizodičnim interpretacijama vijesti o društvenim problemima gdje se oni ograničavaju samo na konkretne događaje bez ukomponiranja u široj interpretaciji ili kontekstu. Iyengar smatra da takvo *okviranje*, koje, slijedeći De Vreesovu tipologiju, pripada generičnom *okviru* i u vijestima o društvenim problemima ne piše u širem kontekstu, već samo u epizodnim *okvirima* u skladu s novinarskim normama i standardima novinarske organizacije i produkcije, pojednostavljaju kompleksne probleme na anegdotalne dokaze koji vode do nerazumijevanja društvenih problema (De Vreese, 2005: 55-56).

Dakle, mediji koriste *agenda-setting* kako bi nametnuli javnosti o čemu da razmišljaju, a *medijsko uokvirivanje* je pokušaj manje ili više uspješan nametanja konkretnih stajališta i kako razmišljati. To vodi do proizvodnje pristanka, a ono samo po sebi, ako ćemo biti kritični, nije u interesu građana, već elita. To je sukus kritike medija i njihovog rada.

3.5. Novinari u narativima

Kao što je već spomenuto u ovom radu, Wulfmeyer (1985) smatra kako negativna percepcija američkih građana naspram sportskih novinara se može zahvaliti filmskom, stripovskom i drugim prikazima sportskih novinara u proizvodima pop kulture, a istraživač Brian McNair (2010) je posvetio cijelu knjigu istraživanju portreta novinara u filmovima.

Što se tiče percepcije novinara, McNair je zabilježio pozamašan broj negativnih mišljenja o novinarima. Od Lynde Ghiglione koja je 1990. zapisala kako ljudi vole mrziti novinare, a na tom tragu možemo McNair (2010) promatra i izjavu bivšeg britanskog parlamentarnog zastupnika i torijevca Alana Clarka koji je pisao kako su novinari momci s neispunjenim privatnim životima, nesigurni u svoje karijere i pate od ovisnosti o alkoholu i narkoticima. McNair je naveo slijedeći Clarka kako je čak i kontroverzni Hunter S. Thompson, inače poznato po uživanju u alkoholu, drogama i opijatima, pisao kako novinarstvo nije ni profesija ni zanat, već jeftino okupljalište jebivjetara i neprilagođenih, lažna vrata prema pozadini života. Drugim riječima, čak i novinari sami sebe preziru, baš kao i slavni ljudi iz javnog prostora (McNair, 2010: 9-10).

S druge strane, McNair ističe kako, iako su novinari prezreni, ljudi se novinarima također dive, poštuju ih i vole, zbog posla koji rade i njegovu važnost za društvo liberalne demokracije (McNair, 2010: 12). „Istraživački novinar koji se neumorno zalaže za oslobađanje nevinog čovjeka iz zatvora, ili da se korumpiranog političara izbací iz ureda; inozemna dopisnica koja riskira svoj život kako bi došla do gradića ili sela gdje su civili pod paljbom pobunjeničkih

vojski: požrtvovni tražilac istine koji se bori protiv cenzorskih tendencija oglašivača i korporativnih sponzora – to su pouzdane figure u vrijednosnom sustavu naše kulture pred kojima smo skromni, katkada posramljeni našom vlastitom pasivnošću i apatijom. Novinar može biti naša kolektivna svijest, odlazeći na mjesta i radeći stvari koje se mi sami ne usudimo i bez čije hrabrosti bi naša društva bila puno gora (McNair, 2010: 12)

Uz sve to, zanimljivo je vidjeti koliko je novinarstvo često omiljeni predmet filmova.

„Primarno ili sekundarno u smislu zapleta, prisutnost novinarstva u filmu zadnjih sto godina i proteklom desetljeću, ne ostavlja prostora sumnji kako je novinarstvo bilo i ostalo subjekt velike privlačnosti onima koji rade filmove – scenaristima, redateljima, glumcima i producentima- kao i publikama koji čine filmovima jednim od ključnih medijskih formata“ (McNair, 2010: 24).

Novinari u filmskim narativima, kako nam McNair pokazuje, mogu biti u središtu zapleta, ili sekundarni, a isto tako je McNair podijelio novinare u dvije skupine, a u svakoj od njih na još četiri podskupine. Prva su heroji, koji mogu biti psi čuvari, svjedoci, junaci pa čak i umjetnici, a druga skupina su zločinci, gdje mogu lažljivci, grješnici, bitange, sluge vladajućih i slično (McNair, 2010: 57-199). Dakle, proizvodnja pristanka, *agenda-setting*, *medijsko uokvirivanje*, održavanje *statusa quo* po Chomskijevim zapažanjima uporabe ovih medijskih alata, kao i uporaba sporta i zabave, a sve u interesu elita koje bi Gramsci prozvao držiteljima hegemonije. Sve se to da isčitati upravo u narativu videoigrice „Ratchet: Gladiator“, te je samim time ovdje riječ o izrazito važnoj literaturi za ovo istraživanje. Preciznije, proizvodnja pristanka za elite potiče medije na kršenje novinarske etike. *Agenda-setting* je ključan alat jer mediji prema želji elita nameću o kojim temama će se razmišljati, a uz to se uokviravanje javlja kao dodatan pokušaj formiranja mišljenja javnosti, bilo pozitivnog bilo negativnog, kako elitama odgovora, na što upozorava Chomsky (2016) u svojim kritikama masovnih medija. Isto tako, McNairov prikaz dosadašnje reprezentacije novinara u narativima također će nam pomoći i biti relevantno za samu analizu.

4. Metodologija

Na temelju spomenute teorije, cilj ovoga rada je istražiti reprezentaciju medijskih profesionalaca u narativu videoigrice „Ratchet: Gladiator“. Odnosno, kako su u narativu predstavljeni medijski profesionalci, preko istraživačkih pitanja koji se temelje na odnosu

novinara u narativu prema novinarskoj etici u političkom kontekstu njihova izvještavanja, s fokusom na alate koje koriste u svojoj novinarskoj praksi: *agenda-setting* i uokviravanje

Korištena metoda je analiza narativa, a prikladna je jer ćemo na temelju teorije moći odgovoriti na istraživačka pitanja: jesu li novinari u narativu ove videoigrice prikazani pozitivno ili negativno? Kako su likovi novinara postavljeni prema novinarskoj etici? Može li se na njih primijeniti Chomskijeve zamjerke masovnim medijima? Rade li na proizvodnji pristanka, i koriste li alate kao što su *agenda-setting* i uokviravanje? U odgovaranju na ova istraživačka pitanja, analizirani su elementi dijaloga, i akcije likova koji s jedne strane prikazuju političku situaciju i omogućuju nam raspoznati tko je elita, te s druge strane demonstriraju novinarski rad u narativu.

Analizu narativa kao metodu istraživanja medijskog teksta, možda je najbolje objasnila i opisala Marie Gillespie. Gillespie tvrdi kako je narativ niz događaja koje veže uzročno posljedična veza te koji se odvijaju u određenom vremenu i prostoru. (Gillespie prema Bordwell i Thompson, 1990: 55) Svaki narativ ima svoj početak i kraj. Također, sve može imati narativ, ali i ne mora. (Gillespie, 2006: 81-83).

Kada govorimo o analizi narativa, iznimno je bitno, dapače i najbitnije je razlikovati fabulu od priče. Fabula podrazumijeva sve što vidimo i čujemo, tj. što nam je direktno prezentirano. Ona uključuje i što sami likovi ne vide ili čuju, poput glazbe ili uvodne špice. Priča podrazumijeva ono što nam je prikazano eksplicitno, kao i naši zaključci o likovima, događajima i drugo. (Gillespie, 2006: 89-91).

Narativ mora imati strukturu početak, sredinu i kraj. Bugarski naratolog, Tveztan Todorov, tvrdi kako narativ prelazi s jedne ravnoteže, kroz neravnotežu, pa zatim prema novoj ravnoteži. Proširena verzija te sheme sastoji se od pet koraka:

- 1.) Izlaganje – početna ravnoteža. Situacija u kojoj vlada stabilnost i normalnost.
- 2.) Disrupcija (uznemiravanje početnog stanja) – događa se neka promjena, početno stanje se uznemirava, te likovi dobivaju motiv za djelovanje.
- 3.) Komplikacija – dolazi do nove prepreke koja dodatno uznemiruje početno stanje.
- 4.) Vrhunac – vrhunac konflikta, dramatičnost, tenzije, uzbuđenje i napetost, ali slijedi razrješenje.
- 5.) Završetak – glavni lik rješava problem, te postigne svoj cilj i želje. Dolazi do nove ravnoteže.

(Gillespie, 2006: 96-98).

