

Koja je budućnost javnog servisa? HRT i mladi

Borda, Klara

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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:114:552791>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-16**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Preddiplomski studij novinarstva

KOJA JE BUDUĆNOST JAVNOG SERVISA?

HRT I MLADI

ZAVRŠNI RAD

Mentorica: doc. dr. sc. Iva Nenadić

Studentica: Klara Borda

Zagreb

srpanj, 2024.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam završni rad pod nazivom „Koja je budućnost javnog servisa? HRT i mladi“, koji sam predala na ocjenu mentorici doc. dr. sc. Ivi Nenadić napisala samostalno. Ovaj rad predstavlja isključivo moj autorski doprinos, nije objavljen niti korišten u svrhu ispunjenja nastavnih obaveza na bilo kojem učilištu, te nije rezultirao ECTS bodovima. Isto tako, potvrđujem da sam u izradi rada poštovala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, s posebnim poštivanjem članka 16-19 Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Klara Borda

SAŽETAK

Ovaj rad istražuje percepciju Hrvatske radiotelevizije (HRT) među studentima novinarstva, analizirajući njihove stavove o kvaliteti programa, uredničkoj politici i HRT-u u ulozi javnog servisa. Rezultati ankete pokazuju da većina studenata smatra HRT pristranim i rijetko prati njegov informativni program, iako prepoznaju kvalitetu edukativnog i zabavnog sadržaja. Također, HRT nije prvi izbor poslodavca za većinu studenata, što ukazuje na potrebu za reformom unutar organizacije. Rad donosi teorijski i zakonodavni okvir za razumijevanje uloge javnog servisa.

ključne riječi: javni servis, HRT, urednička politika, studenti novinarstva

SUMMARY

This paper explores the perception of Croatian Radiotelevision (HRT) among journalism students, analyzing their views on program quality, editorial policy, and HRT's role as a public service media. Survey results show that most students consider HRT biased and rarely follow its news programs, although they recognize the quality of its educational and entertainment content. Additionally, HRT is not the first choice of employer for most students, indicating a need for reform within the organization. The paper provides a theoretical and legislative framework for understanding the role of public service broadcasting.

keywords: public service, HRT, editorial policy, journalism students

SADRŽAJ

1.UVOD.....	1
2.ULOGA JAVNOG MEDIJSKOG SERVISA.....	2
2.1.Kako definirati javni servis?.....	2
2.2. Konvergencija: izazov i prilika digitalnog doba.....	4
2.3. Kriza povjerenja u medije.....	5
3.MEDIJSKI SUSTAVI I JAVNI SERVIS.....	7
4.OBILJEŽJA HRVATSKOG MEDIJSKOG SUSTAVA.....	10
5.KRATKA POVIJEST HRT-a.....	13
6.REGULACIJA RADA HRT-a.....	15
6.1. Zakon o elektroničkim medijima.....	15
6.2. Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji.....	16
6.3. Novinarski kodeksi.....	17
7.HRT U PRAKSI.....	19
7.1. Etički problemi u praksi.....	19
7.1.a Slučaj Hrvoja Zovka.....	19
7.1.b „HRT svima, ne samo njima“.....	19
7.1.c Političko pogodovanje.....	20
8. PROFESIONALIZACIJA NOVINARSTVA U HRVATSKOJ.....	21
9.ISTRAŽIVANJE.....	23
9.1. Cilj istraživanja i hipoteze.....	23
9.2. Metodologija istraživanja.....	23
10.REZULTATI I INTERPRETACIJA ISTRAŽIVANJA.....	25

10.1 Demografski podaci.....	25
10.2. Navike informiranja.....	27
10.3. HTV i razvoj karijere.....	30
10.4. HRT i uloga javnog servisa.....	33
10.4.a Mišljenje o političkom djelovanju HRT-a.....	33
10.4.b Programska izvrsnog i raznovrsnost HRT-a.....	35
11.ZAKLJUČAK.....	36
12.IZVORI.....	37
13.PRILOZI.....	42

Popis ilustracija

GRAFOVI:

Graf 1: Podjela ispitanika prema godini studija na FPZG-u.

Graf 2: Razina novinarskog iskustva studenata novinarstva na FPZG-u.

Graf 3: Odgovor ispitanika na pitanje 'Koji su vaši planovi nakon završetka studija?'

Graf 4: Podjela ispitanika s obzirom na navike informiranja.

Graf 5: Prikaz odabira prvog izbora medijske kuće za praćenje vijesti

Graf 6: Odgovori na tvrdnju „Smatram HRT prestižnim poslodavcem u novinarskoj struci“.

Graf 7: Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju: 'Imam povjerenja u HRT'.

TABLICE:

Tablica 1: Struktura ispitanika prema spolu

Tablica 2: Odgovori studenata novinarstva na pitanje je li im HRT prvi izbor poslodavca.

1.Uvod

Hrvatska radiotelevizija (HRT) javni je servis u Hrvatskoj, koji igra ključnu ulogu u informiranju, zabavi i obrazovanju građana. Ideal javnog servisa podrazumijeva raznolik i dostupan program za sve građane; objektivno i točno izvještavanje, kao i podizanje profesionalnih standarda u novinarstvu.

Međutim, na spomen HRT-a u medijskom prostoru, nerijetko se u prvom planu ističu javno poznate 'afere', politički skandali i slučajevi intervencije vladajućih u rad ove medijske kuće. U kontekstu potencijalne političke pristranosti, postavlja se pitanje kako motivirati mlade stručnjake za izgradnju karijere na HRT-u.

Ovaj rad istražuje percepciju HRT-a među studentima novinarstva na Fakultetu političkih znanosti. Istraživanje je provedeno na 232 studenata novinarstva kvantitativnom metodom ankete. Cilj je bio ispitati mišljenje studenata o ugledu HRT-a, njegovoj ulozi javnog servisa, kao i karijernim preferencijama u odnosu na HRT.

Prvi dio rada donosi teoretski okvir za razumijevanje uloge javnog servisa; pregled zakonodavnog okvira u kojemu djeluje Hrvatska radiotelevizija, kao i slučajeve iz prakse.

Drugi dio rada donosi istraživanje. Anketa ispituje tri postavljene hipoteze:

H1: Većini studenata novinarstva HRT nije prvi izbor pri konzumiranju vijesti.

H2: HRT nije prvi izbor poslodavca za većinu studenata novinarstva.

H3: Studenti novinarstva većinski smatraju da HRT nije politički neovisan u svojem radu.

U posljednjem dijelu rada dat ćemo analizu rezultata i interpretaciju, ističući ključne izazove i preporuke za unapređenje HRT-a u skladu s očekivanjima mlađih generacija i suvremenim trendovima.

2. Uloga javnog medijskog servisa

2.1. Kako definirati javni servis?

Kada govorimo o javnom servisu, vlada stručni konsenzus koji kaže da ga ne bismo trebali definirati isključivo u užem smislu. Pojam „javni servis“ u demokratskom društvu ne podrazumijeva samo službenu nacionalnu medijsku kuću (korporaciju), frekvenciju na kojoj se emitira program, monopol nad izvještavanjem i sl., već i pravo na informaciju – svojevrsno javno dobro koje bi u načelu trebalo biti besplatno i dostupno svima. Ipak, djelovanje javnog servisa ovisi o kontekstu i medijskom modelu koji prevladava u državi. Njegova uloga s vremenom se mijenja, nadopunjuje ili pak redefinira. Stoga, ne postoji univerzalna definicija.

Onu najjednostavniju ponudio je prvi direktor BBC-a John Reith, a temelji se na 3 postulata, već dobro poznata u svijetu medija, te kaže da je uloga javnog servisa informirati, obrazovati i zabaviti (Briggs, 1985). Premda točna, definicija je nedovoljna za 21. stoljeće, doba značajnih promjena za novinarstvo. Pojava društvenih mreža, sve brže informiranje, građansko novinarstvo i infodemija lažnih vijesti samo su neki od procesa koji zahtijevaju promišljanje o važnosti javnog servisa i na područjima osim *infotainmenta*. Primjerice, njegova uloga u promoviranju medijske pismenosti ili kritičkom vrednovanju sadržaja (Car, 2021).

Viktorija Car (2007) ponudila je model koji predstavlja ideal javnog servisa u demokratskom i pluralističkom društvu. U znanstvenom članku Konvergirani javni medijski servis, istaknula je načela kojima se vodila prilikom definiranja. U nastavku navodimo kriterije uz kratka pojašnjenja:

- Univerzalna dostupnost: odnosi se na dostupnost programa svim građanima, pod istim uvjetima (za istu cijenu pristojbe), pri čemu bi čitava država trebala biti pokrivena signalom, a korisnici ne bi trebali kupovati dodatnu opremu.
- Raznolik program za sve: javni servis trebao bi zrcaliti kulturalnu raznolikost društva, što znači da u program trebaju biti integrirani sadržaji koji se odnose na nacionalne, kulturne i druge manjine.

- Točnost, pravodobnost i nepristranost informiranja o sadržajima od javnog interesa, pri čemu servis mora njegovati najviše etičke standarde struke i podupirati slobodu izražavanja.
- Obrazovna funkcija: odnosi se na ponudu raznovrsnih obrazovnih sadržaja.
- Programska izvrsnost: program treba biti ostvaren u skladu s najvišim produkcijskim standardima te poticati kompetitivnost drugih medijskih kuća.
- Potpora kreativnom stvaralaštvu: menadžment medijske kuće treba cijeniti slobodu kreativnog izražavanja i osigurati djelovanje kreativaca u pluralističkom i liberaliziranom uređenju.
- Funkcija javnog foruma: javni servis trebao bi građanima osigurati prostor za raspravu o pitanjima od javnog interesa, pri čemu je cilj promovirati demokraciju mišljenja, pluralizam i vjersko slobodoumlje.
- Aktivna uloga građana: sudjelovanje građana u vrednovanju programa i uspostava mehanizama primjedbe i pritužbe.
- Profesionalna odgovornost: briga o vlastitoj zajednici u vidu promocije nacionalnog identiteta, kao i društvenih, kulturnih i etničkih raznolikosti. Ta bi se načela trebala reflektirati i u redakciji.
- Transparentnost i javni nadzor: s obzirom na to da je javni servis financiran od strane građana, ovo načelo podrazumijeva javno objavljivanje godišnjih financijskih i programskih izvještaja. Također, nužno je demokratskim odabirom članova nadzornih tijela osigurati nepristranost u radu.

- Financijska stabilnost: plaćanje pristojbe (jednake za sve građane) trebalo bi osigurati neovisnost javnog servisa, odnosno manju ovisnost o oglašivačima, sponzorima i političkom financiranju.
- Potpora tehnološkom razvoju: cilj javnog servisa je biti predvodnik na području tehnoloških inovacija u medijskom izvještavanju.

Bitno je napomenuti da je značenje ovih kriterija promjenjivo te da na njihovo definiranje utječe medijski okoliš. Za potpuno razumijevanje uloge javnog servisa danas, potrebno je obratiti pažnju na aktualne procese poput konvergencije, tehnoloških inovacija i povećanja problema širenja dezinformacija.

2.2. Konvergencija: izazov i prilika digitalnog doba

Car je još 2007. predvidjela promjene koje dolaze s internetom i online medijima, i naglasila potrebu reorganizacije Hrvatske radiotelevizije: „U tom bi se smislu, poučeni iskustvom interneta, javni radiotelevizijski servis trebao reorganizirati. Ako želi doprijeti do javnosti, zadaća bi javnoga medijskog servisa bila u tome da ponudi informativne, obrazovne i zabavne sadržaje (podijeljene na informacije, vijesti, dijelove emisija, cijele emisije, serijale i sl.), jednostavno pretražive i dostupne gledateljima u vrijeme kad njima odgovara i na mediju koji im je u tom trenutku dostupan“ (Car, 2007:122).

Ova izjava posebno je aktualna danas, u vrijeme kad streaming servisi „otimaju“ gledatelje tradicionalnoj televiziji i postaju omiljen način konzumiranja sadržaja. Konvergencija, proces koji objedinjuje različite oblike medija i tehnologija, postao je neizbježan u online doba. Društvene mreže, internet i ubrzani način života u potpunosti promijenili su naše navike informiranja. Mediji su prisiljeni diversificirati svoje kanale i biti inovativniji u izvještavanju ako žele ostati relevantni.

Također, „razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologija predstavlja oblikovanje nove tehnološko-ekonomske paradigme koja donosi niz dubokih strukturnih rezova u svim dijelovima društvenog života“ (Kalamar, 2015:190). Drugim riječima, niti jedna sfera života nije imuna na tehnološki razvoj, pa tako ni navika informiranja.

