

Djeca kao izvori informacija u središnjem informativnom programu javne i komercijalnih televizija

Frančina, Petra

Master's thesis / Diplomski rad

2017

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:114:812489>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-10-26**



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

Petra Frančina

**DJECA KAO IZVORI INFORMACIJA U SREDIŠNJEM
INFORMATIVNOM PROGRAMU JAVNE I
KOMERCIJALNIH TELEVIZIJA**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2017.

Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Diplomski studij novinarstva

**DJECA KAO IZVORI INFORMACIJA U SREDIŠNJEM
INFORMATIVNOM PROGRAMU JAVNE I
KOMERCIJALNIH TELEVIZIJA**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc.dr.sc. Igor Kanižaj

Studentica: Petra Frančina

Zagreb, srpanj 2017.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad *Djeca kao izvori informacija u središnjem informativnom programu javne i komercijalnih televizija*, koji sam predala na ocjenu mentoru doc.dr.sc. Igoru Kanižaju, napisala 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 stekla ECTS bodove.

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

Petra Frančina

Zagreb, srpanj 2017.

Sadržaj

Tablica ilustracija.....	iv
1. UVOD	1
2. IZVORI INFORMACIJA	3
2.1. Djeca kao izvori informacija	4
3. TELEVIZIJA KAO NAUTJECAJNIJI MEDIJ U ŽIVOTIMA DJECE.....	6
3.1. Televizija i televizijske vijesti	6
3.2. Vrijednost vijesti i kriteriji selekcije	8
3.2.1. Skupina informativnih faktora	9
3.2.2. Faktori koji utječu na selekciju vijesti	10
3.3. Javni servis nasuprot komercijalnim televizijama.....	11
4. DJECA I MEDIJI.....	14
4.1. Pravna zaštita djece u medijima	14
4.2. Tematski prikaz djece u medijima.....	17
5. O ISTRAŽIVANJU „DJECA KAO IZVORI INFORMACIJA U SREDIŠNJEM INFORMATIVNOM PROGRAMU JAVNE I KOMERCIJALNIH TELEVIZIJA“	19
5.1. Cilj istraživanja.....	19
5.2. Istraživačka pitanja i hipoteze	19
5.3. Metoda istraživanja i uzorak.....	20
6. ANALIZA REZULTATA.....	22
6.1. Tehničke odrednice priloga o djeci u središnjim informativnim emisijama	22
6.1.1. Pozicioniranje priloga o djeci	23
6.1.2. Oblik televizijskog izražavanja i duljina priloga o djeci	23
6.1.3. Teritorijalna orijentiranost priloga o djeci	24
6.1.4. Informativni faktori unutar priloga o djeci	24

6.2. Prikaz djece u televizijskim priložima.....	25
6.2.1. Tematika priloga o djeci	26
6.2.2. Prikaz djece	30
6.3. Izvori informacija u priložima o djeci	31
6.3.1. Djeca kao izvori informacija.....	31
6.3.2. Ostali izvori informacija	33
6.4. Vrijednosna orijentacija priloga o djeci.....	34
6.4.1. Vrijednosna orijentacija priloga – djeca unutar priloga.....	34
6.4.2. Opća vrijednosna orijentacija priloga	35
7. RASPRAVA	37
8. ZAKLJUČAK.....	39
9. LITERATURA	41
10. PRILOZI	44
Prilog 1: Matrica pitanja	44
11. SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI.....	53
Abstract.....	54

Tablica ilustracija

Grafovi

GRAF 1: Prisutnost djece u televizijskim priložima.....	23
GRAF 2: Kontekst priloga o djeci unutar središnjeg informativnog programa.....	27
GRAF 3: Djeca kao izvori informacija	32
GRAF 4: Ostali izvori informacija.....	33

Tablice

TABLICA 1: Kontekst priloga o djeci unutar središnjeg informativnog programa - pojedinačno po televizijama (%).....	29
TABLICA 2: Usporedba vrijednosnih orijentacija priloga o djeci između televizija.....	36

1. UVOD

Moderno doba u kojem živimo i brojne tehnologije koje su njegovo glavno obilježje, više no ikada prije daju mogućnost svim pripadnicima društva da budu predstavljeni i zastupljeni na društvenoj i medijskoj sceni. Sve više dolazi i do smanjenja razlika između kreatora i konzumenata medijskog sadržaja jer mediji danas nude mogućnost gotovo svima da sudjeluju u stvaranju programa. I dok s jedne strane širenje kritičkog mišljenja javnosti pridonosi unaprjeđenju demokratičnosti neke države, postavlja se pitanje kako ta predstavljenost i zastupljenost izgledaju iz pozicije onih najranjivijih u svakom društvu – djece.

Temeljna načela novinarske struke su objektivno, nepristrano i uravnoteženo izvještavanje. Kako bi se to postiglo, potrebno je prilikom izvještavanja uključiti što je moguće više relevantnih strana. Govorimo pritom o izvorima informacija koji će novinaru omogućiti uravnoteženost i potpunu pokrivenost objavljenog rada. Dosadašnja istraživanja, međutim, pokazuju kako se novinari ne drže propisanih uputa te nerijetko, namjerno ili slučajno, izostavljaju pravo na izražavanje mišljenja marginaliziranim društvenim skupinama. To je najvidljivije kada je riječ o izvještavanju o djeci. I dok je jedne strane prilikom izvještavanja o djeci potrebno voditi posebnu pažnju da se osigura pravo na dostojanstvo i privatnost djeteta, potrebno je ipak omogućiti i njima da sami izraze vlastito mišljenje i iznesu vlastitu stranu događaja.

S druge strane, činjenica je kako medijskim svijetom danas vlada senzacionalizam. „Mediji sve više sliče žutom tisku, a izraz *tabloidizacija vijesti* može se primijeniti i na televiziju i na novine.“ (Perišin, 2010:107) Konkurentska borba, u svojoj težnji za većom gledanošću i profitom, nerijetko se vodi na granici ukusa, etičnosti i zakonskih odrednica, pri čemu se sve češće djeca pojavljuju i predstavljaju kao glavni akteri¹. Također, istraživanja pokazuju kako su „trendovi koji su obilježili devedesete godine prošlog stoljeća i prvo desetljeće 21. stoljeća u Hrvatskoj: tabloidizacija, komercijalizacija, senzacionalizam, objavljivanje neistina i manipuliranje činjenicama, nepridržavanje profesionalnih standarda, narušavanje etičkih normi i gubitak vjerodostojnosti.“ (Kanižaj, Skoko, 2010:22) U takvim situacijama, ponovno, izvještavanje o najranjivijima i najosjetljivijima, izdiže se kao vrlo zanimljivo područje za istraživanje.

¹ dovoljno je samo pregledati naslovnice dnevnih novina; npr. 24sata 14.,18.,19. travnja 2017.

Predmet istraživanja u ovome radu bit će jednomjesečni televizijski sadržaj središnjih informativnih emisija. Promatrat će se zastupljenost djece kao izvora informacija u najgledanijem terminu televizija na hrvatskom tržištu. Neka od ključnih pitanja istraživanja bit će koliko se općenito medijskog sadržaja odnosi na djecu, a potom i daje li se u tim slučajevima djeci mogućnost da izraze svoje mišljenje o određenoj temi ili to netko drugi čini za njih.

Strukturno, rad će započeti prikazom teorija o izvorima informacija, predstavljanjem televizijskog medija i žanra televizijskih vijesti. Kroz definiranje značaja središnjih dnevnih informativnih emisija pa do razlikovanja pojmova i značajki javne i komercijalnih televizija, predstaviti će se i faktori koji utječu na važnost neke vijesti. Tako će se odrediti sadržaji za koje je vjerojatnije da će zauzeti svoj termin u središnjem informativnom programu, kao i dio emisije u kojem će to biti – na početku, sredini ili samom kraju. Nadalje, spomenut će se i zakonska regulativa o obvezama medijskih kreatora kada se radi o izvještavanjima o djeci te će se dati pregled dosadašnjih istraživanja koja su prethodila, i relevantna su, ovom istraživanju. Naposljetku, iznijet će se analiza rezultata provedenog istraživanja.

Kao motivacija za ovu tematiku, poslužilo je istraživanje Lane Ciboci, Hrvoja Jakopovića, Suzane Opačak, Anđelke Raguž te Petre Skelin pod vodstvom Igora Kanižaja o izvještavanju o djeci u 2010. godini u hrvatskim dnevnim novinama, u kojem se htjelo „utvrditi trendove u medijskom izvještavanju te istražiti koliko često dnevne novine krše temeljna dječja prava, a koliko često ih promiču i zauzimaju se za njihovo provođenje i poštivanje u javnosti“ (Ciboci i sur, 2011:105)

Istraživanja o djeci u medijima nisu brojna tako da je svaki doprinos na tom polju veliki korak unaprijed prema razumijevanju medija i medijske predstavljenosti djece danas. Na primjeru gore navedenih istraživanja, uglavnom se govori o zastupljenosti i kontekstu unutar kojeg se medijski izvještava o djeci. Stoga je cilj ovog istraživanja ući dublje u samu tematiku te otkriti koliko se djeci uopće daje pravo glasa u najgledanijem terminu hrvatskih televizijskih medija.

2. IZVORI INFORMACIJA

Novinarski je zadatak svakodnevno informirati javnost. O integritetu i vjerodostojnosti objavljene vijesti ovisi imidž medija, ali i pojedinačnog novinara. Stoga je, prema Kodeksu časti hrvatskih novinara, temeljna zadaća svakog novinara zauzimati se za slobodan protok informacija te osigurati da su informacije koje se iznose točne, potpune i provjerene, a svi relevantni izvori informacija u pravilu navedeni.² (www.hnd.hr, 01.06.2017.)

Upravo su izvori informacija ono što daje vjerodostojnost objavljenom novinarskom radu. Predstavljajući sve strane uključenih aktera u pojedinom događaju, novinar prikazuje neovisnost, nepristranost i uravnoteženost svog djelovanja. Također, prilikom navođenja većeg broja izvora informacija kod izvještavanja, osim što se poštuju temeljna novinarska načela, medijskoj publici omogućuje se i da „sami prosuđuju sve okolnosti događaja“. (Bobić, 1987:23, prema Ciboci i sur, 2011:125) U protivnom bi, tvrdi Ciboci sa suradnicima (2011), „novinarski tekstovi bili nepotpuni, jednostrani i neuravnoteženi.“ (Ciboci i sur, 2011:125) Važno je pritom naglasiti bitnu razliku između navođenja više izvora informacija i navođenja svih relevantnih izvora. Naime, poražavajući su rezultati istraživanja koji pokazuju da novinari u svojoj praksi doista navode veći broj izvora informacija, no oni uglavnom zastupaju samo jednu stranu priče. (Ciboci i sur, 2011:127)

Osim kršenja novinarskih načela, nenavođenje svih strana nekog događaja može dovesti i do drugih negativnih posljedica. Kršenje ljudskih prava jedna je od najvažnijih. Naime, ako pogledamo neke od temeljnih regulacijskih akata koji su na snazi u Hrvatskoj, Opću deklaraciju o pravima čovjeka, Konvenciju o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda, pa čak i sam Ustav Republike Hrvatske, vidjet ćemo da su sloboda izražavanja i mišljenja³, kao i zaštita prava na slobodu, ugled i čast⁴ neka od temeljnih ljudskih prava. Stoga je nužno, da bi se zaštitila prava svih uključenih strana, ali i sam događaj prikazao na istinit način, prilikom izvještavanja inzistirati na vrhunskim praksama struke.

² Kodeks časti hrvatskih novinara, čl.5: „Pravo je i dužnost novinara zauzimati se za slobodan protok informacija. Novinar je obavezan iznositi točnu, potpunu i provjerenu informaciju. On kritički prosuđuje izvore informacija i u pravilu ih navodi. Ima pravo i ne otkriti izvor informacije, ali za objavljeni podatak snosi odgovornost.“

³ Ustav Republike Hrvatske, čl. 38: „Jamči se sloboda mišljenja i izražavanja misli.“

⁴ Opća deklaracija o pravima čovjeka, čl. 12: „Niko na smije biti izvrgnut samovoljnom miješanju u njegov privatni život, obitelj, dom ili prepisku, niti napadajima na njegovu čast i ugled. Svako ima pravo na zaštitu zakona protiv ovakvog miješanja ili napadu.“

2.1. Djeca kao izvori informacija

Da se izvori informacija ne odabiru uvijek prema relevantnosti, možemo vidjeti iz primjera djece. I dok se urednici medija nerijetko djecom služe kao pasivnim akterima, za popunjavanje slikovitih kadrova, u reklamama i zabavnim sadržajima, „u medijima naći dječja mišljenja, njihove stavove o mnogobrojnim pitanjima koja ih se tiču, o ljudima koji ih okružuju“, doista je rijetkost. (Jelavić, 2009:8) Tome svjedoče brojna istraživanja.

Ciboci i suradnici 2010. godine proveli su istraživanje u kojem su djeca bila izvor informacija u samo 7,3% priloga. (Ciboci i sur, 2011:129) Od toga, u svega 5,1% slučajeva bili su glavni izvor informacija. (Ciboci i sur, 2011:133) Jakopović (2011) pak u svom istraživanju navodi kako su djeca u samo 2% priloga bila izvorom informacija. (Jakopović, 2011:183) Nešto viši, no i dalje poražavajući postotci, rezultat su istraživanja provedenih izvan Hrvatske. Oni „pokazuju da se u samo 20% tekstova djeci i mladima daje prilika da budu subjekt, da komentiraju i daju izjave, što je šokantan podatak koji samo potvrđuje da su djeca najtiša populacija u društvu“ (Grossberg, 1994:25, prema Kanižaj, 2009:66)

Da se radi o ozbiljnoj problematici svjedoči i činjenica da se o mladima ipak izvještava, no informacije se traže od drugih sudionika, državnih službenika, ili, najčešće, roditelja. U istraživanju Ciboci i suradnika (2011) najzastupljeniji izvori informacija bili su roditelji (20,2%), policija (11,4%), bolničko osoblje (6,7%) i političari (5,3%). (Ciboci i sur, 2011:131) Stručnjaci se slažu da navođenje roditelja kao glavnih izvora informacija može biti pozitivna, ali i negativna praksa. „Prije svega, njihova formalna uloga kao zakonskih zastupnika djece pretpostavlja da će štiti svoju djecu i djelovati u njihovu interesu. Prema tome, ukoliko samo dijete iz određenih razloga ne može biti navedeno kao izvor informacija, roditelji mogu odigrati pozitivnu ulogu „glasnogovornika djeteta“. (Ciboci i sur, 2011:131) S druge strane, praksa pokazuje da kada je riječ o negativnim pričama u kojima su djeca žrtve, roditelji često, u ranjivim trenucima i u želji da pomognu djetetu, otkriju previše informacija novinarima. To onda može imati dodatne negativne posljedice za dijete, kao što su sekundarna viktimizacija žrtve, tako da dijete ponovno prolazi stresni događaj, ili stigmatizacija, na primjer djeteta-napadača kojom se nehotice prenosi poruka da se nasiljem može postići medijska slava. (Ciboci i sur, 2011:129-147)

Također, zanemarivanje djece kao izvora informacija dovodi do objektiviziranja te ih je, budući da „ne govore i ne daju izjave, najlakše uklopiti u određenu skupinu. Kako napominje

Frost, ona su ili „mali anđeli“ ili „mali vragovi“ (Frost, 2004:65, prema Jakopović 2011:183) što označava da ih se predstavlja ili „kao žrtve ili kao počinitelje kaznenih djela.“ (Jakopović, 2011:183) Problem je pritom što se stvaraju stereotipi o njima u kojima ih se „predstavlja u određenom svjetlu, a ne onako kako ona sebe percipiraju“. (Ciboci i sur, 2011:131)

Da je javnost svjesna situacije, svjedoče brojni primjeri. Za početak, tu su mladi koji i sami „ističu nedostatak prilika da govore o svojim problemima te da se uvaži njihovo mišljenje“ (www.unicef.hr, 01.06.2017.) S druge strane, „rezultati ankete koju je provelo Sveučilište u Leedsu pokazali su da 83% građana smatra da djeca imaju pravo na odgovor, kontrolu onoga što je rečeno i pravo na sprječavanje objavljivanja osobnih informacija kada su dio priče.“ (Frost, 2004:65, prema Jakopović, 2011:183)