Iako analiza narativa nudi dublje razumijevanje medijskog teksta i njenog cilja, ograničena je

time što svaki istraživač može imati drukčije rezultate analize. Stoga, ovaj rad treba uzeti s dozom rezerve, budući da se ne radi o empirijskom istraživanju. S druge strane, ova analiza može poslužiti u nekom drugom istraživaču za istraživanje medijskih publika bilo kvalitativnom metodom intervjuiranja igrača ove igrice, bilo kvantitativnom metodom ankete. Kao što je već spomenuto, riječ je o četvrtom nastavku serijala videoigrice Ratchet & Clank, a prati Ratcheta i Clanka koji su oteti od strane Gleeman Voxa, tvorca nasilnog sporta sličnog gladijatorstvu imena „Dreadzone“. Natjecanja u sportu se održavaju u dijelu galaksije znamim kao „Shadow Sector“ (hrv. Sektor sjene), po tamošnjim planetima i svemirskoj stanici Dreadzone, a natjecatelje koji se bore s robotima i međusobno oteti su heroji galaksije poput Ratcheta. Svi oteti heroji, ukoliko se odbiju boriti ili pokušaju pobjeći, poginut će raznesene glave, zahvaljujući ogrlici oko njihovog vrata, a koja osim što može eksplodirati, zadaje i jake elektrošokove kao upozorenje onome tko postaje prebuntovan. Stoga je Ratchet prisiljen boriti se u timu Darkstar, rame uz rame s dva robotska asistenta koja je dobio od organizatora sporta, a Clank i znanstvenik Al. Dreadzone je oteo različite junaka iz drugih dijelova galaksije, a sva natjecanja, kao i vijesti VOX mreže koja drži prava na sport prate novinari i voditelji Juanita i Dallasa, te oni kao medijski profesionalci koji kao likovi igraju veliku ulogu u razvoju narativa, bit će glavni predmet proučavanja ovog istraživanja. Metoda analize bit će kvalitativna metoda analize narativa.

U ovoj analizi, cilj je bio analizirati sve kadrove koji prikazuju medijske profesionalce i njihovu novinarsku praksu. No, u analizu su također uzeti i kadrovi koji nam daju politički kontekst galaksije.

Ako igrači igraju samo ovu igricu, izvan predviđenog redoslijeda serijala, neki se detalji i reference mogu pogubiti, ali narativ igrice je sam po sebi razumljiv bez igranja prethodnih nastavaka, pa samim time ovaj narativ će se promatrati zasebno i neovisno od prethodnih nastavaka serijala, te u usporedbi s teorijskim okvirom pokazati nam reprezentaciju medijskih profesionalaca u ovoj videoigrici. Analizirani su samo dijelovi koji se izravno ili neizravno tiču reprezentacije medijskih profesionalaca u koje u ovom slučaju spadaju voditelji i kamermani. Radi lakšeg snalaženja u narativu, sami opisi narativa su stavljeni u *italicsu*, dok će opisi biti napisani u normalnom fontu.

5. Serijal Ratchet i Clank

Ratchet & Clank jedna je od najpoznatijih franšiza videoigara u žanru SF-a.. SF je iznimno popularan žanr, a njegove karakteristike su bavljenje tehnologijom, bićima i pojavama koji u našoj stvarnosti ne postoje ili nemamo dokaza da postoje, ali postoji znanstvena

moгуćnost da se pojave. Popularne teme unutar žanra su vanzemaljci, putovanje kroz vrijeme, svemir, druge dimenzije i slično. Igrica je napravljena kao platformska igra (karakteriziraju je razine s preprekama) u 3D grafici (koja jednostavno govoreći, omogućuje igraču promatranje prostora u videoigrici iz više kuteva za razliku od 2D grafike čiji je primjer videoigrica „Super Mario“ koja dopušta promatranje prostora u videoigrici iz samo jednog kuta).



Fotografija 1. isječak iz videoigrice GTA V, primjer 3D grafike (Throneful, 2014)



Fotografija 2. isječak iz videoigrice Super Mario Bors, primjer 2D grafike (Pii89, 2014).

Izvorni dizajner igrice Ratchet & Clank je Brian Allgeier, a razvila ju je i proizvela tvrtka Insomniac Games, a objavio ju je Sony Computer Entertainment. Prva igrica, jednostavno naslovljena „Ratchet & Clank“ objavljena je 4. studenog 2002. te predstavila glavne likove: Ratcheta i Clanka. Ratchet je vanzemaljac vrste Lombax, anatomski sličan mački, ali koja hoda na dvije noge i ljudskog je intelekta, koji u prvoj igrici radi kao mehaničar te robota Clanka, malog robota koji je u toj istoj prvoj igrici pao na Ratchetov planet Veldin nakon što je pobjegao iz tvornice ratnih robota na planetu Quartu. Clank je objasnio Ratchetu kako je na zadatku zaustavljanja Chairmana Dreka, poslovnog tajkuna koji koristi ne nastanjene planete za svoju rasu Blarg koja je svoj rodni planet zagadila i prenapučila. Ratchet mu pristaje pomoći i dvojac zajedno kreće u pustolovinu (Loopy Longplays 2017). Nakon toga uslijedili su 2003. godine „Ratchet i Clank: Going Commando“, pa 2004. godine „Ratchet & Clank: Up Your Arsenal“ te konačno 2005. godine izlazi „Ratchet: Deadlocked“ (a koji je na europskom, pa tako i hrvatskom tržištu objavljen kao Ratchet: Gladiator“). Time završavaju objave serijala za igraču konzolu PlayStation 2. Zatim slijede šest naslova za konzolu PlayStation 3. To su, kronološkim redom trilogija „Ratchet & Clank Future“ koju čine naslovi „Ratchet & Clank Future: Tools of Destruction“ (objavljeno 2007.), „Ratchet & Clank Future: Quest for Booty“ (2008) i „Ratchet & Clank Future: A Crack in Time“ (2009). Zatim slijede „Ratchet & Clank: All 4 One“ (2011), Ratchet & Clank: Full Frontal Assault (2012) i „Ratchet & Clank: Into the Nexus (2013)“- Potom, 2016. Izlazi za igraču konzolu PlayStation 4 „Ratchet & Clank “ (Insomniac). Pored ovih 11 naslova videoigara, 2016 izlazi i animirani film „Ratchet & Clank“ (a koji je poslužio kao inspiracija i za istoimenu igricu iz 2016. koja rekreira radnju prvotne videoigrice na PlayStationu 2 iz 2002. godine (IMDB). Dodatni pokazatelj uspjeha i popularnosti Ratchetove franšize, vidi se i u uvrštenju likova Ratcheta i Clanka u „PlayStation All-Stars Battle Royale“, videoigrici tučnjave objavljenoj 2012. u koju su uvršteni najpoznatiji i najomiljeniji likovi iz PlayStation videoigara. Isto tako, za 2021. najavljuje se i novi nastavak videoigrice naziva „Ratchet & Clank: Rift Apart“ za konzolu PlayStation 5 (GameCheck 2020).

Četvrti dio sage, „Ratchet: Gladiator“ (u radu će se koristiti ovaj naziv za europsko i hrvatsku tržište umjesto američkog „Deadlocked“), prati Ratcheta i Clanka koji su oteti od strane Gleeman Voxa, tvorca nasilnog sporta sličnog gladijatorstvu imena „Dreadzone“. Natjecanja u sportu se održavaju u dijelu galaksije znanim kao „Shadow Sector“ (hrv. Sektor sjene), po tamošnjim planetima i svemirskoj stanici Dreadzone, a natjecatelje koji se bore s robotima i međusobno oteti su heroji galaksije poput Ratcheta. Svi oteti heroji, ukoliko se odbiju boriti ili pokušaju pobjeći, poginut će raznesene glave, zahvaljujući ogrlici oko njihovog vrata, a koja

osim što može eksplodirati, zadaje i jake elektrošokove kao upozorenje onome tko postaje prebuntovan. Stoga je Ratchet prisiljen boriti se u timu Darkstar, rame uz rame s dva robotska asistenta koja je dobio od organizatora sporta, a Clank i znanstvenik AI (koji se zatekao na svemirskom brodu s Ratchetom i Clankom na završetku prethodne igrice „Ratchet & Clank“4: Up Your Arsenal“), pomažu mu na daljinu radiovezom. Službeno, Clankova se pozicija zove inženjer misije i nije vidljiv tijekom igranja igrice.

Ono zbog čega nas zanima konkretno ovaj nastavak sage o Ratchetu i Clanku je zbog likova Juanite i Dallasa, novinara i voditelja koji prate sport i zaposleni su u mediju „Vox Network“, kojega također posjeduje vlasnik Dreadzonea, Gleeman Vox. Upravo u cutsceneovima u kojima se prikazuje odnos dvoje medijskih profesionalaca spram sustava o kojem izvještavaju daju nam povod za analizu. Također, s obzirom da je konkretna igrica „Ratchet: Gladiator“ sama po sebi imala dobru prodaju, a i općenito je dio jedne od Insomniacove najprodavanije franšize videoigrice (comicbookstaff 2018) koja je usput pored već spomenutog animiranog filma, već i serijal stripova, svoje akcijske figure i druge komercijalne proizvode (Insomniac), narativ ove videoigrice kao i cjelokupna franšiza očito iza sebe ima veliku medijsku publiku. Kao što vidimo, „Ratchet & Clank“ serijal iznimno je popularan i obožavan među igračima igranje konzole PlayStation 2, te samim time je legitimno pridati mu znanstvenu i istraživačku pozornost.