Postavlja se pitanje: može li javni servis uopće slijediti načela univerzalne dostupnosti, točnosti i pravodobnosti u informiranju ako se ne podredi modernom korisniku u eri medijske konvergencije? Zaključno, medijske organizacije koje žele ostati relevantne, a posebno javni servis, trebali bi u svojem radu implementirati strategije koje podržavaju modernizaciju, digitalizaciju i diverzifikaciju platformi na kojima djeluju.

2.3. Kriza povjerenja u medije

Jedna od negativnih posljedica tehnološkog napretka jest korištenje društvenih mreža kao primarnog kanala informiranja. Doseg društvenih mreža je velik – u Hrvatskoj se procjenjuje da ih koristi čak 93% građana (HAKOM, 2021). U online prostoru, širenjem informacija bez uredničke intervencije, dolazi do pojave lažnih vijesti (fake news). Situaciju potencijalno koriste i drugi akteri – političari i političke stranke; stručnjaci za odnose s javnošću; korporacije i drugi.

„Ekspanzijom informacija koje se distribuiraju putem medija, došlo je do novog fenomena (...) koji je Liesbet van Zoonen nazvala „Ja-pistemologija“, a koji se odnosi na propitivanje povjerenja u medije i medijske sadržaje, analiziranje točnosti i autentičnosti informacija, (...) te motiviranje i angažiranje medijske publike na stalno preispitivanje i uključenost u medijske sadržaje. Pojednostavljeno rečeno, individualizirana publika se radije okreće „istini“ koja proizlazi iz osobnog iskustva (...) negoli „istini“ koju im plasiraju mediji pa i onda kada je tumače stručnjaci, znanstvenici i drugi društveno-politički, kulturni ili religijski autoriteti“ (Car, Jurišić, 2021. Prema van Zoonen, 2012: 1-3).

U tom kontekstu, uloga javnog servisa, kao (načelno) nepristranog medija, neovisnog od političkih i financijskih utjecaja, presudna je za kritičko vrednovanje medijskih sadržaja, to jest promociju medijske pismenosti među građanima. Prema Donders (2012), krajem devedesetih dolazi do posljednje faze razvoja javnog medijskog servisa koju autor naziva „novim medijskim okolišem“. Fazu karakterizira digitalizacija i razvoj tehnologije među drugim, nezavisnim, javnim i neprofitnim institucijama te pluralizam u medijima. Posljedično, ulogu javnog servisa bilo je potrebno prilagoditi kako bi bolje odgovarala potrebama današnjeg društva.

„Kritično vrednovanje sadržaja možemo opisati pomoću 'trokuta medijske pismenosti', koji prikazuje odnos između medijskog teksta, publike i produkcije“ (Car, Osmančević, 2021:37).

Prema autoricama, medijski tekst ne odnosi se isključivo na sam sadržaj, već i na kontekst u kojemu tekst postoji, njegova denotativna i konotativna značenja, žanr kojem pripada i drugo.

Drugi element definira ulogu medijske publike u procesu stvaranja i razumijevanja sadržaja, kao i stupanj njihove pismenosti. Produkcija se odnosi na procese stvaranja sadržaja, oblikovane ekonomskim, političkim i tehnološkim faktorima (vlasnička struktura medija, politički utjecaji, financiranje medija itd. Ta tri elementa su u međuodnosu i daju nam odgovore na pitanje kako prepoznati i kako proizvesti kvalitetan medijski sadržaj.

„Glavna je zadaća javnog medijskog servisa u suvremenom, digitalnom i umreženom mobilnom društvu pružiti građanima platformu na kojoj su dostupni visokokvalitetni sadržaji čija je zadaća omogućiti im cjelovito informiranje“ (Car, Osmančević, 2021:40).

Jedan od glavnih faktora za osiguravanje visokokvalitetnih sadržaja na platformama javnog servisa je suvremeno, sveobuhvatno i kritičko obrazovanje mladih novinara, kao i njihova ambicija te interesi za doprinos u radu servisa, što ćemo ispitati u ostatku rada.

Ipak, utjecaj na rad Hrvatske radiotelevizije u 21. stoljeću imale su i promjene kroz koje je prošao u posljednjih četrdesetak godina. Tranzicija iz socijalističkog u demokratski sistem odrazila se i na radu servisa. Analiza medijskih modela pruža kontekst za razumijevanje uloge javnog servisa, kao i njegovih specifičnosti, poput općenite kvalitete novinarskog rada i povezanosti HRT-a s političkim utjecajima.

3. Medijski sustavi i javni servis

Daniel Hallin i Paolo Mancini su 2004. godine, u djelu *Comparing Media Systems: Three models of media and politics* postavili temelje za razumijevanje medijskih sustava u demokratskim društvima širom svijeta i njihove povezanosti s političkim sustavima. Klasifikacija se temelji na tri tipa medijskih modela: Mediteranski (polarizirano-pluralistički), Sjevernoeuropski (demokratsko - korporativistički model) i Sjevernoatlantski (liberalni model).

Prema Hallinu i Manciniju (2004), modele ne treba shvaćati kao statične sustave, već kao sustave u stalnom procesu promjena. Modele ne bismo trebali promatrati kao skup predodređenih karakteristika, već kao identifikaciju temeljnih sistemskih odnosa koji nam pomažu razumjeti ove promjene. Dakle, radi se o svojevrsnim ideal-tipovima sustava, dok stvarni medijski servisi mogu predstavljati kombinaciju više tipova, ili pak preuzeti samo neke od elemenata.

Mediteranski model prevladava u zemljama kao što su Grčka, Italija, Francuska, Španjolske i Portugal. Neka od obilježja modela su slabija profesionalizacija novinarstva, kao i novine naklonjene političkim elitama. Uloga države u medijima mediteranskog modela je velika (česte intervencije države, subvencije i financiranja, prisutnost cenzure, deregulacija). Model je prisutan u zemljama koje karakterizira kasna demokratizacija i polarizirani politički pluralizam. Postoji povezanost političkih lobija i medija, a kvaliteta novinarskog izvještavanja niža je nego kod liberalnog ili sjevernoeuropskog modela. Prisutno je „udaljavanje“ od neutralnog izvještavanja prema pristranom, tj. manje objektivnom novinarstvu (*comentary oriented journalism*).

Sjevernoeuropski model prevladava u skandinavskim zemljama, kao i u Austriji, Belgiji, Švicarskoj i Njemačkoj. Te zemlje imaju snažnu tradiciju tiska, uz rani razvoj tiska s velikom nakladom. Države demokratsko-korporativističkog modela povijesno su imale utjecajan stranački tisak, a s demokratizacijom dogodio se prijelaz u neutralnost komercijalnog tiska. Model se odlikuje profesionalizacijom novinarstva, uz promicanje institucionalizirane samoregulacije medija.

Ipak, uloga države i dalje je snažna. Prevladava *politics-in-broadcasting* princip djelovanja, gdje autonomija medija nije potpuna, već vlada postavlja pravila za dodjeljivanje frekvencija za emitiranje; postoji financiranje iz državnog proračuna, a u samom sadržaju moguće je vidjeti politički utjecaj (primjerice, prema pristranosti jednoj stranci u izvještavanju).

Naposljetku, Sjevernoatlanski ili liberalni model možemo pronaći u Velikoj Britaniji, SAD-u, Kanadi i Irskoj, a karakterizira ga vrlo rani razvoj komercijalnog tiska s visokom nakladom. Novinarsko izvještavanje u liberalnom modelu je visoko profesionalizirano i samoregulirano. Uplitanja države u načelu su minimalna, a servis je prepušten zakonima slobodnog tržišta. Takav stav države prema medijima (u idealnoj situaciji) potiče neutralnost i objektivnost u izvještavanju te javni servis neovisan od političkih institucija.

Nakon što su tri modela postala temelj razumijevanja medijskih sustava u stručnoj literaturi (Hallin, Mancini, 2004), s vremenom se pojavila potreba za definiranjem još jednog. Zemlje istočne Europe prošle su kroz tranziciju u demokratski sistem, što se prije svega odrazilo u novinarstvu i ustrojstvu medijskih korporacija. Premda mediji zemalja istočne Europe sadrže neke od elemenata triju modela, niti jedan ih ne opisuje sveobuhvatno.

Prema Terzisu (2008), Hallin i Mancini potvrđuju da su medijski sustavi oblikovani sociopolitičkim i kulturnim obilježjima svojih zemalja, uključujući posebno stupanj demokratske konsolidacije i razinu stvarnog ili potencijalnog društvenog sukoba. Drugim riječima, oni pokazuju visok stupanj onoga što možemo nazvati 'sustavnom paralelnošću'.

U tom duhu, autor Georgios Terzis analizirao je medije tranzicijskih zemalja, objedinivši ih pod tzv. istočnoeuropskim modelom.

„Pojam "postkomunističke zemlje" obuhvaća nacije u sljedećim regijama: Srednja Europa (Poljska, Češka Republika, Slovačka, Mađarska, Slovenija i Baltičke države – Estonija, Litva i Latvija); Istočni Balkan (Rumunjska, Bugarska); Zapadni Balkan (Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Srbija, Crna Gora, Makedonija i Albanija); europske ZND zemlje: Rusija, Ukrajina, Bjelorusija, Moldavija; zemlje Južnog Kavkaza: (Armenija, Azerbajdžan, Gruzija); Srednja Azija (Kazahstan, Kirgistan, Tadžikistan, Turkmenistan i Uzbekistan) i Mongolija. One se u mnogim aspektima veoma razlikuju (povijest, kultura, religija, razina razvoja) i praktički jedino što mnoge od njih imaju zajedničko je naslijeđe komunističkog sustava“ (Terzis, 2008:29).

Prema ustaljenim kriterijima Hallina i Mancinija (politički paralelizam, uloga države, tržište, profesionalizacija novinarstva), struka zaključuje da medijski sustavi tranzicijskih zemalja dijele zajednička obilježja.

Glede političkog paralelizma, mediji istočnoeuropskog sustava još uvijek su blisko povezani s političkim utjecajima. „Tijekom komunističkog razdoblja, sve su zemlje u regiji imale državno

kontroliran medijski sustav, gdje su mediji korišteni kao alat vlade za promicanje njezine ideologije i kontrolu protoka informacija prema javnosti. To je dovelo do nedostatka raznolikosti u medijskom krajoliku. Nakon pada komunizma u Istočnoj Europi krajem 1980-ih i početkom 1990-ih, zemlje u regiji prošle su kroz proces demokratizacije i liberalizacije medija. Međutim, u mnogim slučajevima medijski sektor ostao je snažno politiziran, s državnim medijskim institucijama koje su unapređivale agendu vlade i privatnim medijima koji su podržavali određene političke stranke“ (Boshnakova, Dankova, 2023:177).

Profesionalizacija novinarstva je ograničena, a novinari istočnoeuropskih zemalja suočavaju se s mnogobrojnim izazovima, poput nižih honorara u odnosu na 'zapadne' kolege; pritisaka urednika, oglašivača i države, kao i promjenjivog zakonodavnog okvira. Prema Humeu (2011), stalno promjenjivo političko, ekonomsko i društveno okruženje postkomunističke regije otežalo je novinarima uspostavljanje jasnog i snažnog profesionalnog identiteta.

Mediji su nominalno slobodni u radu, ali kontrola države i dalje se očituje kroz financiranje, zakonodavstvo ili vlasničku strukturu medija. Zielonka i Mancini (2011) navode da su nakon pada komunizma, izgradnja demokracije i rekonstrukcija države išli su ruku pod ruku. Pritom su političke stranke, korporacije, lobiji i pojedinci nastojali "zarobiti" razne državne institucije za vlastitu korist, što je rezultiralo (re)politizacijom tih država.

Uzevši u obzir još uvijek nestabilno tržište, javlja se problem koncentracije vlasništva medija.

4. Obilježja hrvatskog medijskog sustava

Hrvatski medijski sustav možemo najvjernije predočiti u okviru istočnoeuropskog medijskog modela. Premda su prepoznatljivi i neki elementi mediteranskog modela, faktori kao što su povijesni kontekst Hrvatske u posljednjih tridesetak godina, koncentracija vlasništva, polarizirana politička situacija i postsocijalističko nasljeđe, smještaju hrvatske medije 'u istu košaru' s drugim post tranzicijskim državama Europe.