Za kraj, postavlja se pitanje zbog čega se onda suočavamo s toliko lošim rezultatima. Ciboci i suradnici (2011) u svom radu ističu kako bi zakonska regulativa mogla biti jedan od razloga da se djeca ne navode kao izvori informacija. Naime, kako kažu, „izvještavanje o djeci uvjetuje veću odgovornost, ali i veće sankcije ukoliko se neprofesionalno pristupa priči.“ (Ciboci i sur, 2011:130) Niže u tekstu navest će se svi relevantni dokumenti kojima se štiti interes djece u medijima. Doista, radi se o velikom broju zakona i pravnih akata. Međutim, iako otegotna okolnost, Ciboci i suradnici (2011), slažu se kako to nipošto ne smije biti „razlog da se djecu aktere događaja ne navede kao izvore informacija.“ (Ciboci i sur, 2011:130)

3. TELEVIZIJA KAO NAUTJECAJNIJI MEDIJ U ŽIVOTIMA DJECE

Da bismo bolje razumjeli navedene negativne trendove izvještavanja o djeci, potrebno je prvo promotriti samu ulogu medija, televizije i televizijskih vijesti u životima ljudi, te posebice u životima djece. Naime, mediji su svakodnevno prisutni u životima ljudi te je utjecaj koji ostvaruju neminovan. Naročito kada govorimo o informativnom programu i rubrikama, kako svojom prisutnošću, tako i sadržajima što ih nude članovima obitelji, oni utječu na stavove ljudi i opće znanje. (Opačak, 2011:85) Nadalje, s porastom broja medija i raznovrsnošću medijskog sadržaja, dodatno se povećavaju utjecaji na obitelj, kako pozitivni, tako i negativni. (Mataušić, 2005:240)

Ako se fokusiramo na djecu i njihove preferencije u odabiru medija, vrlo zanimljivim se čine rezultati studija iz SAD-a i Europe koje dodatno pojašnjava Lemiš (2008). Naime, pokazalo se da „djeca i dalje provode značajno više vremena gledajući televiziju nego što obavljaju bilo koju drugu slobodnu aktivnost; kada im je dosadno ili su usamljena.“ (Lemiš, 2008:15, prema Blažević, 2012:490) I rezultati najnovijih istraživanja provedenih na nacionalnoj razini tijekom 2016. i 2017. godine pod inicijativom Hrabrog telefona i Poliklinike za zaštitu djece i mladih Grada Zagreba, pokazuju da čak 97,2% djece vrtičke dobi svakodnevno gleda televizijski program. (www.metro-portal.rtl.hr, 04.06.2017.) Blažević (2012) je u svom istraživanju također otkrila da je televizija djeci najdraži medij, da ga aktivno prate, a sadržajem su im najdraži crtani filmovi i reklame. (Blažević, 2012:492) Međutim, važno je napomenuti kako rezultati pokazuju da djeca gledaju i program za odrasle, odnosno, žanrove neprimjerene njihovoj dobi, ali ih nisu u mogućnosti razumjeti. (Blažević, 2012:492) Rezultati istraživanja Agencije za elektroničke medije i UNICEF-a (2016) pokazuju da bi razlog tome mogla biti činjenica da u 89% slučajeva djeca prate televizijski program u društvu obitelji. (www.e-mediji.hr, 04.06.2017.) Stoga je nužno, za bolje razumijevanje dosadašnjih rezultata, ali i rezultata istraživanja koje će se predstaviti u nastavku, definirati temeljne značajke televizijskog medija te pokušati objasniti kako je on zauzeo središnje mjesto svakog doma.

3.1. Televizija i televizijske vijesti

Dosad smo spomenuli koliko je televizija prisutna u svakodnevici djece. Jedan od razloga tome leži u činjenici da roditelji često televiziju odabiru kao odgojno sredstvo djece. S druge strane, roditelji kao jedan od glavnih oblika informiranja i dalje koriste televizijske vijesti tako da ni

ne iznenađuje činjenica kako djeca također sudjeluju u tom ritualu. Tako ako pogledamo rezultate istraživanja gledanosti za travanj 2017. godine Agencije za elektroničke medije u suradnji s AGB Nielsenom, možemo vidjeti da se, u dobnoj skupini od 4 godine, na drugom mjestu najgledanijih emisija nalazi upravo središnja informativna emisija, Dnevnik NOVE TV. (www.e-mediji.hr, 04.06.2017.)

Doista, općenito govoreći, utjecaj na društvo koji je televizija stekla, uvelike se može pripisati informativnom programu. To prepoznaju i urednici emisija tako da televizijske kuće ključno značenje u programskoj shemi televizijskih kuća daju televizijskim vijestima. (Perišin, 2010:21) Ako sagledamo ideju da je „glavna uloga televizije da informira, zabavlja i obrazuje“ (Perišin, 2010:72), lako možemo uvidjeti kako se kontekst informativnih emisija uklapa u tu sliku. Svakodnevno možemo primijetiti kako su vijesti uglavnom organizirane tako da počinju izvještajima o najnovijim događajima - informiranje, nastavljaju s otkrićima u tehnologiji ili znanosti - obrazovanje, a završavaju s priložima o toplim ljudskim pričama ili personaliziranim prikazima pozitivnog ili negativnog konteksta – zabava, emocionalni učinak.

Tena Perišin u svojoj knjizi „Televizijske vijesti“, prilikom definiranja pojma vijesti, u velikoj se mjeri oslanja na Fiskea govoreći kako su po njemu „vijesti jedan od najvažnijih žanrova u televizijskom programu i to je razlog zbog kojeg im društvo i sastavljači programskih shema pridaju takvu važnost. “To je žanr visokog statusa“, tvrdi Fiske (2002) i to ne samo zbog svoje proklamirane neovisnosti i poštenja u izvještavanju. To je tipično televizijski žanr i zato što bez velikih napora mobilizira neke od osnovnih karakteristika medija – trenutačnost, segmentaciju, ponavljanje.“ (Fiske, 2002, prema Perišin, 2010:101)

Uz sve navedene karakteristike, vrlo bitna je i odlika neprekidne prisutnosti, navodi Perišin, jer omogućuje gledateljima svake večeri u godini novi informativan sadržaj. (Perišin, 2010:114) To postaje određeni ritual ponašanja. Ako se, stoga, uzme u obzir da se televizija u večernjem terminu uglavnom gleda u društvu cijele obitelji, važnost i utjecaj sadržaja televizijskih vijesti izdiže se iznad pukog televizijskog žanra te postaje vrlo bitna društvena uloga. Pritom se pretpostavlja „da bi televizijski informativni program morao informirati i poučavati javnost, sa stajališta općeg dobra, odnosno javnog interesa.“ (Perišin, 2010:19) Govori se, dakle, o važnosti iznošenja relevantnih činjenica, bez pristranosti i utjecaja političkih ili vlasničkih struktura. Također, „zbog zakonskih odredbi koje ne dopuštaju reklame u sklopu emisije, niti bilo koju formu sponzoriranja ili prikrivenog oglašavanja, od televizijskih vijesti očekuje se da i dalje budu čuvari javnog interesa.“ (Perišin, 2010:99)

Sve u svemu, televizijske su vijesti bitan dio svake programske strukture televizijskih kompanija. Fiske navodi kako je upravo postojanje vijesti na programu dokaz društvene odgovornosti medija. Svaka bi televizijska kuća trebala vijesti kreirati imajući na umu „činjenične informacije koje gledatelji trebaju kako bi bili u mogućnosti sudjelovati u društvenom životu. (Fiske, 2002, prema Perišin, 2010:103) Zauzvrat, pridobit će povjerenje svoje publike, osigurati gledanost te, u konačnici, poboljšati ili održati ugled televizijske kuće u javnosti.

3.2. Vrijednost vijesti i kriteriji selekcije

Budući da je dosad objašnjeno kako su televizijske vijesti bitan izvor informacija za publiku televizijskog medija, potrebno je sagledati za koje je događaje vjerojatno da će naći svoje vrijeme u tom najgledanijem televizijskom terminu. Naime, dnevno se u svijetu dogodi veliki broj događaja. Nerealno je, stoga, uopće zamisliti kako bi to izgledalo kada bi se sve te vijesti uvrstile u raspored jednih središnjih informativnih vijesti. U tom terminu – od 30 do 45 minuta koliko vijesti u prosjeku traju, taj se broj treba ograničiti na njih otprilike 20. Ta važna zadaća u rukama je urednika emisije, a da bi im se olakšalo, primjenjuju se kriteriji koji se u svjetskoj literaturi nazivaju *news values* (vrijednosti vijesti), odnosno, kod nas to je pojam informativne vrijednosti ili informativni faktori. (Stantić, Perišin, 2003, prema Perišin, 2010:124) „Pritom se misli na manje ili više intuitivne pretpostavke novinara o tome što određenu publiku zanima.“ (Perišin, 2010:124) Također, veliku ulogu u odlučivanju koje vijesti uvrstiti, a koje izostaviti, ima i uređivačka struktura unutar pojedinačne televizijske kuće. Tako, na primjer, odluke ovise i o: „vrijednostima same institucije i njezinih prioriteta, orijentaciji ukupnog programa, očekivanja gledatelja, ideoloških stajališta urednika, njihove naobrazbe, klasnog položaja u društvu, odgoja.“ (Perišin, 2010:129-130)

No, bez obzira na očekivanja i osobne preferencije, postoje određene zadaće koje svi, bez iznimke, trebaju ispuniti prilikom odabira vijesti ukoliko žele biti prihvaćeni od strane publike. „Te zadaće mogu se približno opisati kao zahtjev za istinitim, cjelovitim, nepristranim i pravodobnim informiranjem javnosti o činjenicama, događajima i pojavama u zemlji i inozemstvu koje su od javnog interesa.“ (Perišin, 2010:19)

U teoriji novinarstva, govori Perišin, smatra se da novinari ne biraju vijesti proizvoljno, nego na temelju profesionalnih kriterija selekcije vijesti, to jest na temelju informativnih vrijednosti

ili informativnih faktora. „Što je više takvih svojstava prisutno u konkretnom događaju, to je događaj informativno vredniji.“ (Perišin, 2010:21)

Ovu problematiku dublje analiziraju teoretičari poput Erbringa te McQueena. Naime, govoreći o standardima odabira vijesti koje će biti uključene u televizijsku emisiju, nužno proizlazi kako bi svi urednici, neovisno o televizijskim kućama, trebali prepoznati jednake ili slične vrijednosti o ponuđenim vijestima. Stoga bi i same informativne emisije trebale biti sličnog, ako ne i identičnog, sadržaja. No, tu dolazi do sukoba mišljenja. Naime, „neki teoretičari drže da jedino poštivanje profesionalnih kriterija pri selekciji vijesti uvjetuje istovrsnost sadržaja“ (Perišin, 2010:68), dok se s druge strane govori o puno jednostavnijem modelu.

Prvo stajalište zastupa Lutz Erbring uvodeći 1998. godine pojam *konsonancije* u medijima. „Konsonancija podrazumijeva mjeru sadržajne sličnosti skupine istovrsnih medija na nekom prostoru, pa bi visok stupanj konsonancije bio pokazatelj dosljedne primjere profesionalnih postulata, a nizak stupanj dostatan razlog za sumnju da se ti postulati zanemaruju.“ (Perišin, 2010:68) Po njegovom bi stajalištu, stoga, slične informativne emisije različitih televizijskih kuća karakterizirala profesionalna, i univerzalna, primjena kategorizacije informativnih vrijednosti pojedinačnih vijesti. Ukoliko se pak radi o potpuno drugačijim sadržajima informativnih emisija, govorimo ili o pogrešnim tumačenjima informativnih vrijednosti ili o nekim privatnim interesima prilikom selekcije vijesti.

S druge strane, „McQueen drži da sličnost emisija vijesti nije visoka profesionalnost, nego razlog to što televizijske vijesti imaju uglavnom pojednostavljen model onoga što urednici smatraju važnim ili nevažnim, zanimljivim ili nezanimljivim. (McQueen, 2000, prema Perišin, 2010:68) Radi li se o profesionalnosti ili jednostavnosti, odgovori leže samo u rukama urednika pojedinačnih televizijskih kuća. No, analizom sadržaja informativnih emisija, na jednostavan se način može odrediti koliko je informativnih faktora unutar pojedine vijesti.

3.2.1. Skupina informativnih faktora

Kada govorimo o istraživanjima medijskog sadržaja, Tena Perišin u svojoj knjizi „Televizijske vijesti“ navodi određene faktore koji bi se istodobno trebali redovito testirati u istraživanjima informativnih sadržaja (Perišin, 2010:162):

- 1. Važnost/relevantnost/javni interes**
- 2. Utjecaj – veličina događaja, broj sudionika**

- 3. Značenje/blizina/osobna uključenost**
- 4. Napetost – vijest s neizvjesnim ishodom**
- 5. Sukob/kontroverznost**
- 6. Personalizacija**
- 7. Prominencija**
- 8. Neobičnost**
- 9. Novost/pravodobnost**
- 10. Vizualnost**
- 11. Isticanje novinara kao donositelja priče**

3.2.2. Faktori koji utječu na selekciju vijesti

U teoriji novinarstva postoji više različitih kategorizacija faktora koji utječu na selekciju vijesti. Perišin, kao najpoznatiju i najrelevantniju skupinu faktora, spominje onu autora Galtunga i Rugea. Oni razlikuju 12 ključnih faktora (www.galtung-institut.de, 23.05.2017):

F1 Frekventnost/vrijeme događaja

F2 Prag veličine/utjecaj

F2.1 Apsolutni intenzitet

F2.2 Povećanje intenziteta

F3 Jasnoća/nedvosmislenost

F4 Važnost

F4.1 Kulturološka bliskost

F4.2 Relevantnost

F5 Suzvučje/konsonancija

F6 Neočekivanost

F6.1 Neočekivanost/iznenađenje

F6.2 Rijetkost

F7 Kontinuitet izvještavanja/tematizacija

F8 Kompozicija/struktura

F9 Veza s elitnim nacijama

F10 Veza s elitnim osobama

F11 Veza s konkretnim osobama, personalizacija

F12 Negativnost

Kod prosječne se vijesti veliki broj ovih faktora preklapa, a upravo u tome onda i leži sama vrijednost vijesti.

3.3. Javni servis nasuprot komercijalnim televizijama

U prethodnom smo poglavlju predstavili teorijski pregled temeljem kojeg bi se u idealnim uvjetima trebala vršiti selekcija vijesti. To bi onda rezultiralo jednakim vijestima u svim medijima. No dovoljno je pogledati samo nekoliko primjera središnjih informativnih emisija na više televizija, da bi se uočile razlike u izvještavanju o pojedinim događajima. Odgovori na takvu praksu leže u organizacijskoj strukturi medija. Naime, javni servis ima zakonsku obvezu ispunjavati određene uvjete prilikom kreiranja svoje programske strukture. Tako, ako se vratimo na izvještavanje o djeci, dužnost im je „proizvoditi ili objavljivati emisije namijenjene odgoju i obrazovanju djece, mladeži i odraslih te emisije znanstvenog sadržaja.“ (Jelavić, 2009:12) S druge strane, kod komercijalnih medija takva ograničenja ne postoje, stoga je logično očekivati i drugačiji pristup u selekciji vijesti.

Sve ovo rezultira već spomenutim trendovima u izvještavanju. Međutim, komercijalizacija i senzacionalizam, koji teoretski stoje uz opis komercijalnih televizija, imaju puno negativnije posljedice na teret djece. Naime, „motiv zarade u vremenu korporativnog novinarstva najčešće nadilazi etička pravila profesije, čak i onda kada je riječ o djeci.“ (Schor, 2006, prema Zgrabljic Rotar, 2009:34) Rijetkost djece kao izvora informacija već smo spomenuli, a o dodatnim, konkretnim nalazima istraživanja, bit će riječi u sljedećem poglavlju.