6. Analiza narativa videoigrice „Ratchet: Gladiator“

Na crnom ekranu piše: „Prije tjedan dana u Shadow Sectoru... (Sjenoviti sektor)“.

Vidimo tri naoružana robota kako hodaju po brdovitoj livadi, osvrtajući se okolo. U donjem desnom kutu vrti se određeni logo, crvena robotska glava sa žutim očima.

Sva tri robota su raznesena od strane osobe kože bijele poput papira sa žutim očima. Obučen je u plavo sa žutom zvijezdom na prsima i drugim žutim detaljima. Podignuo je šaku u znak slavlja. Iza njega leti kamera, a on vrti pištolj i slavi svoja tri ubojstva. Potom nastavlja dalje, a kamera ga cijelo vrijeme opsjeda, kruži oko njega. U jednom trenutku začuje se glas koji govori: „Gotcha!“. Osoba se okrene i počne vrištati te ga raznese zraka.

Nakon toga kadar se prebacuje na čovjeka u crvenom odijelu s plavim detaljima, s blond kosom, crvenim naočalama i ogromnim pištoljem. Nekoliko letećih kamera ga okružuju a on stoji uspravno i dostojanstveno. S desne strane ekrana spušta se leteća platforma sa voditeljom ili komentatorom, zelenim visokim mršavim vanzemalcem. Ton glazbe u pozadini je pobjednički i junački. Voditelj govori: „Dramatični zaključak jedne od najuzbudljivijih

epizoda Dreadzona koje sam ikad vidio. Kapetan Starshield, gladijator broj jedan je terminiran od strane Ace Hardlighta. Ace je eksterminirao rekordnih trinaest natjecatelja u redovnoj sezoni“. Za to vrijeme Ace pozira za kamere, uživa u pozornosti i zlokobno se nasmiješio. (NRMgamingHD, 2016: 0:00-0:50).

U prvom uvodnom kadru narativa, vidimo logo koji spada u fabulu jer ga likovi u kadru možda nisu svjesni, ali on nam pokazuje da je ovdje riječ o priči unutar priče, jer mi pratimo televizijski program u kojem likovi žive. Kadar prikazuje bitku, nasilje, a tek nam logo tv programa kao i kamera koje prate likove sugeriraju da se radi o televizijskom prijenosu, a samim time hvalisanje i slavlje likova nakon ubojstava nam nagovještava da se radi o televizijskom, zabavnom spektaklu. Međutim, tek dolaskom voditelja biva nam jasno da je konkretnije riječ o stvarnom sportskom događaju. Voditelj na etički korektan način predstavlja oba ključna natjecatelja i njihova postignuća u sportu koji se zove Dreadzone, njegovu dugovječnost i popularnost, kao razrađenost kao sportskog događaja. U ovoj sceni, igrači dobivaju površno objašnjenje da je Dreadzone sportski događaj sličan gladijatorstvu, odnosno natjecatelji se međusobno ubijaju. Zanimljivo je vidjeti i portret medijskih profesionalaca. Voditelj vodi igru, a kamermana nema već se radi o robotskim kamerama koji prate natjecatelje. Iz toga možemo iščitati reprezentaciju kamermana ili kao objektivnih medijskih radnika ili kao puke marionete koje bez svog mišljenja izvršavaju ono što im viši autoritet da kao uputstvo. Isto tako, činjenica da su oba natjecatelja vrlo teatralno se borila, sugerira da prihvaćaju participaciju u Dreadzoneu i da sami žele napraviti medijski spektakl za gledatelje. *Na crnom ekranu piše: „Prije jedanaest sati, na Starship Phoenixu...“ . Ekran zatim prikazuje svemirski brod kako putuje svemiru koji je ljubičasto osvjetljen. Potom vidimo tri osobe. U sredini žuto krznato biće sa smeđim prugama, odnosno pripadnike vrste lombaxa, glavnog lika, Ratcheta. S desne strane ekrana vidimo malog bijelog robota, inače znanog kao Clanka, a lijeve strane ekrana, imamo znanstvenika znanog kao Al. Svi troje rade na svojim kompjuterima, a zatim Clank kaže: Dolazeći poziv gradonačelnice Metropolis. (nakašljavanje) nove gradonačelnice Metropolis“ (...)*

Gradonačelnica kaže: „Uglavnom, bojim se da donosim loše vijesti. Kao što znate, kapetan Starshield je nestao prije mjesec dana. Upravo sam dobila informaciju da je ubijen“.

„O moj bože ne“, uzviknuo je Al.

„Što se dogodilo?“ , upitao je Ratchet.

„Čini se kako je bio umiješan u nekakav ilegalni borilački sport. Nešto što se zove Dreadzone. Vjerujemo da ga vodi ovaj čovjek“, kaže gradonačelnica.

Na ekranu pokraj gradonačelnice pojavljuje se slika vanzemaljca koji izgledom slici na morskog psa. S brkovima. U idućem trenutku zauzima cijeli ekran.

Gleaman Vox. Operira podzemnim medijskim carstvom unutar Shadow Sectora“, nastavila je gradonačelnica.

„Shadow Sector?“, upita Clank.

„To je regija bezakonja na rubu galaksije. Mnogi drugi heroji su počeli nedavno nestajati i bojimo se da ih je možda snašla ista sudbina. Ratchet, samo te želim upozoriti prije nego...“, glas gradonačelnice se prekida i oglašava se alarm. Troje robota se teleportiralo na brod i otelo Ratcheta, Clanka i Ala.

(NRMgamingHD, 2016: 0:50-2:32).

Ova scena je zanimljiva jer nam daje pregled političke situacije u galaksiji. Kapetan Starshield je nestao, ali ostaje otvoreno pitanje je li možda i dobrovoljno nestao s obzirom na to da smo ga vidjeli kako vrlo teatralno participira u Dreadzoneu. S druge strane, mnogi pojedinci, koje galaksija tretira kao svoje junake, bivaju oteti, a Shadow sector iako se proziva bezakonim područjem, postojanje medijske infrastrukture koja potencijalno radi na proizvodnji pristanka, s jedne strane ukazuje da zakoni postoje, a s druge strane pokazuje prema onome što nam Chomski govori kako elite galaksije guraju određeni pogled na ono što ne kontroliraju, ono što je strano, a što vidimo po tome da Clank nije uopće znao što je to Shadow sektor.

Narativ dalje prikazuje kako je Ratchet utreniran i kako postaje svjestan da je ušao u Dreadzone. Prisiljen je boriti se zahvaljujući ogrlici oko njegova vrata koji može ili dati elektrošok ili eksplodirati u slučaju pobune. Nadolazeće scene isto tako imaju za cilj igrača podrobnije upoznati sa samom videoigricom.

Što se tiče reprezentacije novinara, narativ ponovno postane relevantan za ovo istraživanje na 8:12.

Gleaman Vox prikazan je u ekranu s crvenim letećim logom Dreadzonea. u svome uredu gasi televizor na kojem se nalazi reality show. Uz energičnu rock glazbu, okreće se prema kameri koja ga snima (igrač gleda iz pozicije kamere) i govori: „Hoćete li izgubiti svoj ručak ako morate gledati još jednu reality emisiju o spojevima?“, postavlja na stol kutiju kazete izazovno obučene vanzemaljke. Je li vaš „Podivljala blogsinja“ video oštećen od prekomjerne uporabe?“, šutnuo je video sa stola. „Onda je vrijeme da okrenete program na nešto malo... opasnije..., vrijeme je za pravu akciju“ (...) Gleaman Vox skače na stol. „Tako je, vrijeme je za Dreadzone. Broj jedan u galaksiji necenzuriran, neetičan i potpuno podzeman borbeni sport, uživo iz Battledoma, na ekranu se prikazuje veličanstvena arena. Arena se prikazuje dok se u pozadini čuje ovacija publike. Vox nastavlja: „A sada, na pretplati, gledajte kako se

Ratchet i Clank suočavaju s Ace Hardlightom i eksterminatorima. Rekli su triput da je galaksija propala, ali koliko dugo možete preživjeti u zoni?“, kadar prikazuje Ace Hardlighta kako se bori s robotima, a zatim sva četiri eksterminatora (slijeva na desno: Shellshock, Eviscerator, Ace Hardlight i Reactor) su prikazani uz rock glazbu koja ostaje energična ali i junačka. Kadar se vraća ponovno na Gleaman Voxa koji govori: „Uхватite sve uživo, upravo ovdje na Voxu“. (NRMgamingHD, 2016: 8:12-9:10).

Ova scena prikazuje medijski spektakl dreadzonea i kako se cijeli sport promovira, kao nešto novo i uzbudljivo od drugog medijskog programa. kako se gradi medijski spektakl i u konačnici proizvodnja pristanka, o kojoj je govorio Lipmann, i kako se moralno upitni Dreadzone čini atraktivnim. Dreadzone se nastoji postaviti kao glavna agenda, a uokvirava se kao nešto izvrsno i novo za sve kojima su dosadili drugi programi i medijske ponude.