Zrinjka Peruško (2021) u znanstvenom radu „Javna sfera u hibridnim medijskim sustavima u Srednjoj i Istočnoj Europi“ istražila je koncept hibridnosti kroz dva pristupa. Prvi se odnosi na hibridne medijske sustave, tj. sustave koji kombiniraju starije i nove medijske logike. Drugi na hibridnost medijskih sustava gleda kao na rezultat promjene političkog režima u nekonsolidiranim demokracijama. Autorica u radu nije eksplicitno kategorizirala Hrvatski medijski sustav, no izneseni podaci o polarizaciji medija, participaciji publika i ulozi tradicionalnih medija impliciraju da Hrvatska djeluje u hibridnom medijskom okruženju.

Glede participativnih praksi, autorica zaključuje da su „u Hrvatskoj online mediji znatno više polarizirani u usporedbi s tradicionalnim medijima (Peruško i Vozab, 2017). U usporedbi s ostalim europskim publikama, publike iz Srednje i Istočne Europe te Južne Europe pokazuju manje intenzivne online participativne prakse poput bloganja, ostavljanja komentara i pridruživanja grupama na društvenim mrežama (Vozab i Peruško, 2018)“ (Peruško, 2021:46).

Nadalje, studija (Čuvalo i Peruško, 2017) pokazala je da korištenje tradicionalnih medija u Hrvatskoj i dalje dominira medijskim krajolikom. Prema rezultatima reprezentativne ankete, u Hrvatskoj najviše je korisnika koji rijetko koriste nove medije (41%). Digitalne medije primarno konzumira 38% građana, a oba tipa medija konzumira samo 21% korisnika.

U kontekstu političkog paralelizma, Terzis (2008) naglašava kako Hrvatska pokazuje primjer vraćanja političkom paralelizmu unatoč pravnim i institucionalnim rješenjima koja su izvorno bila osmišljena da ga spriječe. Kao problem ističe Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji iz 2003. godine, koji je predviđao da se Programsko vijeće odabrano od strane stručnjaka zamijeni Programskim vijećem koje parlament imenuje izravno.

Unatoč izmjenama zakona iz 2012. i 2014. godine koje su nastojale osigurati neovisnost HRT-a od političkih utjecaja, situacija se nije značajno promijenila. Članove tijela HRT-a (Glavni ravnatelj, Ravnateljstvo, Programsko vijeće, Nadzorni odbor) većinski imenuje i razrješava Hrvatski sabor. Konkretnije, na temelju prijave s javnog natječaja, Sabor imenuje glavnog

ravnatelja na razdoblje od pet godina. Također, bira devet od jedanaest članova Programskog vijeća te četiri od pet članova nadzornog odbora (Zakon o HRT-u, 2024). Prema analizi praćenja medijskog pluralizma za 2023. godinu (Bilić, Petričušić, 2024), nezavisnost javnog medijskog servisa ocijenjena je srednjim rizikom (50%), prvenstveno zbog rizika od politizacije uprave i uredničke linije. Nadalje, u analizi je spomenut i problem modela financiranja javnog servisa: „U prosincu 2023. Vlada je potpisala aneks ugovora kojim je omogućeno dodatno financiranje programiranja izravno iz državnog proračuna. Odluka je obrazložena inflatornim pritiscima koji utječu na poslovanje PSM-a. Pristojba osigurava PSM-u stabilno financiranje bez političkog uplitanja i nejasno je zašto je odabrano izravno financiranje umjesto povećanja pristojbe“ (Bilić, Petričušić, 2024:20).

Nadalje, profesionalizacija novinarstva je ograničena. Dok su novinarske škole poboljšale svoje obrazovne programe, karijerne prilike za mlade novinare i dalje su manjkave. „Opće je priznato da profesionalne udruge novinara u Srednjoj i Istočnoj Europi imaju manje članova, ograničene organizacijske strukture i ograničene financijske resurse u usporedbi sa svojim zapadnim kolegama. To se može pripisati nekoliko čimbenika, uključujući nedostatak tradicije nezavisnog novinarstva, kao i ekonomske i političke izazove koji su otežali novinarima formiranje i održavanje profesionalnih organizacija“ (Boshnakova, Dankova, 2023:183).

Na slobodnom tržištu na medije utječu razni procesi, među kojima se u Hrvatskoj ističe instrumentalizacija. „Instrumentalizacija medija odnosi se na korištenje medija kao alata ili instrumenta za postizanje specifičnih političkih, društvenih ili ekonomskih ciljeva. Politička instrumentalizacija medija može se dogoditi kroz cenzuru, propagandu, dezinformacije ili manipulaciju vijestima“ (Boshnakova, Dankova, 2023:179). Autorice u analizi navode da je u slučaju Hrvatske posebno naglašen problem koncentracije medijskog vlasništva.

Analiza praćenja medijskog pluralizma ukazuje na isto, a pokazatelj transparentnosti medijskog vlasništva ocijenjen je s 46%. Pri tome, „nedosljedni, netransparentni i nepostojeći podaci i dalje su glavne prepreke, posebno u vlasništvu nad medijima, trendovima prihoda elektroničkih i (izvornih) digitalnih medija, statistikama zapošljavanja novinara i drugim područjima“ (Bilić, Petričušić, 2024:14). Analiza ističe i da regulatorni okvir nalaže zabranu prikrivanja medijskog vlasništva, no u praksi „krajnji vlasnici mogu ostati skriveni iza poslovnih subjekata“ (Bilić, Petričušić, 2024:14). U skladu s time, dane su preporuke za unaprjeđivanje ograničavanja koncentracije u Zakonu o medijima i Zakonu o elektroničkim medijima, kako bi se uvažili i udjeli u medijskim publikama.

Naposljetku, mediji su nominalno slobodni od bilo kake intervencije države, no primjeri cenzure iz prakse pokazuju drukčije. Još 2018. novinar i predsjednik HND-a Hrvoje Zovko upozorio je na slučajeve cenzure na HTV-u, zbog čega je dobio otkaz. Do 2022. godine HRT je izgubio sedam sudskih postupaka protiv Zovka, a tekst sudske presude potvrđuje mogućnost postojanja cenzure na javnoj televiziji: „Sud je izjave svjedoka i tuženika ocijenio kao neposredno uvjerljive i iskrene te je na temelju njih utvrdio da su radna atmosfera i okruženje kod tužiteljice (HRT-op.a.) u razdoblju koje je trajalo dulje vrijeme i prethodilo spornim izjavama tuženika, bilo takvo da je kod većeg broja osoba moglo uputiti na zaključak o postojanju određenog stupnja ograničenja zaposlenika u izražavanju i razmjeni mišljenja i ideja', kazao je Zovko“ (HND, 2022).

Ovakve analize medija od presudne su važnosti za razumijevanje kvalitete javnog servisa u Hrvatskoj. S obzirom na česte političke pritiske, potrebno je utvrditi kako se javnim servisom upravlja te osigurati njegovu neovisnost u službi građanima.

5. Kratka povijest Hrvatske radiotelevizije

15. svibnja 1926. datum je koji obilježava početak radiotelevizije u Hrvatskoj. „'Halo, halo! Ovdje Radio Zagreb!', prve su riječi emitirane uživo 15. svibnja 1926. godine iz tadašnjega studija Radio Zagreba na Markovu trgu u Zagrebu (...) Toga dana Radio Zagreb čuo prvi put na frekvenciji od 350 metara srednjega vala. Te su večeri slušatelji mogli čuti službeni bilten, glazbu Beethovena, Haydna, Chopina, Rameaua, Saint-Saensa i na koncu petnaestminutne novosti“ (HRT, 2024). Iste godine započelo je i izvještavanje s mjesta događaja, kao i prijenosi opera HNK te misa uživo.

Službenim početkom Hrvatske televizije smatra se 15. svibnja 1956. godine, kada je televizijska slika preko Beča i Slovenije stigla u Zagreb. Emitiranje se odvijalo iz hotela Tomislavov dom na Sljemenu, a televizija je prvotno reemitirala programe talijanskih nacionalnih postaja. Prvi prijenos uživo bilo je otvaranje Zagrebačkog velesajma, a prvi prijenos sportskog događaja bila je utakmica Italije i Jugoslavije. Stalno emitiranje Drugog programa započinje 1972. godine.

Leksikon radija i televizije definira prijelaz HRT-a iz državne u javnu televiziju u tri faze: „ratno razdoblje (1990-1995.), mirnodopsko razdoblje prevlasti modela državne televizije (1996. – 1999.) te razdoblje naglašenoga pretvaranja HRT-a u javnu televiziju (od 2000). Prvo razdoblje započelo je odvajanjem HRT-a od sustava JRT-a (studeni 1990). Agresijom na Hrvatsku 1991. HRT se našao u ratnim uvjetima djelovanja. Napadnuto je, okupirano ili srušeno 15 velikih odašiljača za emitiranje programa, okupirani su i neki lokalni studiji, a većina ostalih našla se pod vojnim udarima“ (Leksikon radija i televizije, 2016:193).

U tim uvjetima HRT osigurao je program za potrebe izvještavanja u zemlji i inozemstvu. „U sljedećoj fazi razvoja, započetoj nakon oslobođanja cijele Hrvatske 1995., HRT je imao obilježja državne televizije. (...) Razdoblje od 2000. obilježava preobrazba HRT-a u javnu radioteleviziju, jer su zakonskim rješenjima stvoreni preduvjeti za neovisan i javnosti okrenut HRT te smanjen politički utjecaj stranaka prenošenjem izbora vodećih osoba HRT-a sa Sabora na nezavisno Vijeće HRT-a, pa je na programskom planu HRT ostvario pomak prema zadovoljavanju kriterija javnoga RTV servisa, neovisnoga o političkim vlastima“ (Leksikon radija i televizije, 2016:193).

2010. godine završilo je analogno doba u Hrvatskoj. Pokrenuta je digitalizacija HRT-a, što je završeno 2011. godine. „Njome je analogni zemaljski signal u potpunosti zamijenjen digitalnim, čime je poboljšana kvaliteta slike te se otvorila mogućnost za pokretanje novih kanala“ (HRT, 2024).

Status javne televizije dobila je 2001. godine Zakonom o HRT-u.

6. Regulacija rada HRT-a

Rad HRT-a reguliran je kroz Zakon o medijima, Zakon o elektroničkim medijima i Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji. Samoregulacija novinarske struke odvija se kroz statute medijskih kuća i novinarske kodekse. Konkretno, kodeks časti Hrvatskog novinarskog društva.

Premda formalno postoji solidan regulatorni okvir, zakoni su manjkavi i često nedovoljni kako bi osigurali neovisno djelovanje javnog servisa, dok se HRT u praksi više puta pokazao kao alat vladajućih u političkim igrama.

U nastavku istaknut ćemo najbitnije stavke (članke) zakonika, tj. propise koji se odnose na upravljanje javnom televizijom, nadzor, imenovanje pozicija i financiranje.

6.1. Zakon o elektroničkim medijima

Zakon o elektroničkim medijima u postojećem obliku na snazi je od 2021. godine, a elektroničke medije definira kao „audiovizualne programe, radijske programe i elektroničke publikacije“. On uređuje odnose i pravila vezane uz nakladnike, urednike, strukturu vlasništva, oglašavanje i program elektroničkih medija. Relevantni članci koji se direktno ili indirektno odnose na HRT su:

čl. 4: „Jamči se sloboda izražavanja i puna programska sloboda elektroničkih medija. Nijedna odredba ovoga Zakona ne može se tumačiti na način da daje pravo na cenzuru ili ograničenje prava slobode govora i izražavanja misli“.

čl. 14(2): Zabranjeno je (u audiovizualnim sadržajima) „poticati, pogodovati poticanju i širenju mržnje ili diskriminacije“ na bilo kojoj osnovi.

čl. 21-23: komercijalna komunikacija mora biti jasno prepoznata kao takva i ne smije koristiti podsvjesne tehnike (prikriveno oglašavanje, plasman proizvoda, podsvjesno utjecanje gledatelje, a pogotovo na djecu i maloljetnike).

čl. 32: „Državna tijela i njihovi predstavnici, političke stranke i sindikati te različite interesne skupine ne smiju utjecati na nakladnika televizije i/ili radija glede stvaranja programa“.

čl. 65: „Ako godišnji prihodi od obavljanja djelatnosti jednog pružatelja medijskih usluga dosegnu udio od 40% u udjelu godišnjih prihoda svih pružatelja (...) smatra se da taj pružatelj ima dominantnu ulogu na tržištu...“, pri čemu se izuzimaju HRT-ovi prihodi od pristojbe, a ubrajaju samo oni od komercijalne djelatnosti.

čl. 70: Uređuje financiranje Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti medija kojim upravlja Agencija za elektroničke medije, a izvor prihoda je i HRT-ova pristojba.