Međutim, razlike između javnog servisa i komercijalnih televizija imaju puno dublje korijene. Ako pogledamo u prošlost, sama ideja javnog medijskog servisa javila se u davnim prosvjetiteljskim danima kroz pogled „na javnost i javni prostor u kojemu se odvijala socijalna i politička demokracija.“ (Volčić, 1999:43) Vjerovalo se kako su mediji pritom bili

vrlo važan aspekt jer su imali moć edukacije i širenja demokratskih praksi velikom broju građana. Stoga se, „koncept javne sfere odnosio na arenu, prizorište građanskog diskursa, unutar kojeg su masovni mediji imali središnju ulogu, pa su trebali osiguravati mehanizam za uspostavljanje javnoga dijaloga o pitanjima poslova zajedničkog i općeg značenja.“ (Volčić, 1999:43)

Još je davne 1925. godine „prvi direktor BBC-ja Sir John Reith ustvrdio da je uloga javnog servisa informirati, obrazovati i zabavljati na načelima nepristranosti i ravnoteže.“ (Perišin, 2010:49) Time su oblikovana neka od ključnih načela javnih servisa diljem svijeta. Međutim, Zala Volčić u svom članku „Preživljavanje javne televizije“, priznaje kako su tada donesena načela rezultat onog vremena te su teško primjenjivi danas u istom kontekstu. Suvremeniju definiciju javnog servisa i njegovih načela dao je UNESCO koji govori kako je „javni servis stvoren za javnost, javno je financiran i javnost ga nadzire. On nije niti komercijalan niti državan, slobodan je od političkoga upletanja i od pritisaka komercijalnih sila. Javni servis informira, obrazuje, ali i zabavlja slušatelje i gledatelje. Tek uz osiguran pluralizam, programsku raznolikost, uredničku neovisnost, primjereno financiranje, odgovornost i transparentnost, javni servis može služiti kao temelj demokracije.“ (Car, 2007:114)

Međutim, da je stvarnost danas daleko od gore opisane, slažu se svi teoretičari. Govori se o situaciji kada se svi „elektronički mediji, a osobito oni koji funkcioniraju kao javni servis, suočavaju s mnogim izazovima. Pritisci više ne dolaze samo od političara i vlasti, nego i od tržišta, oglašivača i drugih komercijalnih interesa.“ (Perišin, 2010:19) Također, dolazi i do „optužbi da se javna televizija “sve više komercijalizira” i “stapa” s izborom programa privatnih televizijskih i radijskih društava, pa krši svoju vlastitu programsku obavezu.“ (Hoffman-Reim, 1995, prema Volčić, 1999:46) Sve to rezultira manje kvalitetnim sadržajima s jedne strane, te ekstremnijim prikazom stvarnih ili konstruiranih skandala iz života javnih osoba, kao i intimnih događaja iz života običnih građana koji nerijetko uključuju i korištenje djece za veću vizualizaciju i emociju, s druge strane. (Zgrabljić Rotar, 2009:34)

Nauštrb lošeg položaja javne televizije ide i novi koncept komercijalnih televizija. Dok je u prošlosti, kao sinonim za informativni sadržaj služio isključivo pojam javnog servisa, pojavom komercijalnih televizija i njihovom pristupu kreiranja informativnog programa, došlo je do prave tržišne borbe za gledanost. Još je 1996. godine „Tracy rekao da tvrdnja kako javna televizija nudi program koji ne nude komercijalne televizije, gubi na vjerodostojnosti i

retoričkoj snazi. Paleta žanrova koje nude novi mediji jednaka je, ako ne i šira od onih koje nalazimo u javnim službama.“ (Tracy, 1996, prema Volčić, 1999:52)

Tome svjedočimo i danas svakodnevno. „Komercijalna televizija, kao konkurencija na tržištu, uvelike je utjecala na promjene u programskoj shemi javnih televizija, osobito na sadržaj, vizualnu komponentu i strukturu emisija vijesti, odnosno na cijeli spektar informativnih emisija.“ (Perišin, 2010:18-19) Rezultati istraživanja koji će se kasnije u tekstu navesti, prezentirat će posljedice ovakve pojave na primjeru djece. Ukratko, radi se o prevazi negativnih i senzacionalističkih sadržaja nauštrb novinarske kvalitete medijskog izvještavanja.

Komercijalne televizije u Hrvatskoj pojavljuju se 1992. godine, no samo na lokalnoj i regionalnoj razini. Prvu nacionalnu koncesiju dobila je NOVA TV 2000. godine, a slijedio je RTL 2004. godine (www.min-kulture.hr, 17.05.2017). To su i danas dvije najveće, od ukupno četiri, komercijalne televizije s nacionalnom koncesijom u Hrvatskoj. Njihova pozicija na hrvatskom tržištu može se objasniti kroz mjesečne rezultate gledanosti Agencije za elektroničke medije u suradnji s AGB Nielsenom. Naime, posljednji rezultati iz travnja 2017. pokazuju da su i NOVA TV i RTL po gledanosti iznad javnog servisa u svim dobnim skupinama i svim terminima. Također, u najgledanijih pet emisija, osim u jednom slučaju sportskog događaja, nema nijedne emisije HRT-a već se radi o premoćnoj pobjedi komercijalnih televizija. (www.e-mediji.hr, 04.06.2017.) Ako govorimo o djeci, navedeni popis najgledanijih emisija potvrđuje kako djeca gledaju televiziju s roditeljima. Naime, u prvih deset emisija radi se isključivo o informativnim, zabavnim i sportskim sadržajima⁵, bez ijedne emisije namijenjene isključivo dječjoj dobi. Također, i u njihovom se primjeru potvrđuje veća gledanost komercijalnih sadržaja naspram javnog servisa. (www.e-mediji.hr, 04.06.2017.)

Sve u svemu, ovime se htjela objasniti situacija na televizijskoj sceni u Hrvatskoj danas. Iako bi razlike u programskim strukturama između javnog servisa i komercijalnih televizija trebale biti očigledne, suočavamo se sa sve sličnijim stilom izvještavanja koji svjedoči komercijaliziranosti javne sfere.

⁵ Top 10 najgledanijih emisija u travnju 2017. za dobnu skupinu 4+: 1. SUDBINA – TURSKA DRAMSKA SERIJA (NOVA TV) ; 2. DNEVNIK NOVA TV; 3. TVOJE LICE ZVUČI POZNATO – SHOW EMISIJA (NOVA TV); 4. BOKS - TESKA KATEGORIJA (EUR) – PRIJENOS (JOSHUA - KLICKO) (RTL); 5. TUDI ŽIVOT – TURSKA DRAMSKA SERIJA (NOVA TV); 6. PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI (HTV1); 7. NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA (HTV1); 8. NOGOMET - LIGA PRVAKA – PRIJENOS (BARCELONA - JUVENTUS) (HTV2); 9. DNEVNIK U PODNE (HTV1); 10. MORE - DOKUMENTARNA EMISIJA (HTV1)

4. DJECA I MEDIJI

Do sada se na opsežan način pokušalo predstaviti značenje izvora informacija te mjesta koji mediji, primarno televizija, danas zauzimaju u životima djece kao i kakav utjecaj ostvaruju. Nadalje ćemo u tekstu pokušati dodatno obraditi kako se u cjelokupnu sliku medija uklapaju djeca kroz konkretne rezultate istraživanja medijskog sadržaja. Drugim riječima, cilj je otkriti na koji se način danas izvještava o djeci te koji im se medijski sadržaji nude.

Konvencija o pravima djeteta definira dijete kao „svako ljudsko biće mlađe od 18 godina, osim ako se prema zakonu primjenjivom na dijete punoljetnost ne stječe ranije“ (www.dijete.hr, 01.06.2017.) Brojni autori nazivaju djecu najosjetljivijom i najranjivijom skupinom u društvu (Jelavić, 2007; Gabelica Šupljika, 2009; Ciboci i sur, 2011; Blažević, 2012). Navode kako se u interakciji s njima treba voditi posebna pažnja na način komunikacije i odnošenja. Gabelica Šupljika (2009) navodi kako se djecu ne bi trebalo tretirati kao odrasle u malom jer su ona, osim što su ranjivija, „ograničenija u svojim kapacitetima, iskustvima i mogućnostima sagledavanja posljedica pojedinih postupaka, ovisna o skrbi i potpori odraslih te nesamostalna. (Gabelica Šupljika, 2009:30) Također, svako „neprimjereno izlaganje u medijima moglo bi dodatno traumatizirati i negativno utjecati na njihov razvoj, potaknuti neželjene reakcije okoline, učiniti njihovu intimu dostupnom svima, izložiti ih traumatizirajućem vrednovanju, neugodnim komentarima, a možda i ugroziti njihovu sigurnost.“ (Pravobranitelj za djecu, 2007:135, prema Ciboci i sur, 2011:103) Sve ovo dokaz je koliko je rad novinara s djecom delikatan te koliko su ozbiljne negativne posljedice ukoliko se ne poštuju neka temeljna načela.

4.1. Pravna zaštita djece u medijima

Prije predstavljanja rezultata brojnih istraživanja koji pokazuju na koji način se o djeci danas izvještava, vrlo je bitno da se iznesu neki od najvažnijih dokumenata kojima se pokušava zaštititi interes djeteta na medijskoj sceni.

Ako je suditi samo po dugom popisu pravnih akata, jasno je kako se ovoj tematici u Hrvatskoj, ali i svijetu, pristupa s velikom pažnjom i oprezom kako bi se pokrile sve potencijalno problematične sfere. Tako su samo neki od najvažnijih i najpoznatijih hrvatskih propisa: Zakon o medijima, Zakon o elektroničkim medijima, Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji, Kazneni zakon, Zakon o sudovima za mladež, Prekršajni zakon, Zakon o

obveznim odnosima, Kodeks časti hrvatskih novinara, te međunarodni: Opća deklaracija o pravima čovjeka, Konvencija o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda, te najvažnija, Konvencija Ujedinjenih naroda o pravima djeteta.

Kada govorimo o izvještavanju o djeci, pojam koji se najčešće predstavlja kao najproblematičniji jest pojam prava. Pravobraniteljica za djecu, Ivana Milas Klarić, u svom godišnjem izvještaju za 2016. godinu, dječja prava je podijelila na: osobna prava, prava djece kao članova društvene zajednice, obrazovna prava, zdravstvena prava, socijalna i ekonomska prava, kulturna prava, pravosudno zaštitna prava, sigurnost, nesreće i ugrožavajuće okruženje te diskriminacija. (Pravobranitelj za djecu, 2017) Brojni autori svjedoče u svojim istraživanjima kako se navedena prava u medijima nekontrolirano krše. I sama Pravobraniteljica u godišnjim izvješćima navodi brojne slučajeve. Na primjeru protekle godine, Ured izvještava da je zaprimio „23 prijave koje su se odnosile na povredu dostojanstva i prava na privatnost djeteta u medijima“ (Pravobranitelj za djecu, 2017:131)

Svi se slažu kako su pravo na privatnost i slobodu izražavanja najvažnija prava koja se, naročito u slučaju djece, ne bi ni pod kojim uvjetima smjela kršiti. (Ciboci i sur, 2011:157) Konvencija Ujedinjenih naroda o pravima djeteta, kao najvažniji dokument na globalnoj razini koji na sveobuhvatan način propisuje i jamči zaštitu djece i ostvarivanje svih njihovih prava, definira pravo na privatnost člankom 13⁶. (Jelavić, 2009:8) U njemu se zahtijeva pravo djece na sudjelovanje u medijima, pravo da „bez ograničenja izražavaju ideje posredstvom medija u različitim oblicima – pismeno, usmeno, u umjetničkim formama ili na bilo koji drugi odabrani način, kao i na pravo na zaštitu privatnosti.“ (Zgrabljic Rotar, 2009:36)

Osim već spomenutog članka 38. Ustava Republike Hrvatske koji jamči slobodu izražavanja i mišljenja, u članku 35.⁷ osigurava se svakome i pravo na zaštitu osobnog i obiteljskog života, dostojanstva, ugleda i časti. (www.sabor.hr, 01.06.2017.)

Zakon o medijima⁸ također se dotiče ugleda i časti građana, ali posebice ističe dužnost medija da poštuju privatnost i dostojanstvo djece, mladeži i obitelji. Time se zabranjuje i

⁶ Konvencija Ujedinjenih naroda o pravima djeteta, čl. 13: „Dijete ima pravo na slobodu izražavanja. To pravo mora uključivati slobodu traženja, primanja i širenja informacija i ideja svake vrste, usmeno, pismeno ili tiskom, umjetničkim oblikom ili kojim drugim sredstvom prema izboru djeteta i bez obzira na granice.“

⁷ Ustav Republike Hrvatske, čl. 35: „Svakom se jamči štovanje i pravna zaštita njegova osobnog i obiteljskog života, dostojanstva, ugleda i časti.“

⁸ Zakon o medijima, čl. 16: „(1) Mediji su dužni poštovati privatnost, dostojanstvo, ugled i čast građana, a osobito djece, mladeži i obitelji bez obzira na spol i spolno opredjeljenje. Zabranjuje se objavljivanje informacija kojima se otkriva identitet djeteta, ukoliko se time ugrožava dobrobit djeteta.“

objavljivanje informacija o identitetu djeteta ukoliko bi se time ugrozila dobrobit djeteta. (www.narodne-novine.nn.hr, 01.06.2017)

I HRT kao javni servis mora zadovoljiti interese javnosti te se Zakonom o HRT-u pripisuje potreba da se osigura „odgovarajuću zastupljenost informativnog, kulturnog, obrazovnog i zabavnog sadržaja, a među ostalim, moraju proizvoditi ili objavljivati emisije namijenjene odgoju i obrazovanju djece, mladeži i odraslih te emisije znanstvenog sadržaja.“ (Jelavić, 2009:12)

Naposljetku, značajno je spomenuti i Kodeks časti hrvatskih novinara kojim se daju upute kako postupiti prilikom izvještavanja o djeci. Pritom je bitno napomenuti kako se ne radi o propisu s obvezujućom snagom tako da sve ovisi isključivo o stavu i osjećaju moralne obveze novinara. Jedan od važnijih naputaka koje Kodeks ističe o izvještavanju o djeci sadržan je u članku 19⁹. Naime, novinar ne bi smio intervjuirati, fotografirati niti otkrivati identitet djeteta (do 14 godina) bez njegovog pristanka i bez nazočnosti i pristanka roditelja ili druge odrasle osobe odgovorne za dijete. Pritom se napominje da, čak ako i pristanak postoji, dobrobit djeteta uvijek treba stajati iznad javnog interesa te se izvještavanje mora tome prilagoditi. (www.hnd.hr, 02.06.2017.) Člankom 20.¹⁰ dodatno se pojašnjava pod kojim uvjetima se identitet ipak može otkriti, no bitno je napomenuti kako je to i dalje dozvoljeno samo do određene granice, dobrobit djeteta je uvijek prvi i jedini prioritet. (www.hnd.hr, 02.06.2017.)

Osim navedenih propisa, zaštita dječjih prava, izvještavanje o djeci i njihov općenit prikaz u medijima, tema su brojnih publikacija. Ono što bi im svima mogli proglasiti kao zajedničku odrednicu jest, u suštini, nastojanje da se u stavovima i odlukama urednika i novinara osvijesti činjenica da se radi o ranjivoj društvenoj skupini koja zahtijeva posebnu osjetljivost prilikom rada s njima te da svaka eventualna pogreška može imati ozbiljne posljedice u njihovim životima.

(2) Mediji su dužni poštovati pravo na zaštitu identiteta svjedoka i oštećenika kaznenih djela, i bez njihova znanja i pristanka ne smiju otkriti njihov identitet.