Kadar prikazuje Ratcheta na putu prema areni u transportnoj letjelici kako gleda u ekran na kojemu je logo Vox televizije. Čuju se zvukovi pucnjave, te se na ekranu koji Ratchet gleda uz crnu pozadinu, pojavljuje voditelj, zeleni vanzemaljac kojega smo već vidjeli ranije u narativu. Voditelj govori: OOOO, i to je to za Mobius Mana dame i gospodo“.

Kadar prikazuje arenu i kako Ratchetov transportni brod ide prema njoj. To je već Evisceratora četvrta žrtva ove sezone“. Kadar prikazuje komentatorski dio arene. Voditelja je lijeve strane ekrana, a s desne robotska žena crvene kose sa žutim pramenovima koja se gleda u džepno ogledalce. Voditelj čita s papira, prvotno zbunjeno, a zatim nonšalantno: „Idući nam je... ovaj... da vidimo... Ratchet!? Hmm, nikad čuo za njega. Pa, vjerojatno je samo materijal za intermisiju narode, ali ne brinite, imamo Grave Thunder i Hydro Girl kasnije, pa ostanite uz Dreadzone“. Voditelj pokazuje prstom na kameru, a iza njih se spušta brod. Prvo se okrene voditeljica, a zatim voditelj. Voditelj govori, dok gledamo kako Ratchet izlazi u arenu: „Dakle, eto ga, hahah maleni je lik zar ne? Pa, nema potrebe ustajati se po piće narode, ovaj momak neće izdržati dvije runde.

„Vidjet ćemo“, reče Ratchet odlučno. (NRMgamingHD, 2016: 9:10 – 9:47).

Vidimo kako je Ratchet nova pridošlica u sustavu koje već ima svoju elitu, svoje junake. Voditelj u skladu nepristranosti i novinarske etike, a uz uzbuđenje kakvo krase sportsko izvještavanje prepričava okršaj Evisceratora i Mobius Mana, ali kod Ratcheta, ide vrlo pristrano, posprdno prema Ratchetu ne dajući mu ozbiljne šanse. Naglašava kako nikad nije čuo za njega, pokušavajući time poručiti da nije njegova greška i nedovoljna informiranost kao medijskog profesionalca, već da je riječ o tome da je Rachtet nebitan. Dodatni komentar na medijske profesionalce kao tašte i nesigurne osobe na temelju percepcija koje je opisivao McNair vidljiv je u voditeljici koja se u prijenosu uživo gleda u ogledalo.

„Neka ovo bude brzo Vox“, kaže Ace Hardlight gladeći si frizuru, dok je u uredu Gleamana Voxa.

„Ne želim zadržavati superzvijezdu ekstrinatora izvan njegova zaposlenog društvenog rasporeda. Samo imam jedno pitanje za tebe“, kaže Vox.

„U redu, pucaj“, kaže Ace Hardlight nezainteresirano.

Voxova robotska ruka počne projicirati holograme raznih proizvoda dok govori: „Biste li htjeli kupiti Ace Hardlight videoigricu? Što kažete na Ace Hardlight kutiju za užinu, akcijsku figuricu, igrače karte?“.

Ace zadovoljno kima glavom.

Na ekranu iza Voxa prema kojemu je Vox okrenut, pojavi se Ace Hardlight. Razni tekstovi pokazuju na određene dijelove Acea, a Vox govori:

„Ace Hardlight je savršeno proizvedena zvijezda, ravno iz medija cjelokupnog Voxova medijskog carstva. Stoga mi reci, zašto ne mogu sve ovo maknuti odavde?“, upita Vox pokazujući na kutije koje mu zatrpavaju ured. (...) „Nemoj na to odgovoriti, neka pogodim. Zato što moji obožavatelji ne mogu podnijeti Acea Hardlighta!...“ (...) Vox se unosi Aceu u facu i govori: „Začepi Čudesni dječake. Mali Billijevi i Suzzijeve troše trilijune bolta na dan na beskorisno smeće, a ja sam potpuno izbačen s tržišta“. Vox povuče Acea za kosu: „Ili počni prodavati ovo smeće, ili ću naći nekoga tko bude, a sad mi se gubi s očiju!“ (NRMgamingHD, 2016: 9:47-10:55).

Ovdje vidimo kako Dreadzoneova glavna zvijezda ne donosi dovoljno novaca te ga stoga VOX poziva u ured gdje se dere i prijeti mu, ako se situacija ne popravi.

U zepelinu iznad tla, zeleni voditelj govori: „Prekrasan je proljetni dan na Catacrom 4 Juanita“. Kadar pokazuje na voditelja s lijeve strane i na robotsku voditeljicu, Juanitu, s desne. Voditelj uzbuđeno nastavlja: Dok ulazimo u posve novu sezonu Dreadzona.

Juanita je cijelo vrijeme nasmiješena i govori: „Tako je, Dallas i imamo sreće što odozgora imamo pogled na akciju“.

„Čak i odavde, ovosezonsko Dreadzone borbeni teren izgleda veće i ubojitije nego ikad“, govori voditelja za kojega sada znamo da se zove Dallas.

„Čudo je da se natjecatelji nastavljaju dobrotvorno javljati zar ne?“, kaže Juanita, na što su se oboje nasmijali. (...) „Voxov graditeljski tim se zbilja potrudio pretvarajući ovo sveto robotsko groblje u smrtonosno Dreadzone borbeno polje“ (...).

„Pogledajte stižu i današnji prvi natjecatelji“ usklikne Juanita na što se Ratchet teleportirao.

„Wow wow, zbilja su sastrugali bačvu da nađu ovoga zar ne? Nadam se da vi kod kuće niste preosjetljivi, jer ovaj izgleda kao da će krvarit“, reče Juanita. (NRMgamingHD, 2016: 10:56-11:50).

Kao što već znamo, dreadzoneovi natjecatelji se otimaju iz ostatka galaksije s kojim Shadow Sector, očigledno nije u dobrim političkim odnosima, a iako sam narativ ne daje sigurnu potvrdu da su gledatelji svjesni kako Dreadzone konkretno dolazi do natjecatelja, očito je kako medijski profesionalci to znaju i dapače s time se sprdaju dok rade novinarski i općenito etički upitne stvari u korist elita.

Ratchet ponovno biva podcjenjivan i čak mu ni ne govore ime, već se šale da će brzo poginuti. Isto tako, ovdje vidimo i koliko su daleko elite pod okriljem medijske zaštite spremni ići za svoje interese. Pretvaranje svetog groblja za svrhe medijskog spektakla se ne krije, ali se uokviruje kao nešto pozitivno. Mediji zadaju agendu, ali i pokušavaju odrediti kako će javnost o tome misliti.

Kadar prikazuje sivu pozadinu, s tipičnom melodijom informativnog programa. Na ekranu se pojavi crveni logo, simbol Vox televizije. Dallas se pojavi u televizijskom studiju čitajući s papira: „A sada za Voxove novosti iz sporta. Dreadzonova nagrada za eksterminaciju dana odlazi Shellshocku“. Na ekranu iza Dallasa se prikazuje zeleni robot Shellshock koji je za nogu zgrabio svog oponenta prije zakucavanja u pod. Dallas nastavlja: „Za njegov 360 Tomahawk završni potez na Plutonium Jonesu“.

Kadar prikaže studio, te je pokraj Dallasa također i Juanita. Koja govori: „Bilo je to prekrasno Dallase. I to je obilježilo Shellshockovu treću eksterminaciju ove sezone“. Dallas je zamišljeno brojao te rekao okrećući se prema kameri: „Četvrta ustvari, Omega Twins se broje kao dva“. „Dobra poanta“, reče Juanita vidno iznervirana te nastavlja: „Sada smo uživo sa Shellshockom. Za njegov komentar. Shellshock?“. Iza voditelja se na ekranu pojavljuje Shellshock koji se nasmijao i rekao: „Ti Omega Twinsi su završile kao male curice“. Dallas se prima za glavu i govori: „, prilično ironično jer su ustvari bile tinejdžerice“. „Hahah da, ironično“, reče Shellshock priblažavajući se kameri i gledajući prema Juaniti te govori: „Hej Juanita, nosiš li Ace Hardlight gaćice?“, na to se Juanita nasmije, okrene prema kameri, suprotno od ekrana, pritisne daljinski da prekine prijenos uživo sa Shellshockom i kaže: „A sada topla ljudska priča iz vijesti o zabavi“. Pokraj Juanite se pojavila robotska djevojka s crvenom kapom i uskom kratkom crvenom majicom i crvenim hlačicama. Juanita govori: „Courtney Gear se čudesno oporavila nakon bliskog susreta sa smrću kada je prošle godine bila napadnuta od strane psihotičnih fanova“. Iza Juanite se pojavila fotografija Ratcheta i Clanka kako se belje u kameru. „Oh jadna cura, zbilja je mesko vidjeti takvo bezobzirno

nasilje“, reče Dallas stavljajući noge na stol. „Okrutan je svijet Dallas“, reče Juanita šutnuvši mu noge sa stola. „Samo bi htjela zgrabiti te čudake i...“ reče Juanita pokupavajući trgati daljinski a zatim sa svog stola. Dallas je odguruje sa stola, a ona dalje skače po studiju. Čuju se zvukovi razbijanja. „Sigurno bismo svi to htjeli Juanita. I imaš sreće jer se taj isti dvojac zlikovaca susreće s moćnim Shellshockom“. Reče Dallas dok se na ekranu prikazuje Shellshock uz zvukove herojske glazbe. „Pratite uživo na Dreadzoneu“, govori Dallas. (NRMgamingHD, 2016: 13:05 – 14:25).