6.2. Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji

Kako Zakon o elektroničkim medijima ne uređuje pitanje djelovanja HRT-a kao javne ustanove, formiran je Zakon o HRT-u, koji je prvotno objavljen 2001. godine. Zakon je u novom obliku stupio na snagu 2003. Od tada se dogodilo nekoliko izmjena koje se odnose na izbor Glavnog ravnatelja te članove Programskog vijeća i Nadzornog odbora. „Izmjene Zakona o HRT-u iz 2012. godine predviđaju izbor glavnog ravnatelja HRT-a većinom glasova Sabora, koji bira i 9 od 11 članova Programskog vijeća HRT-a te 4 od 5 članova Nadzornog odbora HRT-a. Na temelju javnog poziva i mišljenja novinara i poslodavaca HRTa, glavni ravnatelj imenuje i razrješava urednike HRT-a“ (Bilić, Petričušić, 2024:20). Odluku je kritiziralo mnogo relevantnih medijskih aktera i institucija, a glavna briga bila je mogućnost politizacije HRT-a i narušavanje uredničke autonomije političkim odabirom čelnih.

Verzija Zakona koja je trenutno na snazi (posljednje izmjene zakona definirane su 2022. godine) definira HRT kao pravnu osobu koja ima status javne ustanove, a osnivač joj je Vlada Republike Hrvatske. U nastavku navest ćemo članke koji se odnose na neovisan rad HRT-a i njegovu ulogu javnog servisa:

čl. 7: HRT je dužan trajno, istinito, cjelovito, nepristrano i pravodobno informirati javnost o činjenicama, događajima i pojavama u zemlji ; poštivati i poticati pluralizam ideja ; nepristrano obrađivati politička i druga pitanja ; omogućujući ravnopravno sučeljavanje stajališta različitih izvora ; poštivati najviša stručna mjerila i etička načela neovisnog novinarstva.

čl. 16: HRT u svojem sadržaju mora promicati javne vrijednosti i interese, a za svoj rad odgovara javnosti. Odgovornost HRT-a ostvaruje se „postupkom izbora i imenovanja članova Programskog vijeća, (...); radom Nadzornog odbora HRT-a; kvalitetnim pružanjem javnih usluga HRT-a“ i dr.

čl. 17: HRT treba biti samostalan u svojem radu, a ona se ostvaruje kroz programsku i uredničku samostalnost.

čl. 19: Uređuje izbor Glavnog ravnatelja HRT-a. Njega „imenuje i razrješava Hrvatsku sabor“ na temelju javnog natječaja

čl. 22: Uređuje rad Nadzornog odbora HRT-a. Odbor ima 5 članova, od kojih su četvero izabrani od strane Sabora, a jedan je predstavnik radnika HRT-a. Mandat Odbora je četiri godine.

čl. 24: Odnosi se na Programsko vijeće HRT-a koje zastupa i štiti interes javnosti provođenjem nadzora programa. Vijeće ima 11 članova, a Sabor razrješava i bira njih 9. Dva člana vijeća odabiru novinari i drugi zaposlenici HRT-a.

čl. 33-35: obrađuje financiranje javnim i komercijalnim sredstvima. „Sredstva mjesečne pristojbe su sredstva državne potpore koja se koriste sukladno pravilima o državnim potporama za javne radiodifuzne usluge“. Pristojba iznosi 1,5% prosječne hrvatske neto plaće, a pristojbu plaća svako kućanstvo koje posjeduje barem jedan prijatelj. 3% sredstava od pristojbe HRT svaki mjesec mora uplatiti Fondu za poticanje pluralizma i raznovrsnosti medija.

6.3. Novinarski kodeksi

Kodeks časti Hrvatskih novinara je profesionalni standard za rad novinara u Hrvatskoj. Predstavlja oblik samoregulacije struke, i kao takav je neobvezujući. „Novinar koji radi u skladu s ovim Kodeksom uživa podršku svog uredništva i svoje profesionalne organizacije. Statutom Hrvatskog novinarskog društva određene su sankcije za povredu Kodeksa. Za zaštitu i primjenu Kodeksa nadležno je Novinarsko vijeće časti HND-a“ (Djeca Medija, 2020). Kodeks je donesen 2009. godine u Opatiji.

Hrvatsko novinarsko društvo organizacija je koja sustavno progovara o nepravilnostima u novinarstvu, a posebno državnom uplitanju u rad javnog servisa. U više su navrata iz Društva progovarali o HRT-u - ne samo kršenju Kodeksa, već i Zakona koji se odnose na njega. Recentniji primjer iz travnja ove godine su pet HND-ovih zahtjeva novoj vlasti, među kojima je i izmjena Zakona o HRT-u „kako bi javna radiotelevizija proizvodila program od javnog interesa poštujući profesionalne standarde i prestala biti biltenom stranke na vlasti i političkih moćnika“ (HND, 2024).

Kodeks se sastoji od 31 članka. U prvom dijelu problematizira pitanje uloge novinara i novinarske odgovornosti, dok se drugi dio odnosi na odgovornost urednika, izuzetno relevantno pitanje za rad HRT-a.

Prema Kodeksu, „urednik ne smije od novinara zatražiti da radi protiv profesionalnih etičkih načela“, a „novinarski prilozi kojima je skraćivanjem ili drugim uredničkim intervencijama bitno izmijenjen smisao mogu se objaviti samo uz suglasnost autora. Dođe li do nesuglasnosti, autor ima pravo povući svoj prilog ili potpis. Za novinarski prilog objavljen bez imena ili inicijala autora ili pod pseudonimom, kao i za onaj koji potpisuje više autora, odgovara urednik.

Također, urednik odgovara za cjelokupnu tekstualnu, vizualnu i zvukovnu opremu novinarskog priloga. Oprema mora vjerno izražavati sadržaj novinarskog priloga“.

7. HRT u praksi

7.1. Etički problemi u praksi

Od utemeljenja javnog servisa do danas dogodile su se mnogobrojne etički upitne situacije na HRT-u. Politička podobnost uredništva, slučajevi cenzure i tužbe protiv vlastitih novinara samo su neki od primjera.

7.1.a Slučaj Hrvoja Zovka

Najaktualniji, ali i najvažniji sudski slučaj koji dokazuje prisutnost cenzure na HRT-u, kao i „čistke“ nepodobnih je slučaj novinara i predsjednika HND-a, Hrvoja Zovka. Kako izvještava Dnevnik.hr (2024), Zovko je dobio otkaz na HRT-u u rujnu 2018., nakon sukoba s urednicom Perišom Čakarun, od koje je tražio da ga razriješi uredničke dužnosti zbog cenzure. Pokrenuo je postupak protiv HRT-a, a sudovi su zaključili da nije bilo valjanog razloga za otkaz. Od 2019. do 2022. Zovko je dobio sedam sudskih postupaka protiv HRT-a, a sud je potvrdio prisutnost cenzure, navodeći ograničenja zaposlenika u izražavanju i razmjeni mišljenja i ideja.

U svibnju 2024. Vijeće Vrhovnog suda opovrgnulo je presude nižih sudova, a Zovko je potom dobio treći otkaz ugovora o radu. Povodom odluke oglasio se i HND, koji presudu smatra pokušajem destabilizacije Društva, u vrijeme kad traju rasprave o donošenju tzv. Lex AP-a, zakona koji bi omogućio kažnjavanje zviždača koji novinarima otkriju pojedinosti o korupciji ili poslovne tajne.

„Presudu Vrhovnog suda Hrvoje Zovko će osporiti Ustavnom tužbom te će nastaviti pravnu bitku pred Ustavnim sudom“ (HND, 2024).

7.1.b „HRT svima, ne samo njima“

Hrvatsko novinarsko društvo i Sindikat novinara Hrvatske pokrenuli su 2021. godine akciju „HRT svima, ne samo njima“, u sklopu koje bivši i sadašnji novinari i novinarke HRT-a iznose ispovijesti o radu na javnom servisu i navode primjere cenzure i pritiska na novinare“ (Telegram, 2021).

Prema ispovijesti anonimnog zaposlenika HRT-a, ravnateljica Informativnog medijskog servisa pitala ga je je li mu stalo do posla, nakon što je u prilogu objavio da Ministarstvo nije odgovorilo na njegove upite. Drugi novinar naveo je kako mu je više od dvije godine zabranjen odlazak na teren, nakon što je premijera Plenkovića i kancelarku Merkel u Berlinu pitao hoće li optičku mrežu za širokopojasni internet u Hrvatskoj graditi privatni investitor ili konzorcij hrvatskih

tvrtki. Uredništvo mu je pitanje ocijenilo „glupim“, a premijerov odgovor izostavljen je iz središnjeg dnevnika. Iz HND-a istaknuli su i svjedočanstvo novinarka koju je rukovoditelj urednika pokušao „ušutkati“, nakon što je kolegu upozorila na neetičko izvještavanje i namjerno izostavljanje informacija (HND, 2021).

Nadalje, prema izjavama zaposlenika, urednica IMS-a Periša Čakarun, nakon izgubljenog spora HRT - Zovko izjavila je da „na HRT-u ne postoji cenzura, već uređivačka politika“.

7.1.c Političko pogodovanje

Možda vezu politike i javnog servisa najbolje opisuje slučaj iz 2021., kada je Nacional došao u posjed e-mail prepiske Periša Čakarun i glasnogovornika Vlade, Marka Milića, prema kojoj je vidljivo da su pitanja za Plenkovićev intervju unaprijed dogovorena. (Nacional.hr, 2021).

Također, kako zaključuje Nacional, ista je urednica pogodovala Kolindi Grabar – Kitarović tijekom predizborne kampanje. Naime, nakon „blamaže“ predsjednice na predizbornom skupu u Osijeku, iz njezinog stožera odbili su sučeljavanje s drugim kandidatima. Ono je ipak održano samo na javnoj televiziji, prema čemu su u Nacionalu zaključili da je tadašnja predsjednica bila na „svom terenu“.

Analiza praćenja medijskog pluralizma na razini Europske unije za 2022. godinu pokazala je da postoji značajan rizik od politizacije javnog servisa u Hrvatskoj. „Nezavisnost javnog medijskog servisa ocijenjena je srednjim rizikom (50%). Rezultat odražava visok rizik od politizacije upravljanja i uredničke linije ali i nizak rizik nezavisnog financiranja. (...) Promjenom Vlade mijenja se i uprava HRT-a, postavljajući nove urednike ideološki usklađene s novom vladinom politikom“ (Bilić, Valečić, 2023:18).

U izvještaju adresiran je visok rizik indikatora uredničke nezavisnosti zbog manjka odredbi o političkom utjecaju u Zakonu o medijima i Zakonu o elektroničkim medijima. Iako članak Zakona o medijima propisuje da „izdavači moraju pribaviti mišljenje uredništva prije imenovanja ili razrješenja, niti jedan izričit tekst nema za cilj smanjiti politički utjecaj ili jamčiti uređivačku autonomiju“ (Bilić, Valečić, 2023:17).

Analiza za 2023. godinu pokazala je da je ocjena nezavisnosti javnog servisa ostala nepromijenjena (Bilić, Petričušić, 2024).

8. Profesionalizacija novinarstva u Hrvatskoj

S obzirom na medijski ugled i općeprihvaćeno mišljenje o HRT-u kao instituciji kojom upravlja politika, a ne novinarstvo, možemo pretpostaviti da je sve manje školovanih novinara zainteresirano za rad na javnom servisu. Za budućnost javnog servisa od presudne je važnosti perspektiva mladih novinara. Obrazovanje profesionalaca može potaknuti stvaranje uredničke kulture koja će biti sklonija izvještavanju prema etičkim načelima, a stroža prema političkom pogodovanju.

Malo je istraživanja koja ispituju mišljenje studentske populacije o pojavama u medijima, a još manje istraživanja među studentima novinarstva. U Hrvatskoj su se temom povremeno bavili stručnjaci s Fakulteta političkih znanosti, u formi znanstvenih članaka i radova u zbornicima. Jokoš i Kanižaj 2012. godine objavili su rad „Percepcija novinarske profesije studenata novinarstva i komunikologije na Sveučilištu u Zagrebu“, što je jedno od prvih istraživanja studentske percepcije o ulozi novinara. Temom novinarske etike u posljednjih nekoliko godina bavile su se i autorice Vilović, Majstorović i Ivanuš, koje su u radu „Etička orijentacija i profesionalne dileme: stavovi studenata novinarstva FPZG-a u Zagrebu“ ispitale koje etičke probleme u novinarstvu prepoznaju studenti tog studija. Također, paralelno su objavile i pregledni rad iz područja etike „Novinarska etika u Hrvatskoj“, gdje prikazuju aspekte razvoja kodeksa, razvoj novinarskog obrazovanja i interes istraživača za temu.