⁹ Kodeks časti hrvatskih novinara, čl. 19: „Novinar ne smije intervjuirati niti fotografirati dijete (do 14 godina) bez njegovog pristanka i bez nazočnosti i pristanka roditelja ili druge odrasle osobe odgovorne za dijete. Ako takav pristanak i postoji, nedopustivo je intervjuiranje ili fotografiranje djeteta kojim bi mogla biti ugrožena njegova dobrobit. Isto vrijedi i za bilo koji drugi postupak kojim se izravno ili neizravno otkriva identitet djeteta. Dobrobit djeteta nadređena je javnom interesu.“

¹⁰ Kodeks časti hrvatskih novinara, čl. 20: „Novinar ne smije otkriti identitet djeteta ili maloljetnika uključenog u slučajevne seksualnog zlostavljanja ili bilo kojeg drugog oblika nasilja ili kaznenog djela, bez obzira je li dijete ili maloljetnik svjedok, žrtva, osumnjičenik ili okrivljenik. Medijski prilozima o takvim slučajevima ne smiju omogućiti identifikaciju djeteta ili maloljetnika. Identitet djeteta ili maloljetnika dopušteno je otkriti samo iznimno, kada je to u javnom interesu i ne ugrožava dobrobit djeteta ili maloljetnika, te uz pristanak roditelja ili skrbnika djeteta ili maloljetnika, ili kada to radi dobrobiti djeteta traže državna tijela.“

Iz svega navedenog, čini se kao da je tematika djece vrlo dobro obrađena i ograđena od svakog mogućeg pokušaja malverzacije. Međutim, praksa se i ovdje pokazuje drukčijom od očekivane. Naime, svi navedeni zakoni i ostali propisi, osim što nude osnove za ostvarivanje prava djece u medijima, čini se kao da ne razmatraju dovoljno dobro sankcije u slučajevima kršenja određenih normi. Barem tako pokazuju primjeri iz svakodnevnog života. Naime, Flego (2011) ističe kako je u dosadašnjim iskustvima iznimno rijetko uočeno da država primjenjuje „najjače mehanizme zaštite prava djece u medijima, te se nakladnici koji ne drže do profesionalnih i etičkih standarda na to uglavnom mogu osloniti, znajući da neće biti sankcionirani za kršenje propisa koji se odnose na zaštitu djece.“ (Flego, 2011:69) Na takve štetne akcije ipak reagira Ured pravobraniteljice za djecu, ali samo upozorenjem medija. Ne čudi, stoga, što to onda uglavnom rezultira samo negiranjem odgovornosti od strane medija te isticanjem kako se radi isključivo o javnom interesu, odnosno kako bi se javnost upozorila o negativnoj društvenoj pojavi. (Flego, 2011:71)

Paradoksalno, upravo se mediji ističu kao jedni od najvažnijih promotora u podizanju javne svijesti o važnosti zaštite dječjih prava. (Flego, 2011:66) Međutim, kako navodi Ciboci sa suradnicima (2011), zbog želje za većom prodajom često se „zanemaruju etička pravila izvještavanja što onda dovodi do kršenja brojnih dječjih prava.“ (Ciboci i sur, 2011:143)

Ostaje stoga za pretpostaviti da će, ukoliko se država i organi vlasti na konkretniji način ne aktiviraju oko rješavanja gorućeg problema kršenja prava djece u medijima, svi navedeni propisi ostati samo mrtvo slovo na papiru, a briga za zaštitu prava djece u medijima biti data na slobodnu volju novinarima i urednicima.

4.2. Tematski prikaz djece u medijima

Dosada se nekoliko puta spominjalo kršenje prava djece u medijima – od prava na privatnost do prava na slobodno izražavanje mišljenja. Bitno je, stoga, detaljnije proučiti o kakvim temama mediji izvještavaju te postoje li uopće pozitivni primjeri izvještavanja o djeci u medijima danas.

U jednom od najvećih istraživanja medijskog sadržaja u Hrvatskoj, Ciboci je sa svojim suradnicima (2011) istraživala trendove u medijskom istraživanju o djeci. (Ciboci i sur, 2011:105) Rezultati su pokazali da su se u 3.453 proučena novinska priloga, kao najzastupljenije teme isticali nesretni slučajevi, i to najčešće prometna stradavanja, zatim

nasilje među djecom i zlostavljanje. (Ciboci i sur, 2011:105) Sve to upućuje na zabrinjavajuću činjenicu da se o djeci u Hrvatskoj uglavnom izvještava unutar priloga negativnog karaktera.

Da se ne radi samo o jedinstvenom slučaju u Hrvatskoj, svjedoče i autorice Korać i Vranješević (2005) koje su istraživale sliku djeteta u medijima u Srbiji. (Zgrabljic Rotar, 2009:36) Njihov zaključak da „slika djeteta u medijima nije samo rijetka nego je i neobjektivna, jer informativni program predstavlja djecu najčešće ili kao objekte pomoći odraslih ili, pak, u negativnom svjetlu, bilo kao žrtve bilo kao počinitelje prekršaja i zločina“ (Korać i Vranješević, 2005, prema Zgrabljic Rotar, 2009:36), uvelike se uklapa i potvrđuje svjetski trend negativnog izvještavanja o djeci.

Također, istraživanja pokazuju da u medijima nedostaje pozitivnih i prosocijalnih sadržaja za djecu i o djeci, (Flego, 2011:66) a upravo su takvi sadržaji ono što djeca najlakše usvajaju i prihvaćaju. (Gabelica Šupljika, 2007, prema Jelavić, 2009:8) Pozitivni primjeri dolaze iz europskih dnevnih novina poput The Guardian, Le Monde, El Paisa, Diario de Noticias i Publica koje se pretežno bave temama vezanim uz obrazovanje djece. (Jakopović, 2011:185) Međutim, Kanižaj (2009) govori da čak i kad postoje pozitivni sadržaji, istraživanja pokazuju da su takve vijesti onda proglašene kao manje važne, odnosno „vrlo će se teško izboriti za prve stranice novina, najgledanije emisije i programe.“ (Kanižaj, 2009:66) Na takvim će se mjestima i u tim terminima češće smjestiti reakcija na neki negativni događaj, nesreću ili incident. (Kanižaj, 2009:66)

Sama djeca priznaju da „bi voljela više pozitivnih vijesti te da se što manje piše o krizi i crnoj kronici“ (www.unicef.hr, 03.06.2017.) Blažević (2012) u svom istraživanju također otkriva da djeca gledaju pozitivne, poticajne i edukativne sadržaje što ukazuje na njihovu potrebu za učenjem te iskazuje znatiželju. (Blažević, 2012:487) Sve to stavlja posebnu zadaću na javne televizije koje u svom djelovanju moraju zadovoljiti i edukativnu ulogu, ali i komercijalne televizije, ukoliko žele zadobiti povjerenje i najmlađih članova društva.

Za kraj, trendovi senzacionalizma i komercijalizma najviše se očituju u prikazima djece u medijima. Od reklamnih sadržaja koji svojom vizualnošću potiču konzumerizam djece i njihovih roditelja, do informativnih emisija koje djecu prikazuju u negativnim situacijama bez da im omogućuju pravo na izražavanje vlastitog mišljenja. Situacija je, stoga, vrlo zabrinjavajuća. Analiza rezultata istraživanja koja slijedi, predstaviti će najnovije rezultate u medijskom izvještavanju o djeci te samim time prikazati postoje li ikakve naznake da se situacija u budućnosti promijeni nabolje.

5. O ISTRAŽIVANJU „DJECA KAO IZVORI INFORMACIJA U SREDIŠNJEM INFORMATIVNOM PROGRAMU JAVNE I KOMERCIJALNIH TELEVIZIJA“

5.1. Cilj istraživanja

Cilj je ovog istraživanja utvrditi u kojoj mjeri hrvatske središnje informativne emisije koriste djecu kao izvore informacija prilikom izvještavanja o njima. Kroz jednomjesečni period istraživanja, od 05.04.2017. do 05.05.2017., htjelo se istražiti koliko se o djeci uopće izvještava te daje li im se pritom prilika da sami budu izvorom informacija ili to drugi čine za njih.

Također, cilj je otkriti i postoje li razlike u izvještavanju između javne i komercijalnih televizija stoga će se uspoređivati Dnevnik 2 s programa HTV1 sa emisijama RTL Sada i Dnevnik NOVE TV. Zadaća je otkriti je li i kakav utjecaj ostvarila prije spomenuta komercijalizacija u javnom programu Hrvatske radiotelevizije. To će nam otkriti podaci o izvještavanju o djeci na HTV1 koje ćemo potom usporediti s onim dobivenim na komercijalnim televizijama za koje se pretpostavlja da se povode senzacionalizmom.

Testirat ćemo i prije predstavljene rezultate o prikazu djece u medijima. Naime, cilj nam je otkriti unutar kojih se tematika uglavnom izvještava o djeci te koji termin im se daje unutar informativne emisije. Za tu svrhu podijelit ćemo emisije na trećine i pretpostaviti da će u prvoj trećini biti predstavljene vrlo bitne vijesti tog dana, u drugoj trećini važne vijesti, ali ne dovoljno relevantne da se stave na početak emisije, a u trećoj trećini one vijesti kojima je primarna uloga zabaviti ili opustiti gledatelja nakon svih važnih vijesti s početka emisije. Također, posebno ćemo istražiti i jesu li vijesti koje se odnose na djecu bile navede u najavi vijesti na samom početku.

5.2. Istraživačka pitanja i hipoteze

Prije samog istraživanja, postavljena su glavna istraživačka pitanja:

Q1. Kako se u hrvatskom središnjem informativnom programu prikazuju djeca?

- U kojoj su mjeri djeca prisutna u središnjem informativnom programu javne, a koliko u programu komercijalnih televizija?

- Jesu li djeca unutar središnjeg informativnog programa prikazani kao aktivni ili pasivni pojedinci?

Q2. U kojem se kontekstu unutar priloga središnjeg informativnog programa govori o djeci – edukacija, nasilje, bolest, neimaština; prilozi pozitivnog ili negativnog konteksta?

Q3. S kvalitativne i kvantitativne strane, postoji li razlika između izvještavanja o djeci između javne i komercijalnih televizija?

Na temelju navedenih pitanja postavljeno je i nekoliko hipoteza. Općenito gledajući, a na temelju dosadašnjeg pregleda literature iz područja izvještavanja o djeci, pretpostavljeno je da u središnjem informativnom programu nema mnogo priloga o djeci. Pritom se misli i na javnu i na komercijalne televizije.

Nadalje, jedna od hipoteza je i kako su, u slučajevima kada se ipak izvještava o djeci unutar središnjeg informativnog programa, djeca u iznimno malom broju slučajeva navedeni kao izvori informacija. Ovdje se pretpostavlja da će, sukladno dosadašnjim trendovima, umjesto djece u najvećem broju priloga govoriti roditelji te službeni izvori. Pritom će se djeca prikazati kao nemoćni i sporedni akteri hrvatskog društva.

Za kraj, što se tiče tematike priloga, ovdje se pretpostavlja da će se na komercijalnim televizijama djeca prikazivati kroz emotivne ljudske priče (o bolesti i neimaštini) dok se na javnoj televiziji prikazuju primarno iz konteksta edukacije. Ovdje se, unatoč dosad iznesenim negativnim trendovima u izvještavanju kod javnih televizija, ipak pretpostavlja da će prilozi u Dnevniku 2 imati pozitivniji karakter izvještavanja o djeci.

5.3. Metoda istraživanja i uzorak

Kao metoda istraživanja, u ovu je svrhu odabrana kvantitativna analiza sadržaja. Naime, Zvonarević (1981) navodi kako je to najprikladnija „metoda za klasificiranje i kvantificiranje raznih verbalnih i neverbalnih poruka u najširem smislu riječi, prema njihovim sadržajnim i formalnim karakteristikama, a u skladu s unaprijed utvrđenim općim pravilima“ (Zvonarević, 1981:148, prema Ciboci i sur, 2011:110) Nadalje, i Lamza Posavec (2006) definira kvantitativnu analizu sadržaja kao „sustavni i objektivizirani postupak koji u većoj mjeri udovoljava kriterijima prave znanstvene metode.“ (Lamza Posavec, 2006:153, prema Jakopović, 2011:173) Tako nam upravo kvantitativna analiza sadržaja omogućava da

izbrojimo slučajeve i u postocima izrazimo pojavnost traženih kriterija te izložimo rezultate o najčešćoj praksi izvještavanja o djeci između javne i komercijalnih televizija.

Kao jedinica analize koristit će se televizijski prilozi unutar središnjih informativnih emisija, Dnevnik 2 na HTV1, RTL Danas na RTL-u te Dnevnik NOVE TV na NOVOJ TV, koji su tematski vezani uz dijete ili predstavljaju dijete kao dio priče. Pritom je bitno napomenuti kako će se iz istraživanja izuzeti prilozi emitirani u dijelu emisije o sportu i vremenu.

Period istraživanja trajat će od 05. travnja do 05. svibnja 2017. godine tako da će se ukupno analizirati 93 središnje informativne emisije (31 emisija Dnevnika 2, 31 emisija RTL-a Danas i 31 emisija Dnevnika NOVE TV). Pojedinačni prilozi kodirat će se pomoću Matrice pitanja (Vidi Prilog 1).

6. ANALIZA REZULTATA

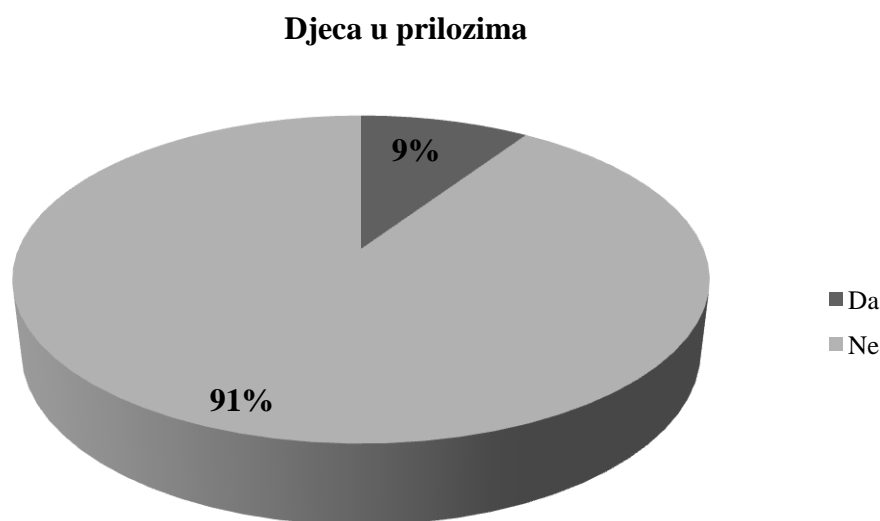
Analizom televizijskih priloga unutar središnjih informativnih emisija javne i komercijalnih televizija, u periodu od 05. travnja 2017. do 05. svibnja 2017. godine, obuhvaćeno je ukupno 1811 jedinica analize raspoređenih unutar 93 emisije. U narednom će se tekstu predstaviti rezultati provedenog istraživanja, a bit će uklopljeni unutar četiri glavne cjeline.

U prvoj će se cjelini prikazati rezultati vezani uz tehničku opremljenost priloga kao što su duljina i grafička oprema priloga, informativni faktor priloga te teritorijalna orijentiranost. Nadalje, konkretizirat će se kontekst pojavnosti djece u priložima kao i na koji se način dijete prikazuje – s otkrivenim ili sakrivenim identitetom. U trećem će se dijelu govoriti o izvorima informacija. U tom će se kontekstu proučiti broj izvora koji se koriste kao i tko su izvori u središnjim informativnim emisijama. Za kraj, izložiti će se rezultati povezani uz vrijednosnu orijentaciju priloga koji se odnose na djecu.

6.1. Tehničke odrednice priloga o djeci u središnjim informativnim emisijama

Istraživanjem je obuhvaćen jednomjesečni period središnjih informativnih emisija te je od ukupno 1811 jedinica analize, tek 9,39%, odnosno 170 priloga, zadovoljilo uvjete za provođenje daljnjeg istraživanja. U tim se priložima tematski govorilo o djeci ili su djeca bila izvor informacija. Kada se analizira pojedinačno po televizijama, na javnoj je televiziji od 611 analiziranih priloga, uvjete istraživanja zadovoljilo njih 49 ili 8,08% što je za 1,31% manje od prosječne vrijednosti. Komercijalna televizija RTL u jednomjesečnom je periodu emitirala 557 priloga, a uvjete istraživanja zadovoljilo je 48 priloga, ili 8,62%. Naposljetku, NOVA TV je emitirala 643 priloga i u njoj se na djecu odnosilo 11,35% jedinica analize, odnosno 73 priloga. Time je završeno istraživanje za 1641 prilog, a u daljnjem je istraživanju obuhvaćeno 170 priloga.

GRAF 1: Prisutnost djece u televizijskim priložima



6.1.1. Pozicioniranje priloga o djeci

Nadalje, istraživanjem se htjelo utvrditi u kojem se dijelu središnje emisije pojavljuju prilogi o djeci. Rezultati pokazuju da se u najavi prikazalo 20 priloga o djeci, odnosno 11,76% od ukupnog broja. Pritom se najveći postotak ukupnih priloga o djeci prikazuje u najavama RTL televizije. Radi se o 7 najava priloga o djeci koji ukupno obuhvaćaju 14,58%. Na javnoj televiziji taj broj iznosi 6, odnosno 12,24% od ukupnog broja analiziranih priloga, a na posljednjem mjestu nalazi se NOVA TV koja, iako je emitirala 7 najava priloga o djeci, s postotkom od 9,59%, nalazi se na posljednjem mjestu.