Voditelji izvještavaju o najnovjim događajima u Dreadzoneu i imčaju intervju sa Shellshockom koji je bio najuspješniji sportaš tog tjedna. Velika najava okršaja Shellshocka i Ratcheta popraćena je uz vijest kako se pop zvijezda oporavila nakon napada za kojeg mediji okrivljuju Ratcheta i Clanka.

Dallasov glas govori preko špice: „A sada, Vox News akcijsko izvješće“. Kadar prikazuje Dallasa i Juanitu. TV logo Vox mreže se vrti u desnom kutu. Juanita govori: „Nova sezona Dreadzonea je u tijeku, te ponovno ruši rekorde gledanosti“. Dallas zijeva, a na ekranu iza voditelja se pojavljuje slika ratcheta, obrađena tako da izgleda poput kriminalca, sa zlim osmijehom, okružen robotskim djevojkama pušeći cigaru. Juanita nastavlja: „Među ovogodišnjim natjecateljima našao se i zloglasni mafijaški zločinački šef, znan kao Ratchet. Prikazan u svom kriminalnom stanju“.

„A samo pomislite, druge ga mreže nazivaju junakom“, umorno dodaje Dallas. „To je zaista žalosno Dallase“, kaže Juanita te dodaje, kako se na ekranu pojavljuje slika Clanka, retuširana tako da ima đavlje rogove i crvene oči: „Drugi istaknuti natjecatelji uključuju i Ratchetova nemilosrdnog robotskog suradnika Clanka“. „Uf, nikada mi se nije sviđao njegov izgled Juanita“, reče Dallas na što mu pobjegne pljuvačka koju potom s neugodom pobriše. „Samo mi je drago da je maknut s ulica Dallas“, reče Juanita. Ekran iza voditelja prikazuje Acea Hardlighta. Pojačava se junačka glazba, a Ace s junačkim smijehom i uzdignutim palcom se smiješi gledateljima. Juanita govori: „Srećom po nas, naša zvjezdana eksterminatorska ekipa je ponovno vođena peterostrukim grand prvakom, Aceom Hardlightom. Dallas se vrti na stolici dok ne padne s nje, a Juanita govori: Prošle sezone Ace je šokirao galaksiju terminirajući rekordnih trinaest natjecatelja uključujući Kapetana Starshielda, Brown Rangera i Mad Monkey Micknight“. Iza voditelja se pojavljuje bijeli ekran sa siluetama spomenutih aktera prekrivenih crvenim x-om. Dallas se uspravio, vratio i rekao: „Dreadzoneovih šest trilijuna obožavatelja očekuje nevjerojatna akcija u nadolazećim tjednima“. „Doista ih očekuje Dallas“, složi se Juanita. (NRMgamingHD, 2016: 16:25-17:25).

Clank pokazuje Ratchetu kako ih mediji opisuju i iako Ratchet počinje uživati u Dreadzoneu, Clank ga upozorava kako je u pozadini cijele stvari kriminalna organizacija.

Al i Clank gledaju televizor. Clank ima zgroženi i upitan, iznenađen pogled, dok Al gleda zgroženo i preplašeno. Kamera pokazuje čas na Clanka, čas na Ala koji je duboko potresen onime što čuje dok čujemo glasove voditelja Dallasa i Juanitu kako naizmjenice govore: „Nakon što je zaradio svoje bogatsvo prodajući cigarete djeci, Ratchet je otišao na tankerski brod kako bi se seksao. A tjedan kasnije, Ratchet se napio i zabio svoj tanker u Ocean Worldu na Aquatosu. Tko može zaboraviti ove grafičke prizore mladunčadi tuljana zamrljanih radioaktivni otpadom (dječji cvilež). Mala Coco, nikad nije imala šanse“. Ratchet se pojavljuje u kadru, a Al ga zgrabljuje i govori mu: „Kako si mogao? Što ti je mali Coco ikad skrivio?“. „Molim, što?“, upita Ratchet zbunjeno. „Al kako možeš vjerovati u ove apsurdne laži?“, upita Clank (...) (NRMgamingHD, 2016: 19:10-19:45).

Ratchet je postao agenda, ali okvir je da je on zao. Okvir koji se uspostavlja kršenjem normi novinarske etike, nema Ratchetovih izjava niti ikakve druge strane. Alova komična reakcija na vijesti zbog kojih je počeo napadati Ratcheta zbog medijskih optužbi, iako ga otprije poznaje, pokazuje nam da mediji mogu biti itekako moćni kada se okrenu protiv vas, čak i vrlo utjecajni na vaše vlastite prijatelje.

Kreće uvodna špica vijesti na Vox kanalu. Kamera s desne strane fokusirana je na Juanitu u studiju s Dallasom koji sa strane gleda papire. Juanita govori: „Prošli tjedan gledali smo spektakularne smrti Agenta Bizarroa, Plasma Woman i Orange Comix“, Kamera se vraća u sredinu studija, stavljajući jednak fokus na oba voditelja i ekran iza njih. Na ekranu je prikazan Ratchet na vrhu brda sa pobjedničkim smiješkom i s dva pištolja. „Sada se niski lombax znan kao Ratchet uspeo na sam vrh Dreadzone ljestvice“, reče Juanita nezadovoljno. „Iskreno, ne mogu vjerovati da je mala kugla dakle, došla toliko daleko Juanita. Baš je grabljivac, nije li?“, upita Dallas. „Svakako je Dallas“, reče Juanita dodirnuvši ga za ruku, na što se Dallas nasmiješio u kameru. Juanita nastavlja: „Također je prijatna djeci, ugroženim vrstama i općoj pristojnosti“. „Pa djeca, dupini i tko sve ne, moći će malo lakše disati kada će Ratcheta sasjeći Eviscerator u ovoj jedinom susretu eksterminatora“, reče Dallas a na ekranu iza njega se pojavi Eviscerator na nasumično robotskom lešu. Glazba u pozadini je energična i nabrijavajuća. „Nijedan protivnik nije preživio ni 60 sekundi protiv njegovih poput britve oštih titanskih oštrica“, reče Juanita u ljutnji i pouzdanju da je Ratchet gotov (...) (NRMgamingHD, 2016: 23:25 – 24:20).

Ratchet nastavlja biti agenda i dalje predstavljan u negativnom kontekstu uz nedostatak novinarske etike, a sve u svrhu podrške elita Shadow Sectora koji su u sukobu s elitama u

Metropolisu čiji je Ratchet predstavnik kao oteti natjecatelj. Smrti u Dreadzoneu se slave kao sportski uspjesi a Eviscerator nije samo sportska zvijezda već i junak koji će spasiti javnost od zlog Ratcheta. Uz to, reference na Ratcheta kao na „dlakavu kuglu“ i isticanje da je Lombax zvuči rasistički, dok se za Evisceratora ne spominje koje je vanzemaljske rase. Voditelji opet krše novinarsku etiku otvorenom pristanošću.

Uz ovacije publike u Battledome areni, vidimo u komentatorskoj kabini Dallasa i Juanitu. Dallas govori: „dobrodošli na meč života na Dreadzone obožavatelji. Naš (sarkastično) izazivač, poznat po umiješanosti u organizirani zločin, uranjanje u okultno i svojoj mržnji prema sunčevom sjaju, psičima i čokoladi. Evo nam Ratcheta“, publika gundā i negoduje sa svih strana kako kadar prikazuje Ratcheta. Dallas se belji Ratchetu, praveći si da si reže grlo, signalizirajući mu da će umrijeti. Za to vrijeme, Juanita govori: „Njegov protivnik je majstor sakaćenja i fantastični kuhar (poviešnim i uzbuđenim tonom nastavlja) Dame i gospodo! Eviscerator!“.

Publika klica u ekstazi kako je Eviscinator doletio u pozirao sa svojim oštricama.

„Dallas, predviđam da će ovaj meč biti vrlo kratak i vrlo korak. Skoro pa mi je žao malog Ratcheta“. Voditeljska komentatorska loža koja leti u zraku se udaljava dok se voditelji smiju, a Eviscinator unosi Ratchetu u lice. „Nije tako mislila narode“, dodao je Dallas izvan ekrana. (NRMgamingHD, 2016: 25:15 – 25:56).

Ratchet opet nije favorit, a Dallas mu se čak i belji dok Juanita u nastojanju da Evisceratora prikaže u što boljem svjetlu čak naglašava da je fantastični kuhar, što nema puno poveznice s njegovom kvalitetom u Dreadzoneu.