Još 2012. godine istraživanje među studentima pokazalo je da „velika većina ispitanika, oko 75%, misli da je hrvatski novinar puno ili izrazito puno sklon senzacionalizmu. Također većina studenata novinarstva i komunikologije misli da je tipični hrvatski novinar sklon manipulaciji. Stav je studenata i da hrvatski novinar nedovoljno provjerava informacije o kojima piše, ali podjednak broj ispitanika smatra kako hrvatski novinar malo ili nimalo provjerava informacije“ (Jokoš, Kanižaj, 2012:109).

U istom su istraživanju studenti poistovjetili ulogu novinara („čuvar demokracije“) s idealom djelovanja javnog servisa, pri čemu autori ističu da „gotovo svi ispitani studenti (oko 90%) smatraju da bi hrvatski novinari trebali kritizirati nepravilnosti te informirati građane o njihovim pravima. Vrlo velik broj također smatra da bi hrvatski novinari trebali imati ulogu čuvara demokracije i neslužbenih nadzornika vlasti, glasnogovornika naroda, tumača svih društvenih događanja i procesa te ulogu promatrača i savjetnika građana u svim područjima života“ (Jokoš, Kanižaj, 2012:110).

Istraživački članak „Etička orijentacija i profesionalne dileme“ pokazao je rezultate u sličnom tonu. „Rezultati za studente novinarstva, kao i za novinare u Hrvatskoj te one u šezdeset i šest zemalja ispitanih u studiji *Worlds of Journalism Study*, pokazali su da je 'apsolutizam, odnosno pridržavanje etičkog kodeksa u svakom trenutku' tvrdnja koja je imala najvišu srednju ocjenu, tj. oni su 'snažno podržavali tu orijentaciju', dok su subjektivizam i ponašanje ovisno o situaciji 'bili manje privlačni kao etički pristupi' (Vilović, Ivanuš, Majstorović, 2022:93, prema Ramaprasad i sur., 2019, str. 201, 205–206).

U kontekstu tih istraživanja, vidljivo je da postoji diskrepancija između studentskog poimanja uloge novinarstva i stvarne prakse na javnom servisu. Stoga, smatramo da je ključno u ovome radu ispitati stavove mladih novinara o HRT-u i njihovim težnjama za radom u toj medijskoj kući.

9. Istraživanje

9.1. Cilj istraživanja i hipoteze

Cilj ovog istraživanja je odrediti u kojoj mjeri studentice i studenti novinarstva Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu koriste HRT kao izvor informacija u usporedbi s drugim medijima ili izvorima; na koji način pristupaju vijestima (putem televizije, internetskog servisa ili društvenih mreža) te kako ocjenjuju kvalitetu, neovisnost i pristupačnost sadržaja HRT-a mladima. Također, istražujemo bi li HRT bio prvi izbor za mlade koji žele raditi u novinarstvu te koja je njihova motivacija za i protiv tog izbora. Postavili smo istraživačka pitanja koja su nam pomogla doći do konkretnih rezultata:

1. Koliko mladi novinari vjeruju HRT-u?
2. Smatraju li studenti sadržaj koji HRT plasira kvalitetnim?
3. Predstavlja li za studente novinarstva HRT ideal javnog servisa?
4. Je li za studente novinarstva rad na HRT-u dobra karijerna prilika?

U tu svrhu, na temelju svih obilježja HRT-a navedenih u teoretskom dijelu rada, postavili smo i tri hipoteze:

H1: Većini studenata novinarstva HRT nije prvi izbor pri konzumiranju vijesti.

H2: HRT nije prvi izbor poslodavca za većinu studenata novinarstva.

H3: Studenti novinarstva većinski smatraju da HRT nije politički neovisan u svojem radu.

9.2. Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno na namjernom uzorku studenata novinarstva od prve do pete godine studija. Metoda koju smo koristili je kvantitativna metoda ankete, koju smo provodili online putem servisa Google Forms. Anketa se sastoji od pitanja zatvorenog odgovora (Likertova ljestvica i višestruki odabir), uz jedno pitanje otvorenog tipa (kratki odgovor) koje od studenata traži obrazloženje odgovora bi li im HRT bio prvi izbor pri zapošljavanju. Anketa je studentima upućena putem studentskih novinarskih grupa na društvenim mrežama. Cilj je bio prikupiti najmanje 150 odgovora studenata.

U istraživačkom periodu prikupili smo sveukupno 232 odgovora.

Anketa se sastoji od četiri dijela: prvi dio odnosi se na demografske podatke ispitanika i pitanja o novinarskom iskustvu; drugi dio ispituje navike informiranja; treći dio studentski stav o HTV-u u vidu razvoja karijere i karijernih ambicija; dok posljednji dio ispituje studentsku percepciju HRT-a u ulozi javnog servisa.

Na kraju rada, u poglavlju Prilozi, dostupna je matrica ankete.

10. Rezultati i interpretacija istraživanja

10.1 Demografski podaci

Pitanja prvog dijela istraživanja ispitala su spol i dob sudionika, studentsku godinu na Fakultetu političkih znanosti, kao i razinu iskustva u medijima (bilo ono volontersko, stručno ili drugo).

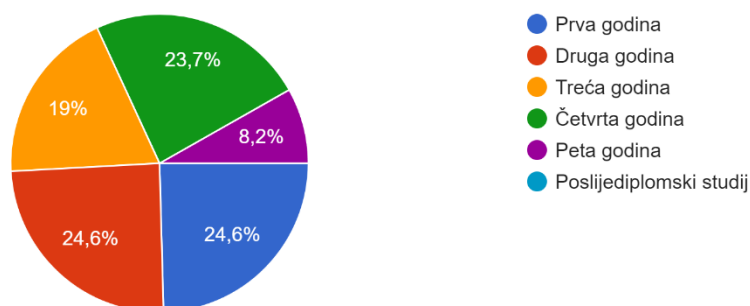
Tablica 1. prikazuje strukturu uzorka prema spolu.

SPOL	N	%
Ženski	185	79,7%
Muški	44	19%
Drugo	1	0,4%
Ne želim odgovoriti	2	0,9%
UKUPNO	232	100%

Tablica 1: Struktura ispitanika prema spolu

Iz prikaza vidimo da je u anketi sudjelovao puno više studentica, što korelira s činjenicom da je na studij novinarstva upisano znatno više žena nego muškaraca. Pri tome, dob najviše ispitanika u anketi (51,3%) je od 21 do 23 godine. Oko 34 % staro je od 18 do 20 godina; 12% ih je dobi od 24 do 26 godina, a čak 7 ispitanika navelo je da ima više od 27 godina. Iako je raspon dobi u anketi gotovo deset godina, ispitanici su prema godini studija podijeljeni poprilično ravnomjerno:

Koja ste godina studija na FPZG-u? U slučaju 'parcijale', odaberite višu godinu
232 odgovora



Graf 1: Podjela ispitanika prema godini studija na FPZG-u.

Iz grafičkog prikaza jasno je da odstupanje u anketi predstavljaju studenti pete godine (samo 8,2%), dok je drugih ispitanika bilo gotovo jednako. Vjerujemo da je uzorak i dalje

reprezentativan, s obzirom na to da se radi o 19 studenata, što je oko 10% upisanih na petu godinu novinarstva.

Pitanje novinarskog iskustva pokazalo je zanimljive rezultate. Studentima su bili ponuđeni sljedeći odgovori:

Nemam nikakvog iskustva

Imam iskustvo rada u studentskim medijima (Global, TV Student, Radio Student)

Imam iskustvo dogovorene prakse u sklopu nekih kolegija.

Imam radno iskustvo u medijima (stalni ili povremeni posao, rad na studentski ugovor i sl.)

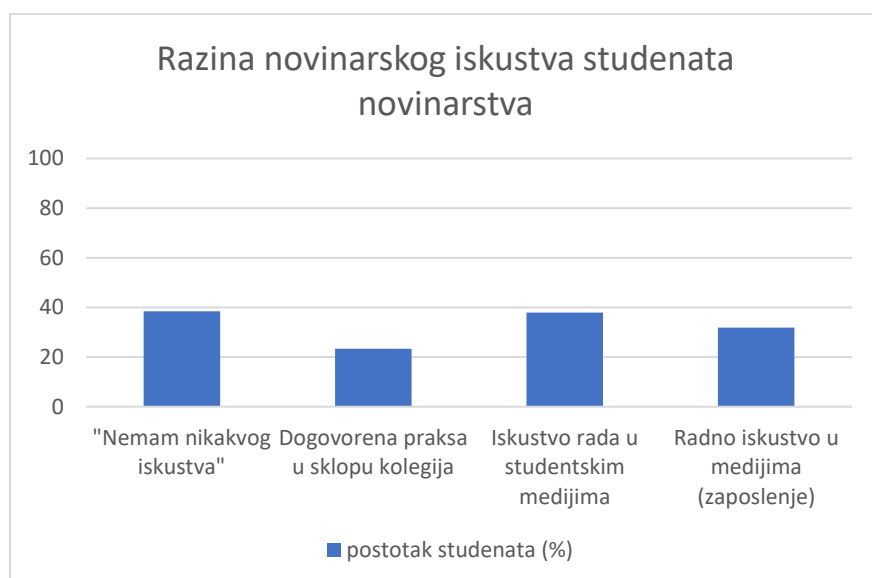
Uzevši u obzir da su u anketi nešto manje zastupljeni studenti diplomskog studija, naša pretpostavka uoči istraživanja je bila da će najviše studenata imati volontersko iskustvo u studentskim medijima, a najmanje stalno zaposlenje. Rezultati su pokazali suprotno – gotovo jednak je omjer zaposlenih studenata, onih bez iskustva i 'volontera' u studentskim medijima. Konkretnije:

Nemam nikakvog iskustva – 38,4% (89 studenata)

Imam iskustvo rada u studentskim medijima (Global, TV Student, Radio Student) – 37,9% (88 studenata)

Imam iskustvo dogovorene prakse u sklopu nekih kolegija. – 23,3% (54 studenata)

Imam radno iskustvo u medijima (stalni ili povremeni posao, rad na studentski ugovor i sl.) – 31,9% (74 studenta)



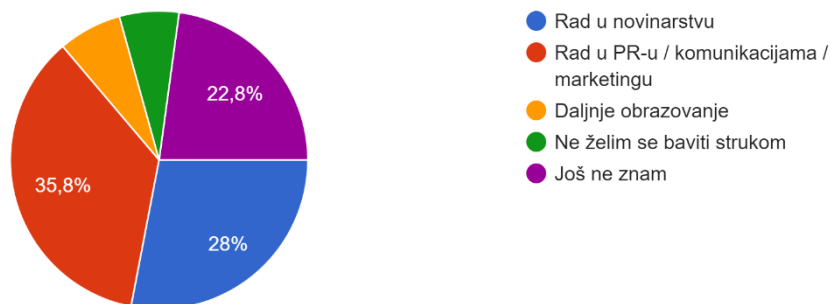
Graf 2: Razina novinarskog iskustva studenata novinarstva na FPZG-u.

U godinama iskustva, pri čemu se pribrajaju i godine provedene volontirajući u studentskim medijima, najviše studenata navelo je da ima do jednu godinu iskustva (70%). 19% ima do dvije godine iskustva, a oko 10% ima više od dvije godine.

Vjerujemo da su ovi rezultati pozitivan indikator proaktivnosti studenata jer se na tržište rada često uključuju prije kraja fakulteta. Također, postojanje studentskih listova, televizije i radija od presudne je važnosti za 'prve korake' u struci. Ipak, zabrinjavajuće je za struku da većina tih studenata nema namjeru raditi u novinarstvu.

Koji su vaši planovi nakon završetka studija?

232 odgovora



Graf 3: Odgovor ispitanika na pitanje 'Koji su vaši planovi nakon završetka studija?'

Iz grafikona vidljivo je da najveći broj studenata (35,8%) želi raditi u odnosima s javnošću, marketingu ili komunikacijama. 6,5% uopće se ne želi baviti novinarskom strukom ili PR-om, a sličan je broj budućih novinara (28%) i neodlučnih studenata (22,8%). Iako karijerne aspiracije nisu bile predmet ovoga istraživanja, smatramo da averzija određenog broja studenata prema struci koju izučavaju (pa i studenata s iskustvom) ukazuje na negativan imidž novinarstva u Hrvatskoj, kao i na nestabilne uvjete u hrvatskim redakcijama.