U prvoj trećini središnjih informativnih emisija, ukupno je prikazano 17 priloga, što odgovara količini od 10%, a u drugoj trećini 18,82%, što su ukupno 32 priloga. Najveći broj priloga, njih 101, odnosno 59,41%, prikazano je u trećoj trećini središnjih informativnih emisija. Ovdje najveći broj otpada na javnu televiziju koja je imala 65,31% priloga o djeci u trećoj trećini. NOVA TV je imala 44 priloga, odnosno 60,27% priloga, a RTL 25, odnosno 52,08% priloga o djeci u trećoj trećini.

6.1.2. Oblik televizijskog izražavanja i duljina priloga o djeci

Kada govorimo o obliku televizijskog istraživanja priloga o djeci koji se emitiraju unutar središnjih informativnih emisija, u ovom se istraživanju pokazalo da je najzastupljenija vrsta *feature* kao vrsta unutar koje se prezentiraju priče koje pobuđuju empatiju gledatelja, informiraju i koje govore o osobama koje, iako nisu poznate, zanimaju ljude. (Perišin,

2010:80) *Feature* se pojavljuje unutar 38,24% slučajeva, a slijedi reportaža s 20,59% pojavnosti unutar uzorka. S 15,89% pojavljuje se i izvještaj što dovodi do gotovo 75% uzorka koji pripada opsežnijim televizijskim oblicima izražavanja. Shodno tome, odgovaraju i rezultati koji pokazuju da se duljina priloga najčešće kreće u vremenskim odrednicama od 40 do 150 sekundi, kao što je u 98 priloga, odnosno 57,65%, te više od 150 sekundi, što je slučaj u 39 priloga, odnosno 22,94% uzorka.

Nadalje, u preostalom dijelu uzorka, pojavljuje se vijest u 5,88% slučajeva te čitana vijest u 4,12%. U 4 priloga, ili 2,35%, radilo se o intervjuu s gostom uživo u studiju, a u 2 priloga, 1,18%, pratili smo javljanje novinara uživo s terena. Za kraj, sukladno broju najava, preostalih 11,76% pripada pregledu vijesti, odnosno montiranom prilogu koji se sastoji od više vijesti. (Perišin, 2010:80) Pritom se u pregledu vijesti prikazuje do 5 vijesti, ali su one za potrebe ovog istraživanja praćene kao jedna cjelina, odnosno ubrojene su kao jedan prilog. Ukoliko se u najavi nalazilo više vijesti koje su se odnosile na djecu, obje su najave izbrojane posebno.

Što se tiče duljine sažetijih televizijskih oblika, u vremenskom formatu od 0 do 15 sekundi smješten je 21 prilog, odnosno 12,35%, a u razredu od 15 do 40 sekundi 12 priloga što ukupno iznosi 7,06% od ukupnog uzorka.

6.1.3. Teritorijalna orijentiranost priloga o djeci

Kada govorimo o teritorijalnoj orijentiranosti, istraživanje je pokazalo da se u hrvatskom središnjem informativnom programu ponajviše govori o djeci u Hrvatskoj. S postotkom od 88,24% tematika priloga o djeci u Hrvatskoj uvelike prednjači pred temama o djeci iz svijeta o kojima je izvještavano u samo 8,24% slučajeva. O djeci u Hrvatskoj se najviše govori na javnoj televiziji, u čak 89,80%, ali i na komercijalnoj televiziji NOVA TV u 89,04% slučajeva. RTL o djeci u Hrvatskoj govori u 85,42% priloga što je i dalje zamjetno više nego o djeci iz svijeta ili djeci općenito.

6.1.4. Informativni faktori unutar priloga o djeci

Prethodno smo u tekstu naveli koje informativne faktore Perišin (2010) spominje kao relevantne prilikom istraživanja televizijskog sadržaja. U provedenom je istraživanju kao najzastupljeniji faktor proglašeno značenje, blizina odnosno osobna uključenost. Perišin (2010) ga objašnjava kao etnocentrični aspekt, dok Galtung i Ruge taj faktor nazivaju i kulturološka bliskost koja se objašnjava važnošću događaja koji se događaju unutar određene

kulture. (Thumver, 1999, prema Perišin, 2010:162) Taj se etnocentrični aspekt pojavljuje u 35,29% priloga o djeci.

Potom slijedi važnost, relevantnost odnosno javni interes koji se objašnjava događajima koji imaju značenje za najširi krug osoba, za javnost općenito i to za njihove vitalne interese. (Perišin, 2010:162) U 26 priloga, odnosno 15,29% slučajeva govorilo se o tematici koja, iako se tiče djece, ima svoj utjecaj i na ostatak društva. Još jedan od važnih faktora koji se učestalo pojavljivao je i sukob odnosno kontroverznost, u 10,59% slučajeva.

Ostali se faktori pojavljuju u manje od 10% priloga. Tako se utjecaj, kao veličina događaja i broj sudionika, te vizualnost priloga pojavljuju u svaki od 8,82% priloga, personalizacija u 7,65%, neobičnost u 4,71%, a napetost u 4,12% priloga. Naposljetku, prominencija i novost odnosno pravodobnost, pojavljuju se u 2,35% slučajeva.

Što se tiče pojedinačnih karakteristika televizija, sve tri imaju ponajveći broja priloga koje zadovoljavaju faktor značenja, blizine odnosno osobne uključenosti. Veće razlike primjećujemo kod javne televizije koja ima gotovo dvostruko više priloga, 16,33%, vezanih uz faktor utjecaja pod kojim podrazumijevamo doseg koji događaj ostvaruje te posljedice koje može ostaviti, ali i broj sudionika. (Perišin, 2010:162) S druge strane, kod javne televizije, naspram komercijalnih televizija, nije zabilježen nijedan slučaj priloga uz koji se veže faktor napetosti.

Nadalje, razlikama svjedočimo kod RTL-a koji ima dvostruko više priloga o sukobima i kontroverznostima, 16,33%, te novostima i pravodobnostima, u 18,75% priloga. S druge strane, NOVA TV prednjači u priložima s personalizacijom kao jednim od glavnih faktora. U 12,33% priloga govori se kroz značajku koja odražava zanimanje za sudbinu drugih ljudi, čak i kad nisu poznate osobe. Priče u kojima se o događaju govori kroz sudbinu pojedinca izazivaju često i snažne osjećaje solidarnosti, ugroženosti, olakšanja i ganutosti. (Perišin, 2010:162)

6.2. Prikaz djece u televizijskim priložima

Nakon što smo utvrdili tehničke odrednice priloga o djeci, vrlo je važno proučiti i kontekst unutar kojeg se o njima govori te na koji se način djeca u priložima prikazuju. Ovaj je dio naročito važan ako se prisjetimo zakonske regulative koja je prije spomenuta. Zaštita privatnosti djece uvijek bi trebala biti prioritet prilikom izvještavanja o njima, a navedeni će

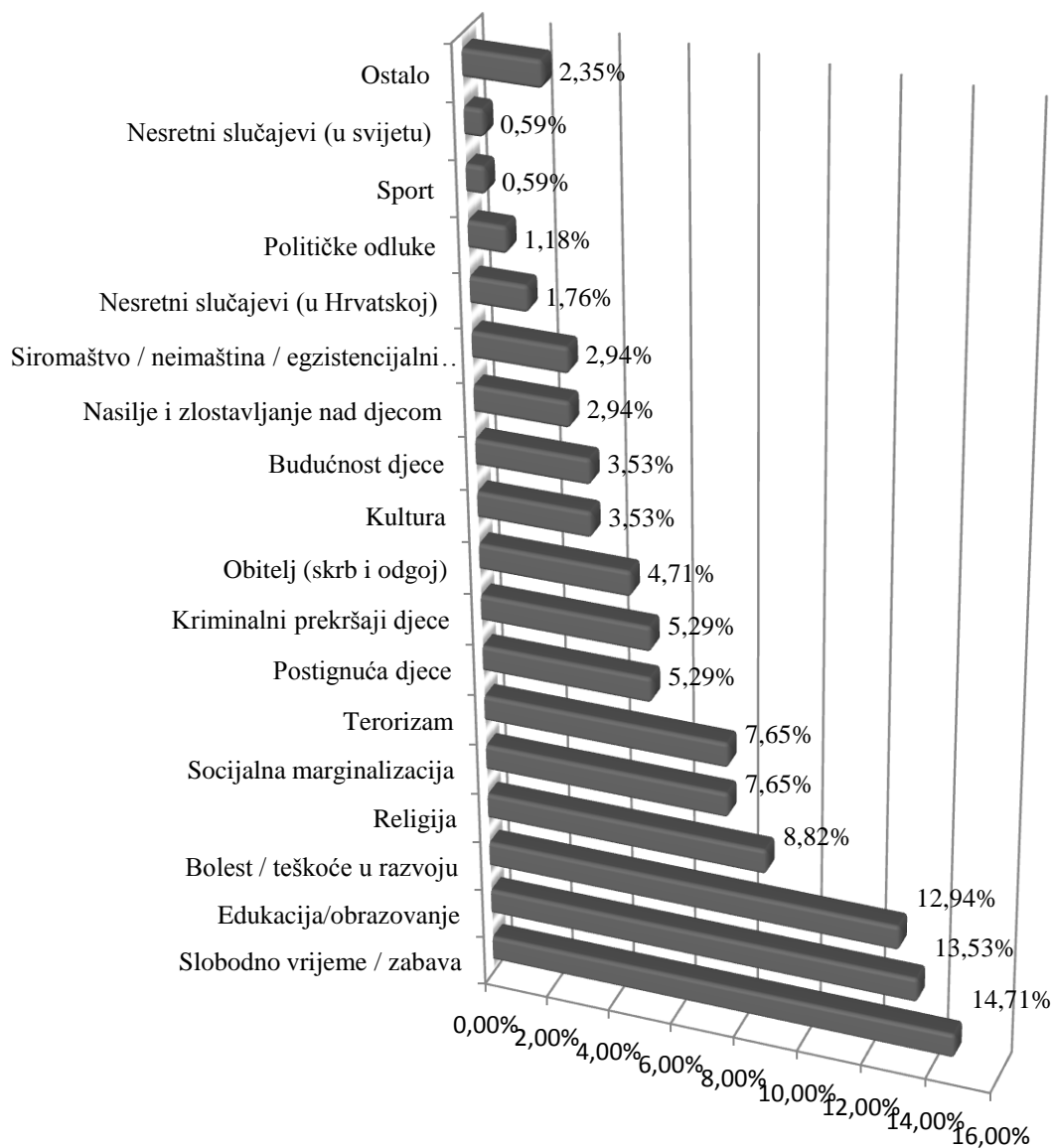
rezultati pokazati u kojoj se mjeri urednici i novinari unutar središnjih informativnih emisija tog pridržavaju.

6.2.1. Tematika priloga o djeci

Prije nego se dotaknemo identiteta, proučit ćemo rezultate koji prikazuju unutar kojeg se konteksta prilozi o djeci prikazuju unutar središnjih informativnih emisija. Za potrebe istraživanja kreirane su 22 tematske odrednice kojima se htjelo pokriti sve sadržaje unutar kojih bi se djeca mogla spomenuti, odnosno koji bi mogli imati utjecaja unutar života djece. U Grafu 2. prikazane su teme koje su se najčešće koristile te je u postocima izražena prosječna pojavnost.

GRAF 2: Kontekst priloga o djeci unutar središnjeg informativnog programa

Kontekst priloga o djeci



Sveukupni rezultati pokazuju kako je najzastupljenija tematika unutar koje se djeca spominju ili pojavljuju unutar priloga središnjih informativnih emisija slobodno vrijeme, odnosno zabava. Pritom se podrazumijevao prikaz djece u izvannastavnim aktivnostima te načinima provođenja slobodnog vremena. Tako se unutar 25 priloga, koji čine 14,71% sveukupnog uzorka, prikazuju djeca koja provode praznike na moru¹¹; djeca koja slobodno vrijeme

¹¹A209, DNEVNIK 2, HRT1, 15.04.2017.

provode igrajući igre na raznim tehnološkim uređajima¹²; djeca koja borave u prirodi i bave se istraživanjem lokalnih nalazišta¹³ ili važnosti očuvanja prirodnih bogatstava¹⁴.

Druga po zastupljenosti, pojavljuje se tematika edukacije. Pritom u 23 priloga, koji obuhvaća 13,53% uzorka, pronalazimo teme koje se vežu uz obrazovanje, kao što su priloga koji su se bavili problematikom mature za učenike srednjih strukovnih škola¹⁵; prikaz dana otvorenih vrata fakulteta za učenike srednjih škola¹⁶; ali i protokolarne aktivnosti političara vezanih uz školstvo u Hrvatskoj¹⁷. Pritom je bitno napomenuti kako je ovolikom postotku bitno doprinijela komercijalna televizija NOVA TV koja je ususret lokalnim izborima provodila seriju reportaža „U Vašem gradu“ gdje je javnost upoznavala sa situacijom u pojedinim dijelovima Hrvatske. Tako je NOVA TV imala ukupno 11 priloga koja su pripadala u kontekst edukacije, a od toga je čak njih 7 bilo unutar serijala „U Vašem gradu“ gdje se, između ostalog, raspravljalo o mogućnostima obrazovanja predškolske i školske edukacije djece¹⁸.

Još jedna od vrlo aktualnih tema je i prikaz djece kroz bolesti i teškoće u razvoju. U 22 priloga, 12,94%, govorilo se tako o transplantacijama kod djece¹⁹, bolestima djece²⁰ te rehabilitaciji djece unutar ustanova uz pomoć terapijskih pasa²¹. Bitno je pritom napomenuti kako se o bolestima djece govori s negativnog, ali i pozitivnog konteksta, ali o tome će više riječi biti u posljednjem dijelu ove analize kada ćemo se baviti vrijednosnom orijentacijom.

Ako pogledamo Tablicu 1. vidljivo je kako je tematika priloga pojedinačno po televizijama raspoređena u ponešto drugačijem redoslijedu. Kod javne televizije i komercijalne televizije NOVA TV, navedene su tri tematike među najzastupljenijima. Kod RTL televizije, zastupljeno je nekoliko različitih tema. Tako primjerice podjednako, u 14,58% slučajeva, RTL govori o religiji i bolestima kod djece. Ovdje je bitno napomenuti kako se u navedenom periodu istraživanja obuhvaćen najveći kršćanski blagdan, Uskrs, tako da je velik broj priloga

¹² A521, DNEVNIK 2, HRT1, 01.05.2017.

¹³ B90, RTL DANAS, RTL, 09.04.2017.

¹⁴ C339, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 22.4.2017.

¹⁵ A385, DNEVNIK 2, HRT1, 23.04.2017.

¹⁶ B338, RTL DANAS, RTL, 22.04.2017.

¹⁷ A292, DNEVNIK 2, HRT1, 19.04.2017.; C281, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 20.04.2017.

¹⁸ DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV: C206, 16.04.2017.; C228, 17.04.2017.; C266, 19.04.2017.; C312, 21.04.2017.; C353, 23.04.2017.; C400, 14.4.2017., C575, 02.05.2017.

¹⁹ A150, DNEVNIK 2, HRT1, 12.04.2017.; B203, RTL DANAS, RTL, 16.04.2017.

²⁰ A557, DNEVNIK 2, HRT1, 02.05.2017.; B76, RTL DANAS, RTL, 09.04.2017.

²¹ C449, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 26.04.2017.

bio o običajima proslave Uskrsa²². Također, naspram ostalih televizija, RTL prednjači u priložima s tematikom terorizma (12,50%)²³.