Kadar kruži oko televizijskog studija. Čujemo glazbu uvodne špice i vidimo dva robota kamermana kako usmjeruju kamere prema Dallasu i Juaniti za voditeljskim stolom dok se dvojac priprema za prijenos uživo. Iza njih je crni ekran u studiju Potom vidimo kadar koji ravnomjerno prikazuje voditelje i iza njih ekran u studiju, koji sada počinje prikazivati špicu, a glazba se pojačava dajući do znanja da su uskoro u eteru, sve dok doista se ne krenu emitirati. „Shellshock, Reactor i sada Eviscerator, sasječeni u svojim najboljim danima od onog prezrenog malog lombaxa“, govori Dallas dramatično dok Juanita tužno negoduje odmahujući glavom. „No, tko je točno taj Ratchet?“, upita Dallas s podcjenjivanjem i tonom prijezira. Iza njih se pojavljuje slika Ratcheta ljutitog izraza lica. Juanita govori: „Naša Vox News istraživačka ekipa otkrila je šokantne, neispričane priče iz njegove mračne, zloglasne, zle prošlosti“ Juanita naglašava zle prošlosti, dok se kadar približava Ratchetovom ljutom licu. Juanita nastavlja: „Uništenje javnog vlasništva(kadar prikazuje grad u zapaljenim ruševinama), ilegalne motociklističke bande (slika Ratcheta s vanzemalcima bajkerima)

neadekvatna dentalna higijena“, dovršava Juanita dramatično ustajući i plačući kako kadar pokazuje nju i Dallasa u studiju. Dallas se isto ustao i zagrlio je govoreći: „Budi snažna Juanita, jer postoji, jedan čovjek koji može zaustaviti ovu opasnost. Ace Hardlight!“ . U tom trenu, Juanita vidno nezadovoljna Dallassovim grljenjem, odguruje Dallasa koji pada, a Ace Hardlight se dramatično okreće i zauzima cjelokupni kadar uz energičnu rock glazbu i govori. „Obožavatelji Ace Hardlighta, pripremite se, ovaj put će biti neuredno. Vidjet ćemo tko je pravi junak. Kada završim s tim dlakavim frikom, nitko se neće ni sjećati tko je bio“. Kadar ponovno vraća Acea samo na razinu ekrana u studiju. Ace gleda us mjeru Juanite koja je okrenuta prema Aceu, i dodiruje ekran govoreći mu: „Hvala ti Ace. Galaksija navija za tebe. Svi navijamo za tebe“. „Hvala mala“, odgovara Ace. (NRMgamingHD, 2016: 28:13-29:18).

Dramatično započinanje vijesti nastavak je kampanje blaćenja Ratcheta, a prikaz Ratchetove fotografije na kojoj je ljut, kao i druge fotografije nastavljaju medijsko uokvirivanje Ratcheta kao kriminalca. Međutim, čak ni to nije dovoljno, već se dapače Ratcheta optužuje da ni ne mari za vlastitu higijenu. Ace Hardlight je hvaljen kao netko tko će zaustaviti Ratcheta. Dallasovo grljenje Juanite i junačko držanje osim što krši novinarsku etiku zbog ponovne pristranosti, također na tragu McNaira aludira na iskompleksiranost i nesigurnost medijskih profesionalaca. Juanita također pokazuje zanemarivanje novinarske etike otvorenim koketiranjem s Ace Hardlightom u programu uživo. Ponovno se prisjećajući Chomskog, možemo zaključiti da je pozadina ovakvog izvještavanja ispunjavanje interesa elita Shadow Sectora koji su u sukobu sa ostatkom galaksije.

U areni je publika u potpunoj ekstazi. Dallas i Juanita su u letećoj komentatorskoj kabini, a Dallas se dere: „Oooo slušaj tu publiku Juanita. Zbog ovakvih noći mi je drago da sam odustao od svoje baletanske karijere“. Dallas je dotaknuo Juaniti bedro, na što ga je ona ošamarila te rekla: „Večeras van donosimo najiščekivaniji meč u Dreadzonu do sada. U jednom kutu, neporaženi grand prvak eksterminator, legenda u vlastitom vremenu, Ace Hardlight“. Ace Hardlight je udarcima u zrak pokazivao svoju formu i dignuo šaku u zrak dok je publika pljeskala i davala ovacije. Dallas nastavlja dok kadar pokazuje na nezainteresiranog Ratcheta koji se isteže a onda iznenađuje Dallasovim predstavljanjem koje, u podcjenjivačkom tonu glasa ide ovako: „i u drugom kutu, težak svega 44.23 kilograma, većinom vjerojatno dlaka i masti, Ratchet“ (NRMgamingHD, 2016: 28:42 - 30:17).

Slično kao i sa Evisceratorom, novinari otvoreno navijaju za Ace Hardlighta.

Narativ potom pokazuje kako Ratchet ubija Acea, a Ace ga upozorava da ne dopusti Voxu da napravi Ratchetu što je napravio njemu. Nakon pobjede biva doveden pred Gleamana Voxa koji mu nudi da postane zvijezda i da će zajedno zaraditi milijune. Jer Ratchet je sada zvijezda,

a blaćenje medija opravdava kao izgradnju Ratcheta kao zločestog lika i kao razmišljanje u njegovom interesu. Ratchet, međutim odbija suradnju i odlazi iz ureda, a Vox javlja da pripreme eksperimentalni teren koji je trenutno matematički pokazan kao nemogućim za prijeći. (NRMgamingHD, 2016: 30:33 – 33:53).

Ovdje vidimo kako je sustav izazvan od strane Ratcheta usprkos naporima uništenja i blaćenja Ratcheta. Elite, odnosno Vox stoga želi uključiti Ratcheta u sustav kako bi se, riječima Gramscija, hegemonija nastavila. Međutim, Ratchet to odbija te stoga Vox odluči ubiti Ratcheta, ali pritom opet radeći od njega medijski spektakl koji je u Voxovom izravnom financijskom interesu.

Uvodna špica Vox Newsa prikazuje se najnormalnije kao i prije svake emisije. Međutim, voditelji imaju tužan izraz lica dok Dallas govori: „Prijatelji moji, mračan je dan, za obožavatelje Dreadzonea diljem galaksije“. Kadar prikazuje upaljene svijeće i cvjetni vijenac koji obrubljuje sliku nasmijanog Ace Hardlighta. Dallas govori uz dramatičnu melodiju koja odaje počast preminulima: Ace Hardlight, eksterminatorski prvak i uvaženi filantrop, brutalno je ubijen od strane manijakalnog natjecatelja znanog kao Ratchet također znamim kao mesarom Bougana“. Kadar pokazuje Ratcheta s ljutitim, agresivnim licem. Juanita nastavlja: „Obožavatelji su šokirani bijesni. Kadar prikazuje djecu koja slave i plešu pred televizorom igrajući se s igračkom Ratcheta i noseći lombaxove uši kao rekvizit te majci s likom Ratcheta. Juanitov glas preko te snimke dok se fokusira na djevojčicu govori: „Buu, mrzimo te Ratchet, varao si“, a Dallasovo glas, kada se kadar usmjeri na dva dječaka dodaje: „Ratchet je maliciozni zločinac, mora biti kažnjen“.

Juanita nastavlja dok kadar pokazuje na Gleamana Voxa pred mikrofonom na novinarskoj konferenciji: „Prisiljen pod javnim pritiskom, Gleaman Vox brzo je reagirao kako bi se osvrnuo na situaciju“. Gleaman Vox govori, tijekom kadra prikazujući akcijsku figuru Acea Hardlighta: Obožavatelji Dreadzonea, diljem vašu bol zbog gubitka velikog Acea Hardlighta. Apeliram prema svima vama da pokažete svoju bol i sućut, kupujući ovu memorijalnu akcijsku figuru Acea Hardlighta u izvornom stanju i ograničenoj proizvodnji, trenutno u prodaju za samo 299 boltsa.

Kadar nadalje prikazuje Ratchetovu glavu namješteno na golo mišićavo tijelo zaogrnuo ručnikom u svlačionici. Ratchetova nalijepljena slika ima šokirana, otvorena usta, kao da je neočekivano fotografiran. Sa strane se vidi sat i vrijeme kada je slika navodno uslikana. Juanita govori: „Istraga Vox Newsa kasnije je otkrila kako je Ratchet koristio zabranjene supstance koje pojačavaju izvedbu“. Kadar se zumira prema Ratchetu. Dallas nastavlja: „U skladu s Dreadzoneovim regulacijama C6/5 članak četiri, odlomak drugi, Ratchet je osuđen

da se suoči sa sudbinom na Špaliru propasti“, kadar prikazuje Špalir propasti (Gauntlet of Doom), zelenu svemirsku postaju, a glazba postaje energična i dramatična. Dallas nastavlja: „Ovaj poseban događaj će biti prenošene uživo sutra navečer samo na Dreaadzoneu“ (NRMgamingHD, 2016: 33:53-35:12).

Scena započinje dramatičnim, junačkim i dostojanstvenim oprostajem od Acea Hardlighta, a zanimljiva je licemjernost voditelja – Acea se hvalisalo za njegova ubojstva, ali zbog ubojstva Acea, Ratchet je proglašen „manijakalnim natjecateljem“. Izravno obraćanje Gleaman Voxa cilja na zaradu, sugerirajući da se izražavanje sućuti izrazi kupnjom proizvoda od Ace Hardlighta.