Zaključno, razina praktičnog iskustva studenata nije nužno ovisna o dobi i stupnju obrazovanja na FPZG-u, a studenti su skloni uključivanju u redakcije i volontiranju.

10.2. Navike informiranja

Drugi dio ankete ispitaio je na kojim kanalima, koliko često i na koji način se studenti novinarstva informiraju. Također, ispitano je i prate li studenti informativni program HTV-a te koje su im medijske kuće prvi izbor pri konzumiranju vijesti. U ovome dijelu potvrđena je i jedna hipoteza rada:

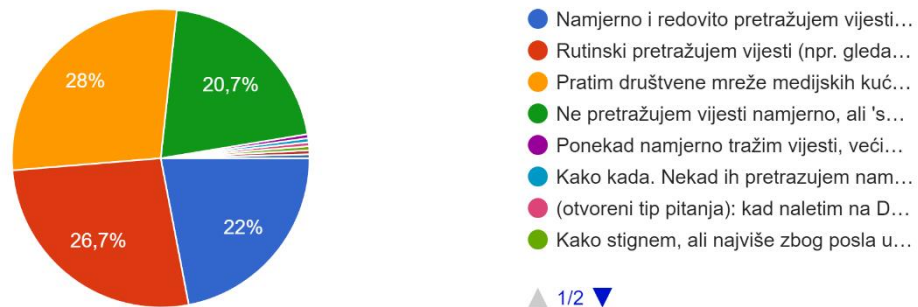
H1: Većini studenata novinarstva HRT nije prvi izbor pri konzumiranju vijesti.

Očekivano, najviše studenata informira se putem internetskih portala (44,4%) i društvenih mreža (41,8%). Televizija zauzela je tek treće mjesto s 11,6%, dok su rezultati drugih izvora zanemarivi.

I dok je za razinu medijske pismenosti pohvalno što se najviše studenata informira svakodnevno (66,8%) ili nekoliko puta tjedno (28,9%), način na koji mladi novinari dolaze do vijesti ukazuje na negativan trend u informiranju.

Kako pretražujete vijesti? Odaberite način koji najbolje opisuje vaše navike.

232 odgovora



Graf 4: Podjela ispitanika s obzirom na navike informiranja.

Naime, ispitanicima su na pitanje 'Kako pretražujete vijesti?' bila ponuđena četiri odgovora, uz opciju da navedu i vlastiti odgovor:

Namjerno i redovito pretražujem vijesti (npr. čitam različite portale, pratim razne emisije na TV-u, čitam novine)

Rutinski pretražujem vijesti (npr. čitam jedan portal, gledam Dnevnik jednom dnevno i slično)

Pratim društvene mreže medijskih kuća i tako dolazim do vijesti

Ne pretražujem vijesti namjerno, ali 'scrollanjem' na društvenim mrežama uspijem 'uloviti' neke novosti

S obzirom na to da se radi o studentima novinarstva, očekivali smo da najviše ispitanika namjerno ili rutinski pretražuje vijesti. Ipak, rezultati su pokazali da je broj onih koji se informiraju kritički, s više izvora (22%) gotovo jednak broju onima koji slučajno 'scrollanjem'

nailaze na dnevne novosti (20,7%). Najviše mladih novinara do vijesti dolazi putem društvenih mreža (28%).

S obzirom na netransparentnost algoritama na digitalnim platformama i manjak regulacije, možemo zaključiti da informiranje putem društvenih mreža često nije kritičko i nepristrano informiranje. McStay (2018) digitalne platforme naziva društvenim institucijama (*social institutions*), tj. „strukturama koje organiziraju ljudsko ponašanje“.

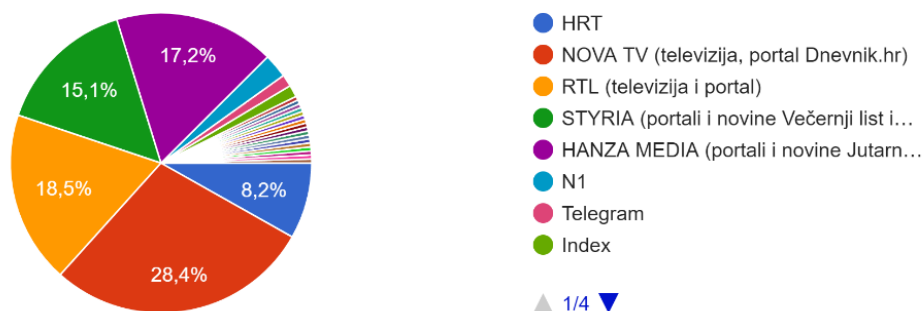
Algoritmi određuju tip sadržaja kojeg publike konzumiraju. Kako tvrde Helberger, Karppinen i D'Acunto (2018.), „u stvarnom svijetu individualno iskustvo korisnika postiže se kombiniranjem različitih tipova algoritamskih preporuka. Taj model, poznat kao 'hibridni sustav preporuke' (...) implementira algoritam na tri načina: (1) preporučuje sadržaj sličan onome kojega je korisnik konzumirao u prošlosti; (2) preporučuje sadržaj koji se svidio sličnim korisnicima; (3) ili plasira najnoviji, najaktualniji sadržaj“. Iako su stručnjaci generalno utvrdili princip rada algoritama na društvenim mrežama, nemoguće je stopostotno ga definirati. U takvom sustavu preporučivanja više ne postoji isključivo ljudski faktor. Danas algoritme optimizira umjetna inteligencija ili sustav temeljen na samostalnom (strojnom) učenju. Stoga ih ne možemo smatrati neutralnima ili objektivnima.

Na pitanje Koja medijska kuća je vaš prvi izbor za praćenje dnevnih aktualnosti? studenti su na prva dva mjesta stavili televizijske kuće. Prvo mjesto zauzela je Nova TV – TV i portal Dnevnik.hr (28,4%), a drugo mjesto RTL (18,5%). Javni servis našao se tek na petom mjestu sa znatno manjih 8,2% studenata. Kako su Nova TV, RTL te listovi Večernji i Jutarnji list posebno aktivni na društvenim mrežama (*instagram story*, prijenosi uživo, velika količina *lifestyle* sadržaja koja pogoduje praćenosti na profilima), razumljivo je da su posljedično studentima primarni izbor pri informiranju.

Rezultati ne pokazuju samo potvrdnu hipotezu da HRT nije prvi izbor medijske kuće pri informiranju, već i činjenicu da studenti rijetko prate informativni program HTV-a. Na pitanje o praćenju HTV-a, 144 studenta (62%) odgovorilo je da uopće ne prati informativni program HTV-a, a 79 studenata (34,1%) ga prati povremeno. Svakodnevno praćenje navelo je samo 3,9% studenata novinarstva. Oni koji navode povremeno ili svakodnevno praćenje, od emisija prepoznaju Dnevnik, Otvoreno i Nedjeljom u 2.

Koja medijska kuća je vaš prvi izbor za praćenje dnevnih aktualnosti?

232 odgovora



Graf 5: Prikaz odabira prvog izbora medijske kuće za praćenje vijesti

10.3. HTV i razvoj karijere

U trećem dijelu istraživanja potvrđena je hipoteza: HRT nije prvi izbor poslodavca za većinu studenata novinarstva. Konkretnije, javni servis nije prvi izbor za 78% njih, tj. 181 osobu.

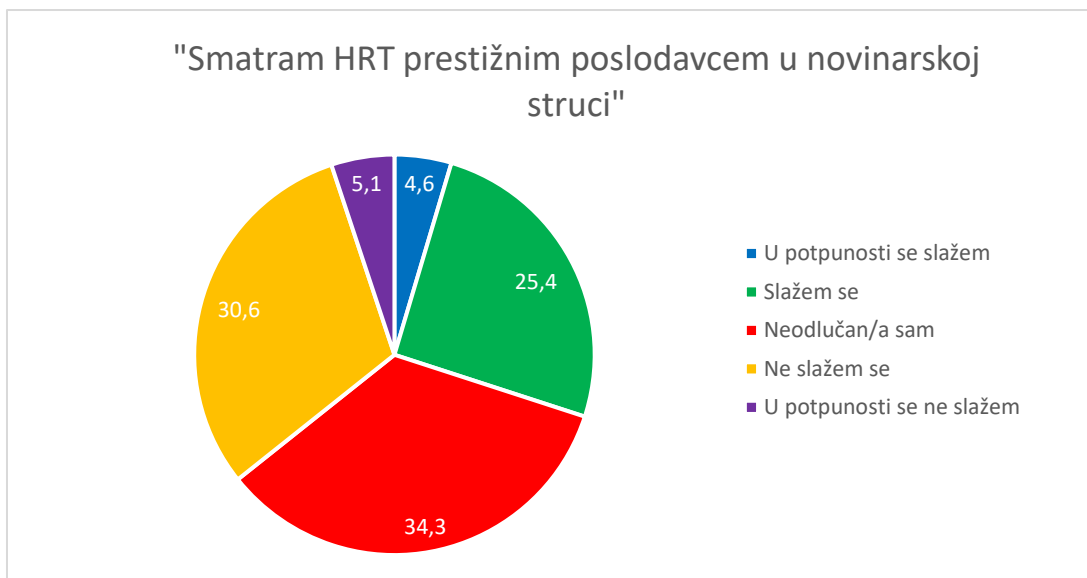
Studentima su dane i još tri popratne tvrdnje koja se odnose na javni ugled HRT-a i profesionalni razvoj, a koja bi poslužila kao detaljnije obrazloženje njihovog odabira. Pitanja (Likertova ljestvica) su:

Smatram HRT prestižnim poslodavcem u novinarskoj struci.

Smatram da HRT pridaje veliku važnost obrazovanju svojih novinara.

Smatram da je rad na HRT-u sjajna prilika za profesionalni razvoj nakon fakulteta.

Odgovori na sva pitanja su podijeljeni, uz vrlo velik broj neodlučnih i sličan broj studenata koji se slažu i ne slažu oko istog pitanja. Neki od istaknutijih podataka su da više studenata smatra da HRT nije prestižan poslodavac u novinarskoj struci (30,6% naprema 25,4% koji smatraju da je prestižan). Čak 50% je neodlučno po pitanju obrazovanja novinara na HRT-u.



Graf 6: Odgovori na tvrdnju „Smatram HRT prestižnim poslodavcem u novinarskoj struci“.

Ipak najviše se studenata smatra da je rad na HRT-u sjajna prilika za profesionalni razvoj nakon završetka studija (Slažem se: 42,7% ; U potpunosti se slažem: 13,8%).

Javni servis trebao bi težiti programskoj izvrsnosti, kao i predvodništvu u industriji. Podijeljenost u odgovorima ukazuje na to da u očima studenata ne postoji ujednačeno, pozitivno mnijenje o HRT-u. Zaključno, HRT je za studente novinarstva dobar početak karijere, ali nikako prvi izbor poslodavca niti idealno radno mjesto.

Studenti su u otvorenijoj formi i sami dobili priliku ukratko obrazložiti svoj odabir. Nakon tvrdnje 'Da tražim posao u novinarstvu, Hrvatska televizija bila bi moj prvi izbor medijske kuće/poslodavca', navodili su osobne razloge za odabir.

Donosimo neke od istaknutijih odgovora:

HRT nije prvi izbor poslodavca	HRT je prvi izbor poslodavca
„Prije nekoliko godina vjerojatno, ali danas više ne. Nemaju kreativnosti, nema vizije, zaostali su u vremenu i postali glasalo vladajuće stranke“	„Da, smatram je najkvalitetnijom i najozbiljnijom medijskom kućom u HR“
„Na temelju iskustava drugih kolega, ne bih voljela raditi na HRT-u. Također, njihova je	„Smatram da bih tamo mogla razviti i naučiti neke temelje za daljnju karijeru“

politika pre konzervativna za mene te smatram da su pod jakim utjecajem vlasti.“	
„Previše je politizirana i monotona“	„Zbog najboljih mozaičnih emisija i najmanje senzacionalizma“
„Smatram da politika od HRT-a radi više državni medij, nego javni i to mi se ne sviđa jer novinarstvo treba imati svoju slobodu“	„Mislim da je za svaku osobu koja se planira graditi kao novinar ipak najprestižnije mjesto za karijeru HRT“
„Izrabljivanje za male pare, ako netko to baš voli, slobodno, nemam ništa protiv. Ali ja osobno ne“	„Smatram da pružaju jedan oblik sigurnosti jer nisu privatna firma.“
„Smatram da je HRT dobra odskočna daska za rad u medijima, ali na duge staze bih birala neke druge medijske kuće“	„Jedino HRT nema senzacionalizma, a ne bih podnijela da moram pisati članke s clickbaitom i takvim stvarima, to mi se gadi“
„Mislim da u Hrvatskoj ima i boljih poslodavaca od HRT-a u novinarskoj struci. Nedugo nakon prakse od mjesec dana sam krenula i raditi na webu HRT-a i izdržala sam jedva 3 dana jer mi se nije svidio način i uvjeti rada“	„Radila sam na RTL-u koji nije hrvatski medij i nije mi se nimalo sviđalo pa bi možda iduće probala hrvatske poslodavce“
„Često nemaju javnih natječaja u tijeku i najčešće se ne zaradi kao u drugim medijima“	

Tablica 2: Odgovori studenata novinarstva na pitanje je li im HRT prvi izbor poslodavca.