TABLICA 1: Kontekst priloga o djeci unutar središnjeg informativnog programa - pojedinačno po televizijama (%) (N=170)

	HRT	RTL	NOVA TV
Nesretni slučajevi (u Hrvatskoj)	4,08	2,08	0
Nesretni slučajevi (u svijetu)	0	0	1,37
Terorizam	4,08	12,5	6,85
Nasilje i zlostavljanje nad djecom	2,04	2,08	4,11
Kriminalni prekršaji djece	8,16	6,25	2,74
Edukacija/obrazovanje	16,33	8,33	15,07
Siromaštvo / neimaština / egzistencijalni problemi djece	0	2,08	5,48
Bolest / teškoće u razvoju	12,24	14,58	12,33
Obitelj (skrb i odgoj)	0	8,33	5,48
Slobodno vrijeme / zabava	10,2	12,5	19,18
Sport	0	0	1,37
Kultura	8,16	4,17	0
Postignuća djece	6,12	0	8,22
Socijalna marginalizacija	4,08	10,42	8,22
Političke odluke	2,04	0	1,37
Religija	10,2	14,58	4,11
Budućnost djece	8,16	2,08	1,37
Ostalo	4,08	0	2,74

Sve u svemu, vidljivo je kako su trendovi odabira tematike priloga podosta različiti. Dok se u najvećem dijelu radi o televizijskom pokrivanju događaja slične tematike, ipak postoje vidljive razlike prilikom izvještavanja unutar programskih struktura televizija.

²² RTL DANAS, RTL: B106, 12.04.2017.; B120, 12.04.2017.; B161, 14.04.2017.

²³ RTL DANAS, RTL: B1, 05.04.2017.; B9, 05.04.2017.; B43, 07.04.2017.; B196, 16.04.2017.

6.2.2. Prikaz djece

Ovim je istraživanjem obuhvaćen uzorak unutar kojeg se prilog tematski odnosi na dijete ili se u prilogu pojavljuje dijete kao aktivan sudionik. U navedenih 170 priloga koji su udovoljili tom uvjetu, nadalje je provedeno istraživanje na koji su način djeca prikazana. Prvenstveno su prilozima podijeljeni na one koji prikazuju djece te one unutar kojih se dijete ne prikazuje. U ukupnom uzorku, djeca su prikazivana u 141 prilogu, odnosno 82,94% uzorka. Iz toga slijedi da u 17,06% slučajeva dijete nije dijelom priloga.

Međutim, ako rezultate raščlanimo na tri televizije, tu je vidljivija značajnija razlika. Naime, jedino se RTL, sa 81,25% priloga koji prikazuju djecu, nalazi približno prosječnom prikazu. Javna televizija HRT prikazuje djecu u manjem broju slučajeva, u njih 77,55%, dok prednjači NOVA TV koja djecu prikazuje u čak 91,78% priloga.

Shodno tome, bilo je bitno istražiti i, ukoliko se dijete prikazuje, je li mu lice zamagljeno ili je ono prikazano. Rezultati pokazuju da je lice djece bilo prikazano u 127 priloga što obuhvaća 74,74% uzorka, a zamagljeno je u 13 priloga, odnosno 7,65% slučajeva. Iza zamagljenih ili prikrivenih lica djece, kriju se prilozima o djeci migranata i izbjeglica²⁴, sirijskih stradavanja²⁵ te djece u bolnicama²⁶. Pritom ovi rezultati odgovaraju trendovima prikazivanja kod sve tri televizije.

Iz navedenog, međutim, nije jasno je li lice nekog djeteta trebalo ostati sakriveno, to jest, je li prikazano lice djeteta koje je možda trebalo biti zamagljeno. Zbog toga je u istraživanje uklupljen i taj kontekst. Naime, kada govorimo o zaštiti identiteta, rezultati pokazuju da je u navedenom uzorku identitet zaštićen u 60,59% slučajeva. Što se pak tiče nezaštićenog identiteta, on je u 32,35% priloga prikazan u afirmativnom kontekstu. Tako smo u istraživanju između ostalog, „upoznali“ Alena Sabadoša, slavodobitnika „Male alke Vukovarke“²⁷, Reu Korpar, srednjoškolku koja se veseli upisu Medicinskog fakulteta²⁸ te Alberta Gajšaka koji je izumio popularnu igraču konzolu²⁹.

S druge strane, iako mali broj od samo 7,06% uzorka, zabrinjavajuća je pojavnost priloga unutar kojih se radi o nezaštićenom identitetu u negativnom kontekstu. O opasnosti otkrivanja

²⁴ B196, RTL DANAS, RTL, 16.04.2017.

²⁵ C30, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 06.04.2017.

²⁶ B203, RTL DANAS, RTL, 16.04.2017.; C145, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 12.04.2017.; A150, DNEVNIK 2, HRT1, 12.04.2017.

²⁷ A305, DNEVNIK 2, HRT1, 19.04.2017.

²⁸ B338, RTL DANAS, RTL, 22.04.2017.

²⁹ C329, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 22.04.2017.

privatnosti djeteta kao i mogućim posljedicama, dosad je bilo riječi u tekstu. Navedeno istraživanje pokazuje kako kod javne televizije nije zamijećeno negativno otkrivanje dječjih identiteta. Kod komercijalnih televizija prednjači NOVA TV, koja je u 8 priloga (10,95%) otkrila identitet djeteta kada to nije bilo nužno potrebno. Tako smo upoznali Leu iz Garešnice koja „bi željela ići u vrtić“ i tamo se igrati, ali ne može jer nema dovoljno mjesta u vrtićima³⁰. Nadalje, obje su televizije kroz nekoliko dana pratile priču jedanaestogodišnjeg Adama Kadaića iz Gradišta kraj Županje koji pati od Downovog sindroma i svećenik mu je branio da primi sakrament prve pričesti zajedno s drugim učenicima.³¹ Obje su ove priče, kao i druge nespomenute, mogle problematiku obraditi ne navodeći identitet djeteta. Naime, iako im direktno ne štete, naknadne posljedice, kao što su stvaranje predrasuda ili osude od strane vršnjaka, mogu biti jednako štetne za djecu.

6.3. Izvori informacija u priložima o djeci

Polazna je točka ovog istraživanja bila utvrditi pojavljuju li se djeca u središnjim informativnim emisijama kao izvori informacija. Već smo ranije naveli koliki je značaj izvora informacija unutar novinarskog priloga te koliko je važno za dijete da ima priliku iznijeti vlastito mišljenje i stajalište o temi koja ga se izravno tiče.

U provedenom je istraživanju otkriveno da su djeca govorila unutar priloga u 42,94% slučajeva, odnosno u 73 priloga. Pritom su djeca najrjeđe govorila u središnjim informativnim emisijama RTL-a (37,50%), potom HRT-a (44,90%), a najviše u emisijama NOVE TV (45,21%). To dokazuje da djeca, u više od 55% priloga koji se tematski odnose na njih ili ih se prikazuje kao potencijalno aktivne sudionike, ne dobivaju pravo na izražavanje mišljenja u hrvatskom informativnom programu. Pritom najlošije rezultate ima RTL koji u čak 62,50% priloga o djeci samu djecu ne pita ništa.

6.3.1. Djeca kao izvori informacija

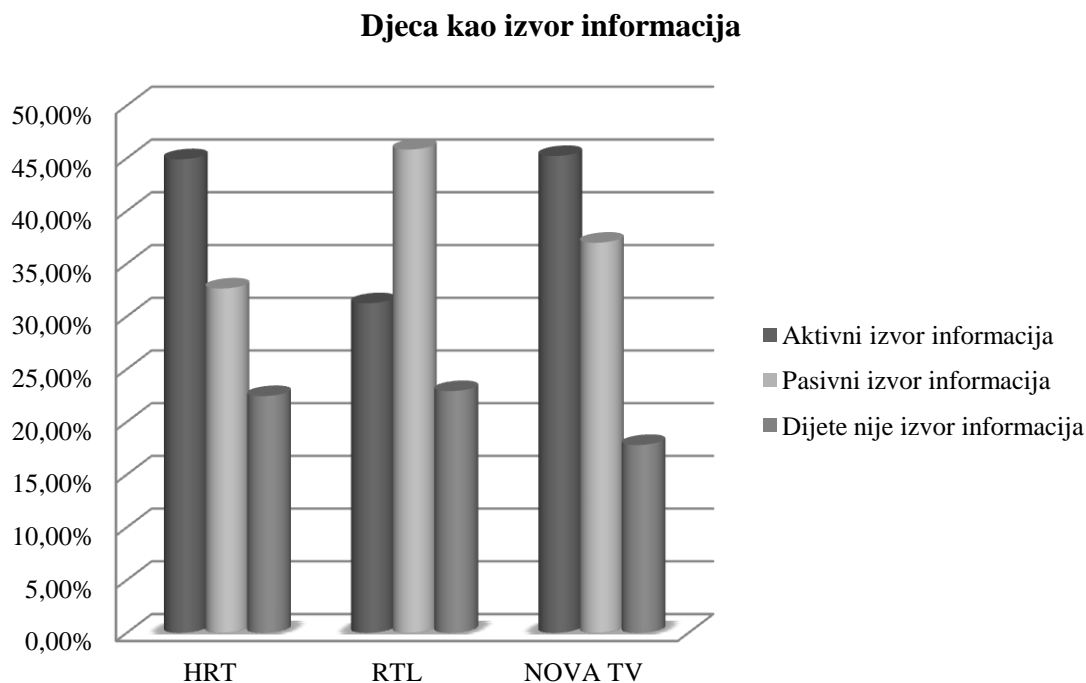
Rezultati provedenog istraživanja pokazuju da su djeca u središnjem informativnom programu javne i komercijalnih istraživanja prisutna kao aktivni izvor informacija u 41,18% slučajeva, odnosno u ukupno 70 priloga. S druge strane, u 65 priloga (38,24%) djeca su prisutna, ali samo kao pasivni izvori informacija. To znači da je dijete prisutno u prilogu koji se odnosi na

³⁰ C451, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 26.04.2017.

³¹ DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV: C512, 29.04.2017.; C525, 30.04.2017.; C559, 02.05.2017.; C570, 02.05.2017.; RTL DANAS, RTL: B454, 28.04.2017.

njega, ali ne izriče eksplicitno svoje mišljenje već to netko drugi čini za njega. Naposljetku, u 20,59% uzorka dijete nije izvor informacija, odnosno uopće se ne prikazuje u prilogu.

GRAF 3: Djeca kao izvori informacija



Ako pogledamo pojedinačne rezultate televizija u Grafu 3, uočavamo da se javni servis HRT nalazi blizu prosječnih vrijednosti. Naime, djeca su aktivni izvor informacija u 22 priloga (44,90%), pasivni izvor informacija u 16 priloga (32,65%), a nisu izvor informacija u 11 priloga (22,45%).

Slične vrijednosti ima i NOVA TV koja navodi dijete kao aktivni izvor informacija u 33 priloga (45,21%), pasivni izvor informacija u 27 priloga (36,99%), a nisu izvor informacija u 13 priloga (17,81%).

Ponešto drugačiju sliku daje RTL kod kojeg prednjače djeca kao pasivni izvor informacija i to u 45,83% slučajeva. Kao aktivni izvor informacija pojavljuju se u 31,25% priloga, a nisu izvor informacija u 22,92% uzorka.

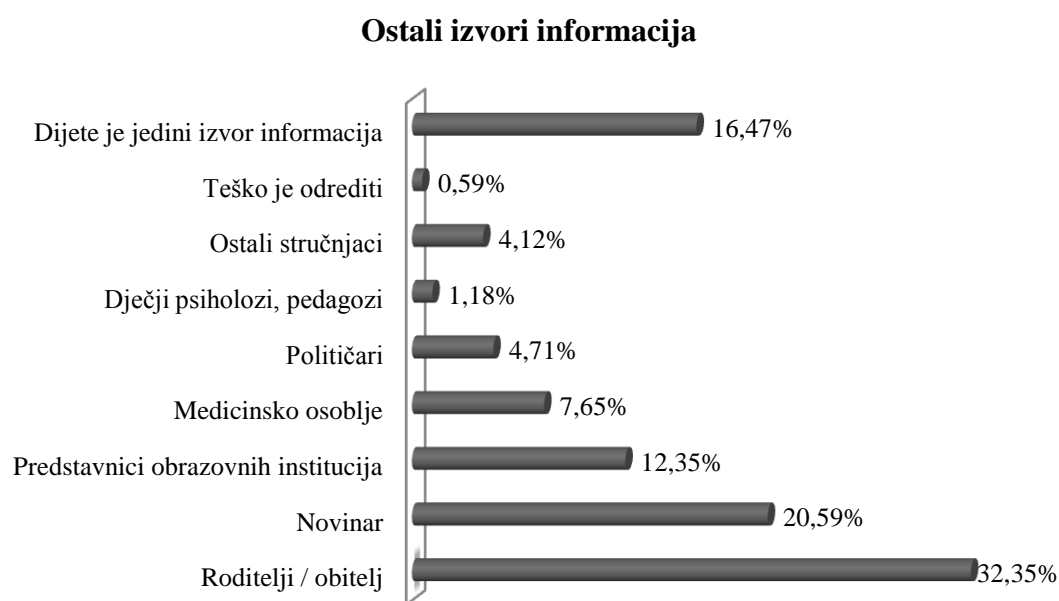
Nadalje, ako promotrimo broj djece koja se pojavljuju kao izvori informacija, u aktivnom ili pasivnom obliku, rezultati istraživanja pokazuju da se pritom najčešće radi o većem broju djece, odnosno troje ili više djece čini ukupno 32,94% od ukupnog uzorka. Potom se s 30% pojavljuje jedno dijete kao izvor informacija, a dvoje djece prisutno je u 16,47% priloga. Takvu praksu slijede i HRT i RTL, a NOVA TV ima veći broj priloga s jednim djetetom kao

izvorom informacija (36,99), potom troje ili više djece u 24,66% priloga i za kraj, 20,55% priloga sa dvoje djece kao izvorom informacija.

6.3.2. Ostali izvori informacija

Što se tiče ostalih izvora informacija, istraživano je tko još, uz djecu ili umjesto djece, daje novinarima važne informacije relevantne za dijete (Vidi Graf 4). Pritom su se u obzir uzimale osobe koje su govorile isključivo u ime djeteta, a ne samo osobe koje su bile općenit izvor informacija.

GRAF 4: Ostali izvori informacija



Kao što smo i prije u tekstu naveli svjetske trendove, i u ovom istraživanju u većini slučajeva umjesto djece govore njihovi roditelji i najbliža obitelj. U slučaju HRT-a to je u 28,57% priloga, na RTL-u 31,25%, a na NOVOJ TV u 35,62% priloga. Potom slijede novinari koji također u velikom broju slučajeva prenose informacije umjesto djece. Najveći postotak novinara kao izvora informacija nalazimo kod RTL-a (25%), potom NOVE TV (19,18%), a najmanji je broj slučajeva na HRT-u (18,37%). Tek nakon toga slijede predstavnici obrazovnih institucija, medicinsko osoblje te političari i ostali stručnjaci.

Zanimljiva je činjenica i da su djeca jedini izvor informacija u 16,47% slučajeva. Kod NOVE TV taj postotak je i znatno veći (23,29%). Na RTL-u djeca su jedini izvor informacija u 12,50% priloga, a na HRT-u u 10,20%.

6.4. Vrijednosna orijentacija priloga o djeci

Naposljetku, promotrit ćemo u kojem se kontekstu govori o djeci kada je riječ o vrijednosnoj orijentaciji. Prije analize rezultata, ovdje je bitno napomenuti kako je zamijećeno da se unutar nekog priloga sama djeca prikazuju unutar određenog konteksta, a da je cjelokupna vrijednosna orijentacija priloga potpuno drugačija. Također, kada se radi o opsežnim televizijskim oblicima, zamijećeno je da prilog može imati u sebi pozitivan ili negativan kontekst, ali da opet cjelokupno može biti potpuno suprotno vrijednosno orijentiran

6.4.1. Vrijednosna orijentacija priloga – djeca unutar priloga

Ako se orijentiramo samo na djecu te u kojem su kontekstu prikazana unutar istraživanih priloga, rezultati pokazuju kako je to u 44,71% priloga u afirmativnom kontekstu. Pritom se o djeci govori s pozitivnog aspekta, navode se njihova uspješna dostignuća ili ih se prikazuje u pozitivnom okruženju. Takav je slučaj kod svih triju proučavanih televizija. Tako smo na primjeru negativne prirode, kao što su bolesti ili teškoće u razvoju, svjedočili uspjesima medicine i doktora koji su omogućili djeci rođenoj s rascjepom usne i nepca da se nastave svoj život normalno kao i sva druga³², kao i trogodišnjakinji kojoj je uspješno operiran tumor na mogu i dana joj je nova prilika za život³³. S druge strane, bilo je tu i potpuno pozitivnijih priča kao što je uspjeh mladih na svjetskom prvenstvu u kickboxingu³⁴ te kako su se u osnovnoj školi Mladost, u Jakšiću pokraj Požege, učenici uključili u projekt „Bonton u školi“³⁵.