Ratchet preživljava ovaj izazov, a po povratku, Clank i Al su smislili plan bijega. Ratchet ga pokušava izvesti, ali uhvaćen je na djelu. Kamere ga prate uživo, a Vox je u javnom obraćanju naglasio da je Dreadzone postaja napunjena eksplozivom i ako Ratchet ne deaktivira bombe na vrijeme cijela postaja uključujući svekoliko gledateljstvo u areni, obični ljudi, civili i drugi natjecatelji, pa i novinari, svi će biti razneseni (NRMgamingHD, 2016: 35:12 – 37:38)

Kadar prikazuje Dallasa vidno zbunjenog i nervoznog kako se ogledava oko sebe. Na vratu ima istu ogrlicu kao i natjecatelji Dreadzonea, a koja ih sprječava da pobjegnu. Dallas govori prestrašeno i naposljetku prikrivajući lice rukom: „Dobra večer, dame i gospodo... i dobrodošli, u posljednju... epizodu Dreadzonea... o bože! Svi ćemo umrijeti“. Juanita nastavlja, pokušavajući ostati pribrana, ali i vidno iziritirana tekstom koji je dobila na papiru: „Raspoloženje je apsolutno... električno... dok publika saznanje hoće li preživjeti idućih deset minuta... ne mogu vjerovati da ovo čitam“. Dallas prima Juanitu za ruku i prestrašeno govori: „Imao sam cijeli svoj život pred sobom,. Trebao sam biti baletan. Juanita mu odgovara da se sabere i da je idiot te mu je lupila šamar. Dallas tada kao da je došao sebi, zahvalio Juaniti i nastavio pričati dok ekran pokraj Dallasa pokazuje sliku nasmiješenog Ratcheta: „Natjecateljska super zvijezda Ratchet suočava se sa svojim dosad najtežim izazovom (kadar pokazuje tonu robota protiv kojih se Ratchet mora boriti). Kako bi deaktivirao Battledomove obrambene sustave i poraziti Gleaman Voxa osobno (kadar pokazuje Gleaman Voxa u jednom zlokobnom prizoru, kao zlikovca)“ Kadar ponovno prikazuje voditelje, a Dallas nastavlja: „Želio bih iskoristiti priliku da zahvalim Ratchetu što je bio takav uzor i oslonac naše zajednice. Ako nas itko može spasiti, to si ti Ratchet“. Juanita dodaje: „Navijamo za tebe, mali prijatelju“. (NRMgamingHD, 2016: 37:39 – 38:35).

Stvari se naglo mijenjaju. Vox se okrenuo protiv svojih obožavatelja i pratitelja, pa i samih novinara koji onda počinju podupirati i navijati za Ratcheta.

Naposljetku, Ratchet je spasio, druge natjecatelje, medije i publiku, a Gleaman Vox je smrtno stradao u eksploziji sam sa svojom cjelokupnom arenom i medijskim carstvom. (NRMgamingHD, 2016).

7. Interpretacija i rasprava

Za početak, narativ nam je pokazao političku situaciju u galaksiji. S jedne strane, imamo Metropolis koji ima svoje elite i junake, među kojima je Ratchet i brojni drugi koji su otieli od strane Gleamana Voxa, te s druge strane Shadow Sector, proglašen odmetnutnim dijelom galaksije, leglom kriminala. Međutim, Shadow Sector je politički uređena sredina, koja je svoju politiku spojila s profitom organizirajući sport gdje se junaci iz ostatka galaksije prisiljavaju na međusobnu borbu. Shadow Sector ima i razvijenu vojsku sposobnu otimati junake. Gramscijevim riječnikom, oba sustava imaju definiranu kulturnu hegemoniju. U Shadow Sectoru, Gleaman Vox je elita i kontrolira medije koji legitimiraju takav sustav. Pored Voxa imamo i junake kao što su Ace Hardlight, Shellshock, Eviscerator i drugi koji su prihvatili participaciju u Dreadzoneu. Tu narativ izvrsno portretira fenomene o kojemu Chomsky (2016) i Lippmann (1921) govore. Iz kuta Chomskog (2016), možemo vidjeti kako je Ace Hardlight poželjan interesu Gleamana Voxa koji je elita, vođa i kojemu je cilj zarada te kako je Ace Hardlight medijski savršeno skrojen. Prema Lippmannu (1921), Vox želi stvoriti pristanak javnosti. Koristi medije za nametanje agende s pozitivnim okvirom prema Hardlightu. Međutim, kao što je Lippmann (1921) objašnjavao da unatoč teškim naporima koji se ulažu u propagandu, mi ne možemo sa sigurnošću znati hoće li ta propaganda polučiti uspjeh i na koji način. Nedostatna prodaja proizvoda vezanih uz Hardlighta pokazuje nam kako se javnost ipak nije dala povesti za medijskom agendom.

Špice medijskih emisija pokazuju medijsku razvijenost i ozbiljnu predanost Vox mreže. Taština, plitkost i nesigurnost novinara kakvu je u javnoj percepciji uhvatio McNair (2010), vidi se u Dallasovom nadmetanju s Juanitom u tome tko je informiraniji, kao u primjeru ispravljanja broja Shellshockovih ubojstava. Ta ubojstva su glavna tema sportskih vijesti (dakle agenda), a okvir je kako je to sve super i vrijedno divljenja kao veliki sportski rezultat. Zatim vidimo kršenje novinarske etike, odnosno sportske novinarske etike o kojoj je govorio Wulfmeyer (1985) s obzirom na to da je javno obznanjeno da Juanita nosi gaćice s likom Acea Hardlighta. Za to otkrivanje pristranosti, voditeljica ne snosi nikakvu odgovornost. Nadalje, kako Ratchet postaje sve uspješniji u natjecanju, voditelji bivaju i dalje diskretno nepošteni prema njemu. Otvoreno navijanje protiv Ratcheta, nedostatak novinarske komunikacije prema Ratchetu, upit za Ratchetov komentar, pa i potpuno iskrivljavanje Ratcheta, bilo da se radi o

lažnim vijestima ili namještenim fotografijama, pokazuje nam najgore izdanje nepoštivanja novinarske etike, kako sportske (Wolfmayer, 1985) tako i opće novinarske etike (IFJ, 2019). Tu treba i dodati slavlje junaka Dreadzonea za njihova ubijanja, ali Ratchetova ubojstva su osuđena kao nemoralna i zločinačka. Medijska manipulacija ide toliko daleko, da se sinkroniziraju vizualno očite snimke slavlja Ratchetove pobjede, kako bi zvučno ispalo kao da je javnost nezadovoljna Ratchetovo pobjedom. Praksa uokviravanja vidljiva je u onome što su opisivali De Vreese i suradnici (20055): izbor vizuala, uvoda i drugih elemenata novinarskog izvještaja. Tu se ponovno vidi i medijsko služenje elitama po Chomskijevim opisima. Mediji su intelektualna potpora, podupiratelji sporta, ali i politike Shadow Sectora. Stoga mediji pohvalno govore o ubojstvima u Dreadzoneu i ubojicama koji su prvaci, a napadaju konkurentske medije koji su u političkoj opoziciji sa Shadow Sectorom. Ratchet se tu našao kao glavna meta. U tim napadima, dolazi do potpunog odricanja od novinarske etike. (Chomsky, 2016). Dallas osuđuje druge mreže i voditelji su zgroženi da druge mreže Ratcheta prozivaju junakom. Naravno te druge mreže su izvan političkog sustava Vox mreže, a njihova viđenje Ratcheta je neprikazano, osim u ovakvom osuđujem kontekstu igdje u Shadow Sectoru. Nakon uspostavljanja Ratcheta kao negativca i moralne panike, Hardlight iz sportskog junaka također postaje politički junak, što se u ovom narativu prikazuje diskretno, odabirom glazbe i vrlo pozitivnim pričanjem o njegovim ubojstvima u Dreadzoneu, a kasnije u otvorenom navijanju za Hardlighta i druge junake uz sve veće oscrnjivanje Ratcheta. Od primarnih do sporednih informacija kao što je optužba da Ratchet ne pere zube, ili da je Eviscerator fantastičan kuhar.

Primjer Dallasovog grljenja Juanite i junačko držanje osim što krši novinarsku etiku zbog ponovne pristranosti, također na tragu McNaira (2010) aludira na iskompleksiranost i nesigurnost medijskih profesionalaca. Juanita također pokazuje zanemarivanje novinarske etike otvorenim koketiranjem s Ace Hardlightom u programu uživo. Ponovno se prisjećajući Chomskog (2016), možemo zaključiti da je pozadina ovakvog izvještavanja ispunjavanje interesa elita Shadow Sectora koji su u sukobu sa ostatkom galaksije.