Kada sumiramo odgovore, većina studenata kao razlog navodi političku pristranost HRT-a; iskustva drugih kolega o lošem tretmanu na javnoj televiziji i lošim plaćama, te 'monotonost' programa.

22% studenata koji su odabrali HRT smatraju da javni servis pruža stabilno radno mjesto i da na HRT-u ima najmanje senzacionalizma. Također, cijene što se radi o hrvatskom poslodavcu.

10.4. HRT i uloga javnog servisa

Posljednji dio ankete pomoću Likertove ljestvice slaganja ispitao je mišljenje studenata o HRT-u u ulozi javnog servisa. Tvrdnje/pitanja odabrali smo ciljano, prema kriterijima Viktorije Car (2007) za definiciju javnog medijskog servisa (Konvergirani javni medijski servis), a odnosila su se na ugled HRT-a, razinu profesionalizma, dostupnost programa građanima, uredničku neovisnost i raznovrsnost sadržaja.

Ponuđene tvrdnje koje ocjenjuju politički utjecaj su:

HRT je u izvještavanju nepristran, slobodan i neovisan od političkih utjecaja.

Uredništvo HRT-a je transparentno i nije podređeno politici.

Na HRT-u se događa cenzura novinara/sadržaja.

HRT dobro ispunjava ulogu "čuvara demokracije" u javnom prostoru (istraživačko novinarstvo, objektivno izvještavanje o događajima u politici)

Imam povjerenja u HRT.

Programsku izvrsnost ocjenjuju tvrdnje:

HRT se vodi načelom programske izvrsnosti (kvalitetan program; predvodnik u industriji; produkcija programa na vrhunskoj razini)

HRT ima uspješan informativni, obrazovni i zabavni program.

Građani mogu utjecati na program HRT-a.

Tvrdnje koje ispituju mišljenje o programskoj raznovrsnosti su:

Program HRT-a ima dovoljno sadržaja posvećenih nacionalnim, vjerskim i drugim manjinama (njeguje pluralizam).

HRT je pristupačan svim dobnim skupinama (dobra pokrivenost signalom; prisutnost na digitalnim platformama)

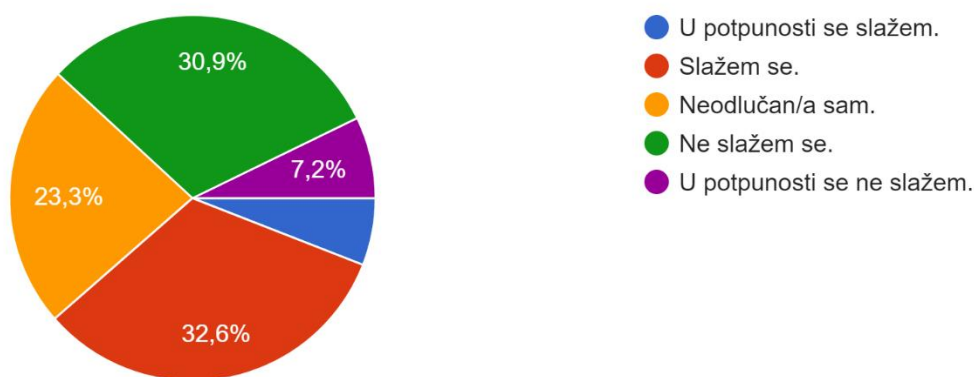
10.4.a Mišljenje o političkom djelovanju HRT-a

Dok je i posljednji dio ankete imao velik postotak neodlučnih studenata u odgovorima, najveće slaganje pokazali su u dijelu koji ispituje političku nepristranost javnog servisa. Gotovo 65%

studentata smatra da je HRT nije transparentan i da je podređen politici. Oko 60% smatra da je HRT u izvještavanju pristran, neslobodan i ovisan o političkim utjecajima.

Zabrinjavajući je podatak da je više od polovice ispitanika svjesno cenzure na javnom servisu (39,7% slaže se da postoji cenzura novinara/sadržaja, a 12,7% u potpunosti se slaže). Od 232 ispitanika samo se dvoje u potpunosti ne slaže da HRT cenzurira svoje novinare ili sadržaj. Također, oko 50% ispitanika smatra da građani ne mogu utjecati na program HRT-a (30% je neodlučnih).

Po pitanju povjerenja u HRT, studenti podijeljeno razmišljaju:



Graf 7: Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju: 'Imam povjerenja u HRT'.

Iz prikaza vidimo da je gotovo jednak postotak ispitanika koji vjeruju HRT-u, kao i onih koji ne vjeruju. 23,3% je neodlučnih, što je vrlo visok postotak ako uzmemo u obzir da su ispitanici budući medijski radnici.

Ako su studenti generalno svjesni političke pristranosti na javnom servisu, kao i mogućeg postojanja cenzure, postavlja se pitanje zašto gotovo 40% studenata navodi da ima povjerenja u HRT?

Odgovor je potencijalno moguće objasniti činjenicom da u hrvatskoj kulturi televizija još uvijek uživa status medija od povjerenja, a posebno u postpandemijsko doba, kada je zabilježen značajni rast gledanosti televizije. „Pandemijsko vrijeme dovelo je do toga da je u 2020. prosječno dnevno vrijeme provedeno uz male ekrane iznosilo četiri sata i 50 minuta, a ono u 2021. četiri sata i 40 minuta“ (Jutarnji list, 2022). Istraživanje metodom 'peoplemetra' tijekom provodio je AGB Nielsen, a podaci kažu da je *share* HTV 1 u gledanosti 2021. godine iznosio 18,6%. To je značajni rast u odnosu na prethodna dva desetljeća. Javni servis tijekom pandemije

igrao je i ulogu glasnogovornika Vlade za sva javnozdravstvena pitanja, a navike gledanja televizije od pandemije su promijenjene.

Zanimljivo je da se rezultati našeg istraživanja donekle podudaraju s podacima Promocije plus, koja svake godine na općoj populaciji ispituje razinu povjerenja u medije. „Od svih ispitanika televiziji vjeruje svaki četvrti ispitanik, odnosno njih 26.5 posto. Nešto je viši postotak onih koji joj ne vjeruju (29.1 posto), a jako je puno onih - više od 43 posto - koji imaju podijeljen odnos prema televiziji“ (Indeks.hr, 2022). Dakle, velik postotak neodlučnih i podijeljenost mišljenja u povjerenju prema televiziji karakteristični su i za opću populaciju, ne samo studente novinarstva.

10.4.b Programska izvrsnog i raznovrsnost HRT-a

Unatoč mogućim političkim utjecajima na HRT, studenti novinarstva javni servis većinski doživljavaju pristupačnim za sve generacije (47% slaže se da je HRT pristupačan svim dobnim skupinama, a 10,2% u potpunosti se slaže). Također, vjeruju i da program HRT-a ima dovoljno sadržaja posvećenih nacionalnim, vjerskim i drugim manjinama, poput specijaliziranih emisija (45,1% slaže se, a 11,8% u potpunosti se slaže).

Više od polovice ispitanika smatra da je informativni, obrazovni i zabavni program HRT-a uspješan (41,9% slaže se, naspram 23,7 % koji se ne slaže).

11. Zaključak

Generalno, studenti novinarstva smatraju da je urednička politika HRT-a pristrana, uz prepoznavanje cenzure na javnom servisu i netransparentnosti u izvještavanju. Studentima javni servis većinski nije prvi izbor poslodavca (78%), a vrlo malo studenata redovito prati informativni program HTV-a (3,9%).

Na listi medijskih kuća putem kojih se studenti primarno informiraju, HRT našao se tek na petom mjestu, što je poražavajući podatak za instituciju javnog servisa.

U otvorenom dijelu ankete, većina ispitanika (78%) navodi da su monotonost programa i podobnost HRT-a vladajućoj stranci glavni razlozi zbog kojih im ta medijska kuća ne bi bila prvi izbor u traženju posla. Mišljenje koje dobro sumira stav većine ispitanika je ispovijest studenta: „Smatram da politika od HRT-a radi više državni medij, nego javni i to mi se ne sviđa jer novinarstvo treba imati svoju slobodu“.

S druge strane, manjak senzacionalizma, ozbiljnost u izvještavanju i preferiranje hrvatskog poslodavca u odnosu na strane medijske kuće privuklo je 22% studenata.

Među studentima novinarstva izražena je i podijeljenost mišljenja o pitanjima kvalitete programa HRT-a. Iako oni ne smatraju da je javni servis predvodnik inovacija u TV industriji, ipak je prevagnuo stav da je informativni, obrazovni i zabavni program HRT-a zadovoljavajući; da je pristupačan svim generacijama, kao i da njeguje pluralizam društva (raznolik program za nacionalne, vjerske i druge manjine).

To je indikator postojanja zdravih temelja za reformu javnog servisa u smjeru transparentnosti, objektivnog izvještavanja i modernizacije programa, što bi posljedično moglo privući mlade stručnjake koji su spremni ulagati u svoju karijeru, obrazovanje i kvalitetan rad HRT-a. Na temelju rezultata istraživanja teško je odrediti budućnost HRT-a, no zasad je sigurno, prema mišljenju budućih novinara, daleko od ideala javnog servisa i predvodnika u industriji – čemu bi svakako trebao težiti.

12. Izvori

Literatura, znanstvena istraživanja, zakoni

Bilić, P., Petričušić, A. (2024). Praćenje medijskog pluralizma u digitalnom dobu : primjena monitora medijskog pluralizma u europskim državama članicama i zemljama kandidatima u 2023. Izvješće za Hrvatsku, EUI, RSC, Research Project Report, Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF), Country Reports - <https://hdl.handle.net/1814/76996>

Bilić, P., Valečić, M. (2023). Praćenje medijskog pluralizma u digitalnom dobu : praćenje medijskog pluralizma u Europskoj Uniji, Albaniji, Sjevernoj Makedoniji, Crnoj Gori, Srbiji i Turskoj u 2022 godini. Nacionalni izvještaj : Hrvatska. EUI, RSC, Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF). Country Report - <https://hdl.handle.net/1814/75717>

Briggs, Asa (1985) *The BBC: A Short Story of the First Fifty Years*. Oxford: Oxford University Press.

Car, Viktorija (2007). Konvergirani javni medijski servis. *Politička misao*, Vol. XLIV, (2007.), br. 2, str. 113–127, Zagreb.

Car, V. (2021). Car, V. i Jurišić, J. (2021). *Medijska agenda 2020.-2030.*

Car, V. ; Osmančević, L. (2021). Redefinicija javnog medijskog servisa i njegova uloga u promicanju medijske pismenosti. *Medijska Agenda 2020.-2030.*

Čuvalo, A., Peruško, Z. (2017). “Ritmovi medijskih generacija u Hrvatskoj: istraživanje repertoara medijskih generacija iz sociološke perspektive.” *Revija za sociologiju* 3 (47): 271–302.

D. Boshnakova i D. Dankova. (2023). *Mediji u istočnoj Europi*. U: S. Papathanassopoulos i A. Miconi. (Ur.), *Medijski sustavi u Europi*. Springer Studije o medijima i političkoj komunikaciji. Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-031-32216-7_7

Donders, Karen (2012). *Javni servis i europska politika*. Vrije Universiteit Brussels; iMinds-SMIT. Brisel.

Galić, M. (2016). *Leksikon radija i televizije*. Drugi izdanje. Naklada Ljevak. Zagreb

Hallin, Daniel; Mancini, Paolo (2004). *Uspoređivanje medijskih sustava – tri modela medija i politike*. Cambridge University Press. Cambridge

Natali Helberger, Kari Karppinen & Lucia D'Acunto (2018) Exposure diversity as a design principle for recommender systems, *Information, Communication & Society*, 21:2, 191-207, DOI: 10.1080/1369118X.2016.1271900

Hume, E. (2011). Uhvaćeni u sredini: Novinarstvo u srednjoj i istočnoj Europi na raskrižju. (Izvešće za Centar za međunarodnu pomoć medijima). Centar za međunarodnu pomoć medijima (CIMA).