S druge strane, u 79 priloga, odnosno u 46,47% priloga o djeci se govori s negativnog aspekta, opisuje se nesretan događaj ili djecu kao žrtve. Tako smo u istraživanju, između ostalog, mogli vidjeti težinu života i mogućnosti obrazovanja za djecu Rome³⁶ i djecu u SOS Dječjim selima Lekenik i Vladimirevci³⁷; saznati podatak da djeca u sve većem broju slučajeva konzumiraju drogu i druge opojne tvari³⁸ te da će i dalje velik broj djece u Hrvatskoj biti gladno za blagdane³⁹.

³² C405, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 14.04.2017.

³³ B203, RTL DANAS, RTL, 16.04.2017.

³⁴ C558, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 01.05.2017.

³⁵ A500, DNEVNIK 2, HRT1, 29.04.2017.

³⁶ A78, DNEVNIK 2, HRT1, 08.04.2017.

³⁷ C359, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 23.04.2017.

³⁸ A347, DNEVNIK 2, HTV1, 21.04.2017.; C313, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 21.04.2017.

³⁹ C182, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 15.04.2017.

Ovdje primjećujemo ponešto drugačije vrijednosti pojedinačno kod televizija. Dok na RTL-u broj priloga negativnog konteksta čini 50% svih slučajeva, a na NOVOJ TV 49,32%, na HRT-u je taj broj dosta manji te iznosi samo 38,78% slučajeva. Time uočavamo kako jedino javni servis HRT ima veći broj priloga koji su pozitivnog konteksta.

6.4.2. Opća vrijednosna orijentacija priloga

U konačnici, ako pogledamo opću vrijednosnu orijentaciju priloga unutar kojeg se pojavljuju djeca, ovdje je prilikom istraživanja postavljeno nekoliko kategorija. Osim pozitivne i negativne, nadodane su i potkategorije.

Tako u 38 priloga (21,18%) nailazimo na isključivo pozitivni kontekst. S druge strane, u 45 priloga (26,47%) govorimo o prilogu pozitivnog konteksta, koji završava pozitivnim tonom, ali unutar sebe obrađuje neku negativnu pozadinu. Tako smo na primjer vidjeli prilog o učenicima strojarske škole koji su osmislili pomagalo za osobe s posebnim potrebama.⁴⁰ Ovdje je negativna tema teškoća u razvoju uklopljena u vrlo pozitivan kontekst.

Isključivo negativne priloge nalazimo u 44 slučaja (25,88%), a negativne priloge koji ipak spominju neki pozitivni kontekst u 31 slučaju (21,76%). Ovdje kao primjer možemo navesti obitelj Burić koja je prikazana u prilogu NOVE TV kao jedna od obitelji koja će u Hrvatskoj ostati gladna za nadolazeći Uskrs⁴¹. Iako se nadalje u priči prikazuju akteri priče kod kojih će situacija biti mnogo pozitivnija, prilog se u konačnici ponovno vraća na problematiku gladi kod spomenute obitelji.

Ako pak generaliziramo rezultate, prilozima pozitivne tematike pojavljuju se u 47,65% slučajeva, dok su negativni prisutni u 47,64% slučajeva što dovodi do gotovo izjednačenog rezultata. Neutralnim je proglašeno 4,12% priloga, dok je za 0,59% priloga bilo teško odrediti o kojoj se vrijednosnoj orijentaciji radi.

Ako usporedimo pojedinačne rezultate (Vidi Tablica 2), vidjet ćemo da HRT s 51,02% pozitivnih priloga i 42,87% negativnih priloga ima ponešto pozitivniji kontekst priloga o djeci. Također, i NOVA TV ima više pozitivnih (47,95%) naspram negativnih priloga (46,95%), ali u puno manjoj mjeri od javnog servisa. S druge strane, RTL ima zastupljenije priloge negativne orijentacije (52,09%). Pozitivnim se prilozima bave u 43,75% slučajeva.

⁴⁰ A239, DNEVNIK 2, HRT1, 16.04.2017.

⁴¹ C65, DNEVNIK NOVE TV, NOVA TV, 08.04.2017.

TABLICA 2: Usporedba vrijednosnih orijentacija priloga o djeci između televizija (N=170)

	HRT	RTL	NOVA TV
Pozitivna	18,37%	20,83%	23,29%
Pozitivna s negativnim kontekstom	32,65%	22,92%	24,66%
Negativna	20,41%	41,67%	19,18%
Negativna s pozitivnim kontekstom	22,45%	10,42%	28,77%
Neutralna	6,12%	4,17%	2,74%
Teško je odrediti	0%	0%	1,37%

7. RASPRAVA

Provedeno je istraživanje imalo za cilj proučiti koliko hrvatske televizije HRT1, RTL i NOVA TV unutar svojih središnjih informativnih emisija izvještavaju o djeci te daju li im pritom mogućnost da budu izvorima informacija. Ako pogledamo rezultate, vidljivo je kako se na hrvatskom primjeru potvrđuju prije predstavljeni rezultati na svjetskoj razini. Naime, u jednomjesečnom periodu istraživanja, unutar središnjih informativnih emisija o djeci se izvještavalo u samo 9,37% slučajeva što je dokaz da su djeca podzastupljena u informativnim emisijama te se potvrđuje prva hipoteza.

Nadalje, što se tiče izvora informacija, rezultati istraživanja pokazuju da su djeca izvori informacija u 41,18% slučajeva. Ponešto veće vrijednosti nalazimo na javnom servisu, HRT1, koji djecu kao izvore informacija navodi u 44,90% priloga. I NOVA TV ima pozitivnije rezultate s 45,21%, no zabrinjavajući su rezultati RTL-a koji u samo 36,99% slučajeva djecu koriste kao izvore informacija. Također, poražavajuća je i činjenica da su djeca prosječno u 32,24% slučajeva prisutna u priložima, ali, umjesto da im se daje mogućnost za izražavanje mišljenja, koristi ih se samo kao pozadinu, a novinari koriste ostale izvore informacija. Ponovno očekivano, rezultati prikazuju da u najčešćem broju slučajeva (32,35%) umjesto djece govore njihovi roditelji i pripadnici uže obitelji. Sve u svemu, vidljivo je kako se u ionako malom uzorku u kojem se govori o djeci, u manje od 50% slučajeva samoj djeci daje prilika da sami izraze svoje mišljenje čime se potvrđuje i druga hipoteza.

Kada govorimo o tematici unutar koje se djeca pojavljuju ili spominju u središnjim informativnim emisijama, prosječni rezultati istraživanja sadržaja svih triju televizija pokazuju da je to prikaz kroz slobodno vrijeme i zabavu (14,71%). Pojedinačni su pak rezultati ponešto drugačiji. Kada govorimo o javnom servisu, na HRT1 najzastupljenija tema bila je edukacija i obrazovanje djece (16,33%). Ovdje možemo prepoznati glavnu zadaću javnog servisa da udovolji potrebama svih društvenih skupina, pa tako i djece u širenju informacija koje su njima od velikog značaja. Nadalje, na HRT1 visoko je zastupljena tematika bolesti i teškoća u razvoju djece (12,24%) koja ostavlja dojam da se HRT kao javni servis ipak povodi za trendom senzacionalizma budući da su prilozi takve tematike uglavnom emotivni te niske informativne vrijednosti.

S druge strane, takvi su prilozi očekivani na komercijalnim televizijama. RTL televizija tako u svom informativnom programu ima najviše priloga o djeci koji se vežu uz bolesti, teškoće u razvoju (14,58%) i religiju (14,58%). Pritom su pod tematikom religije prikazani brojni načini

proslave Uskrsa diljem Hrvatske te se tolika zastupljenost pripisuje upravo obilježavanju tog blagdana u vremenu istraživanja. NOVA TV se ipak ponajviše bavi prikazom djece kroz slobodno vrijeme i igru (19,18%) te edukaciju (15,07). Ovakvi su rezultati neočekivani budući da se radi o komercijalnoj televiziji.

Time je treća hipoteza djelomično potvrđena. Javna televizija doista najviše prostora daje temama o edukaciji, no ipak je prepoznatljiv utjecaj komercijalizma. S druge strane, ne možemo generalizirati pojave na komercijalnim televizijama budući da su rezultati između RTL-a i NOVE TV uglavnom različiti. Pritom se trend izvještavanja NOVE TV kreće vrlo sličnom putanjom kao i kod javne televizije dok je u programu RTL-a vidljiv manji broj priloga o djeci, manje djece kao izvora informacija te negativniji pristup tematici.

8. ZAKLJUČAK

Središnje informativne emisije jedan su od najgledanijih televizijskih sadržaja svake televizije. Stoga televizijske kuće prilikom uređivanja tih emisija svakodnevno pokušavaju doprijeti do što većeg dijela publike. Ovaj je dio naročito problematičan za javne servise čiji su sadržaji regulirani zakonskim propisima te je nužno da zadovolje potrebe cjelokupnog društva. Kod komercijalnih televizija zakonskih odredbi vezanih uz obavezni sadržaj nema. Stoga su i mogućnosti da se orijentiraju na vlastiti interes puno veće. Pritom se želja da se što više sadržaja „proda“ publici vrlo nerijetko kosi s moralnim načelima novinarstva. Istraživanja pokazuju da se prilikom izvještavanja o djeci ova negativna praksa povećava. Govorimo o kršenju prava na privatnost i dostojanstvo djece, nemogućnost iznošenja vlastitog mišljenja te općenito sadržaji svojom tematikom neprilagođeni za ovu ranjivu društvenu skupinu.

S druge strane, novinarsko izvještavanje trebalo bi se bazirati na raznovrsnosti izvora informacija koji bi svojom relevantnošću trebali svjedočiti vjerodostojnom, poštenom i nepristranom izvještavanju. Pritom je bitno da se svakoj uključenoj strani omogući pravo na izražavanje mišljenja.

Cilj je ovog rada, stoga, bilo proučiti kakvo je trenutno stanje u hrvatskom informativnom programu što se tiče zastupljenosti djece, kao i koliko novinari uzimaju u obzir djecu kao izvore informacija. Istraživanjem je obuhvaćen jednomjesečni sadržaj središnjih informativnih emisija triju televizija, HRT1, RTL-a i NOVE TV.

Rezultati su pokazali očit nedostatak sadržaja o djeci u informativnim emisijama hrvatskih televizija. Osim što se o djeci jedva izvještava, ti su prilogi smješteni na kraju informativnih emisija. Pritom se tematika nerijetko prikazuje kroz *feature* koji sam po sebi podrazumijeva pobuđivanje emocija kod gledatelja. Samim time informativna je vrijednost takvih priloga vrlo niska te se zapravo djecu prikazuje kroz „laganije“ sadržaje i meke vijesti.

Sama djeca rijetko izražavaju svoja mišljenja i želje, za njih to čine roditelji. Samo po sebi to nije problematično, budući da roditelji doista imaju ulogu voditi djecu kroz život i olakšavati im teške trenutke. No u priložima je uočeno da, čak i kad se radi o pozitivnoj tematici, novinari izbjegavaju informacije tražiti od djeteta već se okreću roditeljima. Djeca pritom zauzimaju pozadinu čime se mogu osjetiti manje važnima. Također, u javnosti se širi slika djece kao sporednih pojedinaca, nedovoljno sposobnih da sami izlažu svoje stavove.

Kada usporedimo izvještavanje komercijalnih i javne televizije, izvještavanje NOVE TV svojim je vrijednostima sličnije izvještavanju HRT-a nego RTL-a. Pritom se NOVA TV više bavi prikazom djece u pozitivnom okruženju, dok RTL uglavnom izvještava o negativnim aspektima dječjeg života. HRT u svom radu prikazuje djecu primarno kroz edukaciju. Spominje se i kontekst bolesti, ali ukupna je vrijednosna orijentacija pozitivna.

Sve u svemu, možemo zaključiti kako se provedenim istraživanjem potvrđuju prethodni rezultati sličnih istraživanja te se pokazalo da su djeca i dalje medijski marginalizirana skupina u društvu. I dalje je rijetkost da se djeca pojavljuju u televizijskim vijestima, te ih se smatra nedovoljno vrijednim izvorom informacija. Ovakva i slična istraživanja vrlo je važno provoditi u što većem broju kako bi se medijima, ali i javnosti, ukazala važnost i ozbiljnost ovog problema. Djeca su sastavni dio društva, a mediji neizostavan dio njihovog života. Stoga su prikazi djece u medijima, a još više korištenje djece kao izvora informacija, važna obrazovna, odgojna i informativna mjera koja ima velik utjecaj na njihov život.

9. LITERATURA

Blažević, Nensi (2012) Djeca i mediji – odgoj na »televizijski« način. *Nova prisutnost*, 10(3): 479-493.

Car, Viktorija (2007) Konvergirani javni medijski servis. *Politička misao*, Vol. XLIV(2): 113-127.

Ciboci, Lana, Jakopović, Hrvoje, Opačak, Suzana, Raguz, Anđelka, Skelin, Petra (2011) DJECA U DNEVNIM NOVINAMA Analiza izvještavanja o djeci u 2010. U: Ciboci, Lana, Kanižaj, Igor, Labaš, Danijel (ur.), *Djeca medija Od marginalizacije do senzacije* (str. 103-168). Zagreb: Matica hrvatska

Flego, Maja (2011) ZAŠTITA PRAVA DJECE U MEDIJIMA: IZ PRAKSE UREDA PRAVOBRANITELJICE ZA DJECU. U: Ciboci, Lana, Kanižaj, Igor, Labaš, Danijel (ur.), *Djeca medija Od marginalizacije do senzacije* (str. 65-82). Zagreb: Matica hrvatska

Gabelica Šupljika, Maja (2009) Psihološki aspekt prikaza djeteta u medijima. U: Flego, Maja (ur.), *ZAŠTITA PRIVATNOSTI DJECE U MEDIJIMA Zbornik priopćenja s tribine* (str. 19-32). Zagreb: Pravobranitelj za djecu

Jakopović, Hrvoje (2011) U OKVIRU NEGATIVNOSTI I NASILJA: DJECA U NOVOM LISTU I VJESNIKU TIJEKOM 2010. U: Ciboci, Lana, Kanižaj, Igor, Labaš, Danijel (ur.), *Djeca medija Od marginalizacije do senzacije* (str. 169-188). Zagreb: Matica hrvatska

Jelavić, Mila (2009) Djeca u medijima: Kako im osigurati zaštitu privatnosti? Iskustva Ureda pravobraniteljice za djecu. U: Flego, Maja (ur.), *ZAŠTITA PRIVATNOSTI DJECE U MEDIJIMA Zbornik priopćenja s tribine* (str. 7-18). Zagreb: Pravobranitelj za djecu

Kanižaj, Igor (2009) Mediji na rubu zakona. U: Flego, Maja (ur.), *ZAŠTITA PRIVATNOSTI DJECE U MEDIJIMA Zbornik priopćenja s tribine* (str. 63-76). Zagreb: Pravobranitelj za djecu

Kanižaj, Igor, Skoko, Božo (2010) MITOVI I ISTINE O NOVINARSKOJ PROFESIJI – IMIDŽ NOVINARA U HRVATSKOJ JAVNOSTI. *Medijske studije*, 1(1-2): 20-39.

Lamza Posavec, Vesna (2006) *Metode istraživanja u novinarstvu*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

Mataušić, Juraj Mirko (2005) OBITELJ U GLOBALNOM SELU. *Diacovensia* XIII(2): 239-261.

Opačak, Tanja (2011) MEDIJI I DJECA S TEŠKOĆAMA U RAZVOJU. U: Ciboci, Lana, Kanižaj, Igor, Labaš, Danijel (ur.), *Djeca medija Od marginalizacije do senzacije* (str. 83-102). Zagreb: Matica hrvatska

Perišin, Tena (2010) *Televizijske vijesti*. Zagreb: Medijska istraživanja.

Pravobranitelj za djecu (2017) *Izješće o radu pravobraniteljice za djecu 2016*. Zagreb: Pravobranitelj za djecu

Volčić, Zlata (2007) Preživljavanje javne televizije. *Medijska istraživanja*, 6(1): 41–62.