Kako smo spomenuli da je Ratchet pripadnik neprijateljske elite, koji unatoč svim naporima da ga se ocrni, skuplja simpatije javnosti, a od elita preferirani okvir propada, Vox, elita Shadow Sectora, nudi Ratchetu da se pridruži eliti. Ratchet to odbija, a njegova ustrajnost kulminira raspadom sustava, u kojemu, jednom kad su mediji postali ugroženi elita, daju potporu Ratchetu. Prikazuju se fotografije Ratcheta na kojima je nasmijan, vedar i prijateljski nastrojen, a voditelji otvoreno navijaju za njega (što ustvari opet strogo gledano je kršenje novinarske etike), a čak je i Vox na fotografiji prikazan zlokobno i negativno. Ipak, zanimljivo,

medijski profesionalci ne žele priznati svoju pogrešku, već samo prelaze preko nje ponašajući se kao da se ništa nije dogodilo.

8. Zaključak

U ovome radu predstavljen je medij videoigrice, karakteristike, ekonomska dobit pa samim time snaga i utjecaj videoigrice kao medijskog formata, pregled istraživanja koji se fokusirao na medijske učinke videoigrice u smislu porasta agresije kod birača te mala povijest videoigrice. Opisana je radnja videoigrice „Ratchet: Gladiator“, uspjeh cjelokupnog serijala kako bi se opravdala valjanost analiziranja ove franšize, s naglaskom na nastavak „Ratchet: Gladiator“ jer u njemu imamo mogućnost analizirati reprezentaciju medijskih profesionalaca. Kroz relevantnu literaturu, ovaj rad je pokazao vrijednosti novinarske etike na današnjoj globalnoj razini, opisao ključne alate novinarskog rada, *agenda-setting* i medijsko uokvirivanje te prikazao procese i probleme proizvodnje pristanka, kao i Chomskijevu kritiku masovnih medija i slizanosti s elitama koje imaju svoje političke, ekonomske i druge interese. Postupak analize narativa objašnjen je u metodologiji, kao i McNairova analiza novinara u filmskim narativima, što nam daje pregled dosadašnjeg rada.

Poslije analize narativa, a na temelju predstavljene literature, možemo vidjeti kako su medijski profesionalci reprezentirani po onome što je McNair (2010) uočio kao činitelje kraljeva, po Chomskijevim (2016) opisima zastupanja interesa elita i sudjelovanja u proizvodnji pristanka po Lippmanovim (1921) zapisima, a uz to su i medijski profesionalci predstavljeni kao lažljivci, kao nesigurni, tašti pojedinci željni slave, a u tom zastupanju elita nije im problem kršiti novinarsku etiku i lažirati vijesti i informacije uz otvoreno navijanje za pojedine junake sustava kao što je Ace Hardlight. U tim neetičnim postupcima, oni su nametali teme o kojima njihova publika razmišlja (*agenda setting*), a uokviravanjem su hteli utjecati na to kako će publika razmišljati o zadanim temama. Narativ nigdje eksplicitno ne navodi pojmove *agenda-settinga* i uokviravanja, ali na temelju teorijskog okvira možemo prepoznati ove alate u samoj akciji i izvedbi.

Ova analiza može pomoći drugim istraživačima ili znanstvenicima u njihovim ispitivanjima publike, bilo u anketama ili intervjuima. Daljnja istraživanja, prihvate li tezu ovoga rada kako se narativ ove videoigrice uklapa u ideju Chomskog o tome da mediji i novinari igraju ulogu u proizvodnji pristanka, mogu doći do zaključka da takvo uokviravanje medija i medijske profesije perpetuira negativnu sliku o medijima i novinarima što se može odraziti i na

percepciju medija i novinara u javnosti U tom slučaju daljnja istraživanja moraju detaljnije uzeti u obzir socijalno-kognitivne teorije, kako bi pokazali na koji način reprezentacija novinara i medija u videoigricama može oblikovati percepciju i očekivanja javnosti od medija i novinara.

Međutim, treba uzeti u obzir da je analiza narativa kvalitativna, subjektivna metoda istraživanja medijskih tekstova, te je moguće da će drugi istraživači na temelju druge literature ili drukčije osobne percepcije u analizi ove videoigrice doći do drukčijih zaključaka o tome kako ovaj narativ reprezentira medijske profesionalce.

9. Literatura

APS NEWS October 2008 (Volume 17, Number 9) This Month in Physics History October 1958:

Physicist Invents First Video Game. APS

<https://www.aps.org/publications/apsnews/200810/physicshistory.cfm> pristupljeno 29.3. 2021 → (APS).

Barlett, Christopher P, Harris, J. Richards, Baldassaro, Ros (2007) Longer You Play, the More Hostile You Feel: Examination of First Person Shooter Video Games and Aggression During Video Game Play. *AGGRESSIVE BEHAVIOR* Volume 33, pages 486–497 (2007).

Burton, Jon (2005) News-Game Journalism: History, Current Use And Possible Futures. 3(2) 87-99

Chomsky, Noam (2016) *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: Društvo za promicanje književnosti na novim medijima.

COMICBOOK STAFF (2018) Insomniac Games' Most Successful Games Broken Down, What Came Out On Top?. comicbook.com 4.6.2018 <https://comicbook.com/gaming/news/insomniac-games-most-successful-games-spyro-ratchet-and-clank/> pristupljeno 25.3. 2021. → (comicbook 2018).

De la Pena, Nonny i suradnici (2010) Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. *Presence* 19(4), 291–301.

De Vreese, Claes H. (2005) News medijsko uokvirivanje: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design* 13(1): 51-62.

GameCheck (2020) RATCHET & CLANK: RIFT APART Trailer (2021) PS5. Youtube 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=seHcKr9eSek> pristupljeno 25.3. 2021. → (Youtube 2020).

Gillespie M., Toyne J. (2006.) *Analysing Media Texts*. Berkshire: *Open university press*: 81-98.

Grand View Research (2020) Video Game Market Size, Share & Trends Analysis Report By Device (Console, Mobile, Computer), By Type (Online, Offline), By Region, And Segment Forecasts, 2020 – 2027 Svibanj 2020 <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/video-game-market#:~:text=The%20global%20video%20game%20market,12.9%25%20from%202020%20to%202027> pristupljeno 28.3. 2021. → (Grand View Research 2020).

Hoare, Quentin, Nowell Smith, Geoffrey (1999) *Selections From the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. London: ElecBook.

IFJ (International Federation of Journalists) (2019) Global Charter of Ethics for Journalists <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html> Pristupljeno 29. svibnja 2021. → (IFJ, 2021)

IMDB Ratchet i Clank (2016). IMDB <https://www.imdb.com/title/tt2865120/> pristupljeno 28.3. 2021. → (IMDB).

Insomniac Ratchet and Clank RATCHET & CLANK: RIFT APART Trailer (2021) PS5. Insomniac <https://insomniac.games/game/ratchet-and-clank/> pristupljeno 25.3. 2021. → (Insomniac).

Lippmann, Walter (1921) *Public Opinion* <http://www.howardnema.com/wp-content/uploads/2016/08/lippmann.pdf> pristupljeno 25.3. 2021. → (Howardnema)

Loopy Longplays (2017) Ratchet & Clank - Longplay 100% Full Game Walkthrough (All Gold Bolts) (No Commentary). Youtube 2017 <https://www.youtube.com/watch?v=KB5i6sH5p84> pristupljeno 25.3. 2021. → (Youtube 2017).

Loopy Longplays (2017) Ratchet & Clank - Longplay 100% Full Game Walkthrough (All Gold Bolts) (No Commentary). Youtube 2017 <https://www.youtube.com/watch?v=KB5i6sH5p84> pristupljeno 25.3. 2021. → (Youtube 2017).

McCombs, Maxwell E., Shaw, Donald (2017) The Agenda-Setting function of mass media.

McNair, Brian (2010) *Journalists in Film Heroes and Villains*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

NRMgamingHD (2016) Ratchet & Clank Deadlocked All Cutscenes HD GAME. Youtube 2016 https://www.youtube.com/watch?v=NEhWta_jeP8 pristupljeno 31.5.2021. → (Youtube 2016).

Pii89 (2014) Super Mario Bros. (1985) Full Walkthrough NES Gameplay [Nostalgia]. Youtube 2014 <https://www.youtube.com/watch?v=rLL9XBg7wSs> pristupljeno 30.5. 2021. → (Youtube 2014).

Pristupljeno 3. Veljače 2020 → (Lippmann, 1921).

Statista (2010) Video game industry: Total revenues of the video game industry from 2000 to 2014 (in billion U.S. dollars) 23. 6. 2010 <https://www.statista.com/statistics/268954/revenues-of-global-video-games-industry> pristupljeno 28.3. 2021. → (Statista 2010).

The Agenda Setting Journal: 105-117.

Throneful (2014) Grand Theft Auto 5 Gameplay (PS4 HD) [1080p]. Youtube 2014 <https://www.youtube.com/watch?v=d74REG039Dk> pristupljeno 30.5. 2021. → (Youtube 2014).

Vilović, Gordana (2004) *Etički prijepori u Globusu i Nacionalu 1999.-2000*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Weber, Max (2006) *Politika kao poziv*. Zagreb: Jesenski i Turk.

Wulfemeyer, K. Tim (1985) Ethics in sports journalism: Tightening up the code. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality* vol. 1(1) 57-67.