Jokoš, I. i Kanižaj, I. (2012). Percepcija novinarske profesije studenata novinarstva i komunikologije na Sveučilištu u Zagrebu. *Medijske studije*, 3 (5), 102-116. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/95271>

Kanižaj, Igor i Car, Viktorija (2015). Hrvatska: Nove prilike za sustavan pristup medijskoj pismenosti, str. 19-38, u: Car, Viktorija, Turčilo, Lejla, Matović Marijana (ur.) *Medijska pismenost-preduvjet za odgovorne medije*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.

Kalamar D. (2015). "Konvergencija medija i transformacija publike", pregledni rad, FERI, Institut za medijske komunikacije, Sveučilište u Mariboru, Maribor, Slovenija

Majstorović, D., Ivanuš, Ž. i Vilović, G. (2022). Novinarska etika u Hrvatskoj: aspekti razvoja kodeksa, obrazovanja novinara i znanstveno-istraživačkog interesa za temu. *Politička misao*, 59 (1), 100-127. <https://doi.org/10.20901/pm.59.1.05>

Majstorović, D., Ivanuš, Ž. i Vilović, G. (2023). Etička orijentacija i profesionalne dileme: Stavovi studenata novinarstva Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. *Medijske studije*, 14 (27), 86-104. <https://doi.org/10.20901/ms.14.27.5>

Mancini, P., & Zielonka, J. (2012). Introduction. *The International Journal of Press/Politics*, 17(4), 379–387. <https://doi.org/10.1177/1940161212452959>

McStay, Andrew (2018). *Emotional AI: The rise of empathic media*. SAGE Publications Limited. London.

Peruško, Z. (2021). Public Sphere in Hybrid Media Systems in Central and Eastern Europe. *Javnost - The Public*, 28(1), 36–52. <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.1861405>

Peruško, Z., Vozab, D. (2017). Izvještaj o digitalnim vijestima 2017: izvori vijesti, povjerenje, polarizacija i korisnici društvenih medija. Analiza na temelju Reuters izvještaja o digitalnim vijestima. Centar za inštraživanje medija i komunikacije (CIM), Fakultet političkih znanosti,

Sveučilište u Zagrebu. <https://cim.fpzg.unizg.hr/2017/06/29/izvjestaj-odigitalnim-vijestima-2017-izvori-vijesti-povjerenje-polarizacija-i-korisnici-drustvenihmedija/>.

Terzis, Georgios (2007). European Media Governance – Nacional and regional dimensions. Intellect Ltd. Bristol.

Vozab, D., Peruško, Z. (2018). “Mediatized Participation in European Media Systems.” Central European Journal of Communication 11 (2/21): 151–165.

Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji. Narodne Novine 137/10, 76/12, 78/16, 46/17, 73/17, 94/18, 114/22, 20/23, 18/24. Na snazi od 14.02.2024.

Zakon o elektroničkim medijima. Narodne Novine 111/21, 114/22. Na snazi od 01.01.2023.

Zielonka, J. and Mancini, P. (2011). Executive summary: A media map of Central and Eastern Europe, Media and Democracy in Central and Eastern Europe. (Report of the Project on Media and Democracy in Central and Eastern Europe). University of Oxford and The London School of Economics and Political Science

Kodeks časti hrvatskih novinara, HND, 2009.

Analiza medijskog sektora u Republici Hrvatskoj. Ministarstvo kulture i medija (2022).

Poveznice

Hrvatska radiotelevizija: Povijest HRT-a. Link: <https://o-nama.hrt.hr/hrt/o-hrt-1-1051>.
Pristupljeno 23. svibnja 2024.

Djeca Medija: Kodeks časti hrvatskih novinara. Link: <https://djecamedija.org/kodeks-casti-hrvatskih-novinara/>.
Pristupljeno: 20. svibnja 2024.

Hrvatsko novinarsko društvo: HND-ovih pet zahtjeva novoj vlasti. Link: <https://hnd.hr/hnd-ovih-pet-zahtjeva-novoj-vlasti>.
Pristupljeno: 20. svibnja 2024.

Dnevnik.hr: Vrhovni sud odgovorio na optužbe HND-a o presudi Hrvoju Zovku.

Link: <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/vrhovni-sud-o-predsudi-hrvoju-zovku-nije-dopustivo-presudu-dovoditi-u-kontekst-rezultata-izbora-ni-tuzba-protiv-novinara---849679.html>.

Pristupljeno: 23. svibnja 2024.

Hrvatsko novinarsko društvo: HRT pravomoćno izgubio spor protiv Hrvoja Zovka zbog njegovih navoda o cenzuri na javnoj televiziji. Link: <https://www.hnd.hr/hrt-pravomocno-izgubio-spor-protiv-zovka-zbog-njegovih-navoda-o-cenzuri-na-javnoj-televiziji>. Pristupljeno: 23.svibnja 2024.

Hrvatsko novinarsko društvo: Presuda Vrhovnog suda protiv Zovka pokušaje je destabilizacije HND-a. Link: <https://www.hnd.hr/hnd-presuda-vrhovnog-suda-protiv-zovka-pokusaj-je-destabilizacije-hnd-a1>. Pristupljeno: 23.svibnja 2024.

Telegram: Bivši i sadašnji novinari HRT-a otkrivaju mučne scene cenzure: 'Plenkoviću sam postavio pitanje koje nisam smio, kažnjen sam'. Link: <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/bivsi-i-sadasnji-novinari-hrt-a-otkrivaju-mucne-scene-cenzure-plenkovicu-sam-postavio-pitanje-koje-nisam-smio-kaznjen-sam/>. Pristupljeno: 23. svibnja 2024.

Hrvatsko novinarsko društvo: HND i SNH pokrenuli akciju „HRT svima, ne samo njima“. Link:<https://www.hnd.hr/hnd-i-snh-pokrenuli-akciju-hrt-svima-a-ne-samo-njima>. Pristupljeno: 23. svibnja 2024.

Nacional.hr: Kako je šefia HRT-ovog informativnog servisa premijeru Plenkoviću unaprijed slala pitanja za intervju.

Link: <https://www.nacional.hr/kako-je-sefica-hrt-ova-informativnog-servisa-premijeru-plenkovicu-unaprijed-slala-pitanja-za-intervju/>. Pristupljeno: 23. svibnja 2024.

Telegram: Smjena Radmana s čela HRT-a i njegov vjerojatni nasljednik top je tema svih medija, a ovo je dvanaest stvari za znati. Link: <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/smjena-radmana-s-cela-hrt-a-i-njegov-vjerojatni-nasljednik-top-je-tema-svih-medija-a-ovo-je-12-stvari-za-znati/>. Pristupljeno: 23. svibnja 2024.

HAKOM: Kako se zaštititi u svijetu interneta i društvenih mreža? Link: <https://www.hakom.hr/UserDocsImages/2020/dokumenti/Hakom-%20brosura%202019-2020.pdf>. Pristupljeno: 23. svibnja 2024.

Jutarnji list: Rekordna gledanost TV-a u Hrvatskoj: Ovu su televiziju Hrvati najviše gledali za vrijeme pandemije. Link: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/rekordna-gledanost-tv-a-u-hrvatskoj-ovu-su-televiziju-hrvati-najvise-gledali-za-vrijeme-pandemije-15170000>
Pristupljeno: 23.svibnja 2024.

Indeks.hr: Istraživanje: Hrvatski najviše vjeruju onome što čuju na televiziji i radiju. Link: <https://www.index.hr/vijesti/clanak/istrazivanje-hrvati-najvise-vjeruju-onome-sto-cuju-na-televiziji-i-radiju/2376324.aspx> Pristupljeno 23. svibnja 2024.

13. Popis priloga

ANKETNI UPITNIK

1. Kojega ste spola

- Muško
- Žensko
- Drugo
- Ne želim odgovoriti

2. Koliko imate godina?

- 18-20
- 21-23
- 24-26
- 27+

3. Koja ste godina studija na FPZG-u?

- Prva
- Druga
- Treća
- Četvrta
- Peta
- Poslijediplomski studij

4. Imate li novinarskog iskustva?

- Nemam nikakvog iskustva
- Imam iskustvo rada u studentskim medijima (Global, Radio Student, TV Student)
- Imam iskustvo dogovorene prakse u medijima u sklopu kolegija (kolegiji TV i Novinska redakcija, praksa na "smjerovima")
- Imam radno iskustvo u medijima (stalni ili povremeni posao, rad na studentski ugovor, volontiranje u medijskoj kući)

5. Koliko imate godina iskustva u medijima? Pribrojite i studentske medije/praksu

- 0-1
- 1-2
- 2-3
- Više od tri godine

6. Koji su vaši planovi nakon završetka studija?

- Rad u novinarstvu
- Rad u PR-u / komunikacijama / marketingu
- Daljnje obrazovanje
- Ne želim se baviti strukom
- Još ne znam

7. Putem kojeg kanala najčešće konzumirate vijesti?

- Televizija
- TV na zahtjev (streaming servisi poput HRTi, VOYO i sl.)
- Novine
- Internetski portali
- Društvene mreže (tiktok, facebook, instagram, youtube)
- Radio
- Drugo

8. Koliko često se informirate o vijestima?

- Svakodnevno
- Nekoliko puta tjedno
- Jednom tjedno
- Nekoliko puta mjesečno
- Rijetko ili nikada

9. Kako pretražujete vijesti? Odaberite način koji najbolje opisuje vaše navike.

- Namjerno i redovito pretražujem vijesti (pregledavam razne portale, tražim emisije na televiziji, čitam različite novine i sl.)

- Rutinski pretražujem vijesti (npr. gledam Dnevnik jednom dnevno; čitam isti portal ujutro ili navečer).
- Pratim društvene mreže medijskih kuća, stoga sam u toku s njihovim objavama.
- Ne pretražujem vijesti namjerno, ali 'scrollanjem' na društvenim mrežama uspijem "uloviti" neke novosti.
- Ostalo:

10. Koja medijska kuća je vaš prvi izbor za praćenje dnevnih aktualnosti?

- HRT
- NOVA TV (televizija, portal Dnevnik.hr)
- RTL (TV i portal)
- STYRIA (portali i novine VL i 24sata)
- HANZA MEDIA (portali i novine Jutarnji list i Slobodna Dalmacija)
- Ostalo:

11. Pratite li informativni program HTV-a? Odnosi se na sve programe Hrvatske televizije

- Da, svakodnevno
- Da, povremeno
- Ne pratim informativni program HTV-a ili ga pratim rijetko

12. Ako ste u prethodnom pitanju odgovorili 'da', molimo da navedete koju informativnu emisiju pratite

13. Da tražim posao u novinarstvu, Hrvatska televizija bila bi moj prvi izbor medijske kuće/poslodavca.

DA

NE

14. Ukratko obrazložite svoj odgovor

15. Smatram HRT prestižnim poslodavcem u novinarskoj struci

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.

- U potpunosti se ne slažem.

16.Smatram da HRT pridaje veliku važnost obrazovanju svojih novinara.

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

17.Smatram da je rad na HRT-u sjajna prilika za profesionalni razvoj nakon fakulteta.

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

18.HRT je u izvještavanju nepristran, slobodan i neovisan od političkih utjecaja

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

19. Uredništvo HRT-a je transparentno i nije podređeno politici.

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

20.Na HRT-u se događa cenzura novinara/sadržaja.

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.

- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

21. HRT se vodi načelom programske izvrsnosti (kvalitetan program, predvodnik u industriji; produkcija programa na vrhunskoj razini)

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

22. HRT ima uspješni informativni, obrazovni i zabavni program

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

23. Građani mogu utjecati na program HRT-a-

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

24. Program HRT-a ima dovoljno sadržaja posvećenih nacionalnim, vjerskim i drugim manjinama (njeguje pluralizam).

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

25. Imam povjerenja u HRT.

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

26.HRT dobro ispunjava ulogu čuvara demokracije u javnom prostoru (istraživačko novinarstvo, objektivno izvještavanje o događajima u politici)

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.

27.HRT je pristupačan svim dobnim skupinama (dobra pokrivenost signalom, prisutnost na digitalnim platformama)

- U potpunosti se slažem.
- Slažem se.
- Neodlučan/a sam.
- Ne slažem se.
- U potpunosti se ne slažem.