Zgrabljčić Rotar, Nada (2009) Pravo na privatnost: Standardi za zaštitu privatnosti djece u medijima. U: Flego, Maja (ur.), *ZAŠTITA PRIVATNOSTI DJECE U MEDIJIMA Zbornik priopćenja s tribine* (str. 33-44). Zagreb: Pravobranitelj za djecu

Internetski izvori

Dijete.hr (2017) Republika Hrvatska Pravobranitelj za djecu. http://www.dijete.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=107 (pristupljeno: 01.06.2017.)

E-mediji.hr (2017) Agencija za elektroničke medije. <http://www.e-mediji.hr/hr/analiza-gledanosti-televizijskog-programa-u-hrvatskoj/gledanost-tv-programa-travanj-2017/> (pristupljeno: 04.06.2017.)

E-mediji.hr (2017) Agencija za elektroničke medije. <http://www.e-mediji.hr/hr/gradjani/medijska-pismenost/istrazivanja-aem-a-i-unicef-a-sve-je-manje-djece-pred-tv-ekranom-bez-nadzora/> (pristupljeno: 04.06.2017.)

Galtung-institut.de (2017) <https://www.galtung-institut.de/en/2015/galtung-and-ruge-news-values-an-update-by-prof-galtung-october-2014/> (pristupljeno: 23.svibnja 2017.)

Hnd.hr (2017) Hrvatsko novinarsko društvo. www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinara (pristupljeno: 02.06.2017.)

Metro-portal.rtl.hr (2017) <http://metro-portal.rtl.hr/koliko-zapravo-djeca-gledaju-televiziju/105345> (pristupljeno: 04.06.2017.)

Min-kulture.hr (2017) Republika Hrvatska Ministarstvo kulture. <http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/NAJNOVIJE%20NOVOSTI/Izvje%C5%A1taj%20-%20Radni%20materijal%209.2%20-%20Komerzijalne%20televizije.pdf> (pristupljeno: 17.05.2017.)

Narodne-novine.nn.hr (2017) Narodne novine. http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2004_05_59_1324.html (pristupljeno: 01.06.2017)

Sabor.hr (2017) Hrvatski sabor. <http://www.sabor.hr/Default.aspx?art=1841> (pristupljeno: 01.06.2017.)

Unicef.hr (2017) <http://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/StavovidjeceimladihuHrvatskoj.pdf>, 01.06.2017

10. PRILOZI

Prilog 1: Matrica pitanja

Tehničke odrednice

1.ID PRILOGA _____

2. Na kojem se televizijskom kanalu prikazuje prilog?

1. HRT 1
2. RTL
3. NOVA TV

3. Odnosi li se prilog tematski na dijete? Spominje li se ili prikazuje u prilogu dijete (a da to nije samo popunjavanje kadrova, stajanje u pozadini nekog političara/poznate osobe/novinara)?

1. DA
2. NE

Kodiraj dalje samo ako se prilog odnosi na dijete, ako ne, završi kodiranje.

4. U kojem se dijelu središnje informativne emisije prikazuje prilog?

1. u najavi
2. u prvoj trećini
3. u drugoj trećini
4. u trećoj trećini

5. Duljina priloga:

1. 0-15 sekundi
2. 15-40 sekundi
3. 40-150 sekundi

4. više od 150 sekundi

6. Od kojih se audiovizualnih dijelova sastoji prilog o djeci?

1. vijest je čitana od strane voditelja u studiju, bez grafičkih prikaza
2. vijest je čitana i popraćena statičnim grafičkim prikazima (grafikoni, slike i fotografije)
3. vijest je čitana i popraćena arhivskim video snimkama (odnose se na starije događaje)
4. vijest je čitana i popraćena aktualnim video snimkama (povezane s nedavnim, aktualnim događajima)
5. sve od navedenog
6. teško je odrediti

7. U kojem se obliku televizijskog izražavanja pojavljuje prilog o djeci unutar informativne emisije (prema Perišin):

1. vijest – sažet pravodobni izvještaj o dnevnom događaju, pojavi, osobi od šireg interesa, u kojem se daju odgovori na većinu pitanja: tko, što, gdje, kada, zašto i kako; traje najviše do 40 sekundi
2. čitana vijest – vijest koju voditelj izgovara uživo u studiju
3. pregled vijesti – montiran prilog koji se sastoji od više vijesti
4. izvještaj – pojedini elementi vijesti dopunjuju se s više podataka o tome kako se i kada nešto dogodilo, ili se iznose dodatni podaci o sudionicima događaja ili kakva druga važna pojedinost; prikazuje razvoj događaja i kontekst; traje od 60 do 150 sekundi
5. reportaža – prepričava prostorno i vremenski ograničenu priču, reporter pripovijeda iz perspektive svjedoka, a cilj je da se primatelju informacije omogući da i sam proživi opisane događaje, može imati osobnu notu i daje pogled iznutra na neki događaj; opsežnija od *featurea*
6. *feature* – priče koje pobuđuju empatiju gledatelja, informiraju i zabavljaju; traju od 1 do 3 minute, govori o osobama koje, iako nisu poznate, zanimaju ljude

7. javljanje uživo – zadatak novinara je da s terena uživo prenese događaj koji traje ili se upravo dogodio
8. intervju – razgovor uživo s gostom u studiju
9. teško je odrediti

8. Teritorijalna orijentiranost priloga odnosi se na:

1. djecu u Hrvatskoj
2. djecu iz Hrvatske koji borave u svijetu
3. djecu iz svijeta
4. djecu općenito
5. teško je odrediti

9. Odnosi li se prilog isključivo na aktualne događaje ili obuhvaća i one koji su se dogodili u prošlosti ili će se dogoditi u budućnosti?

1. u prilogu se izvještava isključivo o aktualnim/nedavnim događajima (u posljednjih 7 dana)
2. u prilogu se izvještava o aktualnim događajima, ali se nadovezuje na događaj iz prošlosti
3. u prilogu se izvještava isključivo o događajima koji su se dogodilo u prošlosti, bez aktualnih novosti
4. u prilogu se izvještava o budućim događajima, ali se osvrće i na sadašnje ili prošlo stanje situacije
5. u prilogu se izvještava isključivo o budućim događajima (najave...)
6. teško je odrediti
7. ostalo

10. Koji informativni faktor (prema Perišin) pretežno prevladava u prilogu? U čemu je informativna vrijednost priloga?

1. važnost/relevantnost/javni interes
2. utjecaj – veličina događaja, broj sudionika
3. značenje/blizina/osobna uključenost
4. napetost – vijest s neizvjesnim ishodom
5. sukob/kontroverznost
6. personalizacija
7. prominencija
8. neobičnost
9. novost/pravodobnost
10. vizualnost – atraktivnost slike
11. isticanje novinara kao donositelja priče
12. teško je odrediti

Prikaz djece u televizijskim priložima

11. U kojem se kontekstu pretežno govori o djeci u prilogu?

1. nesretni slučajevi (u Hrvatskoj) – djeca kao žrtve prometnih nesreća ili prirodnih katastrofa
2. nesretni slučajevi (u svijetu) - djeca kao žrtve prometnih nesreća ili prirodnih katastrofa
3. terorizam (djeca kao akteri ili žrtve terorizma)
4. nasilje i zlostavljanje među djecom – psihičko, fizičko, verbalno, putem interneta
5. nasilje i zlostavljanje nad djecom – psihičko, fizičko, verbalno, putem interneta
6. kriminalni prekršaji djece

7. edukacija/obrazovanje (protokolarni aktivnosti koje se odnose na obrazovne institucije, održavanje i uređenje obrazovnih institucija, kurikularne reforme, zakonske regulative...)
8. siromaštvo/neimaština/egzistencijalni problemi djece
9. bolest/teškoće u razvoju
10. seksualnost (edukacija; seksualizirani pristup djece)
11. obitelj (skrb i odgoj djece)
12. slobodno vrijeme/zabava (izvannastavne aktivnosti, manifestacije, načini provođenja slobodnog vremena)
13. sport
14. kultura (glazbena/likovna umjetnost, umjetničko stvaralaštvo)
15. moda
16. postignuća djece (tehnološka, obrazovna, kulturna)
17. nezaposlenost
18. socijalna marginalizacija
19. političke odluke
20. religija (duhovnost, aktivnosti povezane uz religiozne običaje)
21. budućnost djece
22. ostalo

12. Prikazuje li se dijete u prilogu:

1. DA
2. NE
3. teško je odrediti

13. Ukoliko se prikazuje dijete, je li mu lice zamagljeno?

0. dijete se ne prikazuje
1. DA
2. NE
3. teško je odrediti

14. Govori li dijete u prilogu?

1. govori
2. ne govori
3. teško je odrediti

15. Je li prikriven ton glasa djeteta u prilogu?

0. dijete ne govori
1. DA
2. NE
3. teško je odrediti

16. Otkriva li se u prilogu identitet (ime, prezime) djeteta? Radi li se o zaštićenom ili nezaštićenom prikazu identiteta? Afirmativnom ili negativnom?

1. radi se o nezaštićenom identitetu (otkriva se ime i prezime djeteta) u afirmativnom kontekstu (uspjeh/postignuća djeteta/mlade osobe)
2. radi se o zaštićenom identitetu (ne otkriva se ni ime ni prezime djeteta)
3. radi se o nezaštićenom identitetu (otkriva se ime i prezime djeteta) u negativnom kontekstu (djeca kao žrtve/počinitelji kaznenog djela)
4. teško je odrediti

Izvor informacija

17. Koliko je izvora informacija u prilogu?

1. jedan

2. dva
3. tri ili više
4. bez izvora

18. Kakav je pristup temi u prilogu što se tiče uravnoteženosti izvještavanja?

1. jednostrano izvještavanje (navodi se samo jedna strana priče)
2. dvostrano izvještavanje (navode se dvije strane priče)
3. pluralnost (navodi se tri ili više strana priče koje su relevantne za temu)
4. teško je odrediti

19. Predstavlja li prilog dijete u prilogu kao izvor informacija? Je li mu posvećen najveći prostor unutar priloga, ispituje li se njegovo mišljenje, pogled na događaj, situaciju...?

1. dijete je prikazano kao izvor informacija – izriče svoje mišljenje, dijeli viđenje situacije, govori o svojim planovima, dostignućima...
2. dijete je prikazano kao pasivni izvor informacija – ne izriče eksplicitno svoje mišljenje, netko to čini za njega; dijete je prisutno, ali mu se ne daje prostora za izraziti svoje mišljenje
3. dijete nije izvor informacija – ne pojavljuje se u prilogu

20. Koliko je djece u prilogu prikazano kao izvor informacija?

0. dijete nije izvor informacija
1. jedno dijete
2. dva djeteta
3. troje ili više djece

21. Ukoliko dijete nije (jedini) izvor informacija, tko govori u njegovo ime:

0. dijete je izvor informacija
1. roditelji/obitelj

2. policija
3. medicinsko osoblje
4. političari
5. pravobraniteljica za djecu
6. dječji psiholozi, pedagozi
7. predstavnici obrazovnih institucija
8. ostali stručnjaci
9. novinar
10. teško je odrediti

Vrijednosna orijentacija

22. Prikazuje li se dijete u prilogu u afirmativnom ili negativnom kontekstu?

1. u afirmativnom kontekstu – o djeci se govori s pozitivnog aspekta, navodeći uspješna dostignuća i pozitivne prognoze za budućnost
2. u negativnom kontekstu – o djeci se govori s negativnog aspekta, opisujući nesretni događaj, težinu života mlade osobe, djecu kao žrtve/aktere kriminalnih djela
3. neutralnom
4. teško je odrediti

23. Koja je opća vrijednosna orijentacija priloga?

1. pozitivna – prilog tematski obrađuje teme pozitivnog konteksta (pozitivne političke odluke, promicanje prava...)
2. pozitivna – u prilogu se spominje negativni kontekst (npr. okolnosti života djeteta, problematiku situacije), ali u konačnici prilog završava pozitivnim ishodom
3. negativna – prilog tematski obrađuje teme negativnog konteksta (loše političke odluke, navodi i objašnjava problematiku događaja) te završava kritičkim i negativnim tonom

4. negativna – u prilogu se spominje pozitivan kontekst (uspjeh i postignuća djece), ali je on uklopljen u temu negativnog konteksta (npr. loše političke odluke, nužnost promjene, kritika vlasti)
5. neutralna – navode se samo statistički podaci bez objašnjavanja njihovog informativnog značenja za djecu
6. teško je odrediti

11. SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI

Temeljna načela novinarske struke su objektivno, nepristrano i uravnoteženo izvještavanje. Da bi to ostvarili, potrebno je uključiti što je moguće više relevantnih izvora informacija. Ti izvori daju novinarima mišljenja i stajališta svih uključenih strana neke priče. Stoga bi, bez izvora informacija, novinari bili nedovoljno informirani te bi samim time izvještavanje bilo suprotno svim novinarskim načelima. Međutim, problematika se javlja kada govorimo o ranjivim skupinama u društvu. Istraživanja pokazuju da se, ionako marginalizirane skupine, prilikom novinarskih izvještavanja nerijetko dodatno marginaliziraju time što im se ne daje mogućnost na izražavanje vlastitog mišljenja o temi koja ih se tiče. Ovo je ponajviše prisutno kod izvještavanja o djeci. Najmlađi i najranjiviji sudionici društva predstavljaju se kao pasivni sudionici zanimljivi jedino marketinškoj struji.

Stoga je cilj ovog istraživanja bio proučiti trenutno stanje zastupljenosti djece kao izvora informacija u središnjim informativnim emisijama hrvatskih televizija. U istraživanje su uključene tri televizije s nacionalnom koncesijom – HRT1, RTL i NOVA TV. U jednomjesečnom se periodu provela kvantitativna analiza sadržaja kojom se htjela otkriti općenita zastupljenost djece u informativnom programu, tematika i vrijednosna orijentacija koja se uz njih veže te, u konačnici, prisutnost djece kao izvora informacija.

Rezultati su samo potvrdili dosadašnje poražavajuće stanje. Osim što su prilozi koji se odnose na djecu prisutni u manje od 10% uzorka, djeca se predstavljaju uz lagane, zabavne i emotivne teme. Kada govorimo o izvorima informacija, u već ionako malom uzorku, djeca se u manje od polovine slučajeva pojavljuju kao aktivni izvori informacija. U gotovo istoj mjeri se pojavljuju u prilogu, ali umjesto njih netko drugi iznosi njihovo mišljenje. Obično je tu riječ o roditeljima ili članovima uže obitelji.

Iako mediji danas čine neizostavan dio života svake osobe, a naročito djece, čini se kao da vlasnicima medija i urednicima još uvijek nije jasan utjecaj koji svojim sadržajima ostvaruju na društvo. Stoga je provedeno istraživanje, ali i sva prošla i buduća istraživanja slične tematike, vrlo važno za shvaćanje o koliko se ozbiljnoj problematici radi jer su moguće negativne posljedice daleko važnije od komercijalnih interesa.

Ključne riječi: mediji, televizija, djeca, izvori informacija, središnji informativni program

Abstract

Fundamental principles of journalistic profession are objective, impartial and balanced reporting. To achieve this, it is necessary to include as many relevant sources of information as possible. These sources give journalists the opinions and views of all involved parties in a story. Therefore, without these sources of information, journalists would not be informed and reporting would thus be contrary to all the journalistic principles. However, issues arise when talking about vulnerable groups in society. Research shows that, already marginalized groups, often become more marginalized when journalists don't give them an opportunity to express their own opinion on the subject that is concerning them. This is most prevalent in reporting about children. The youngest and the most vulnerable participants of the society are presented as passive participants interesting only to the marketing stream.

Therefore, the aim of this study was to research the current representation of children as sources of information in the central news programme of Croatian televisions. The study included three televisions with national concession - HRT1, RTL and NOVA TV. In a one-month period, a quantitative analysis of the content was used to reveal the general representation of children in the information programme, themes and value orientations associated with them, and ultimately the presence of children as sources of information.

The results only confirmed already devastating state. Apart from the fact that the reports relating to children appear in less than 10% of the sample, children are presented within light, fun and emotional themes. When we talk about sources of information, within already small sample, children appear to be active sources of information in less than half of cases. In the similar amount of cases they appear in the reports, but someone else puts says their opinions for them. Usually those are their parents or close family members.

Although today media make an indispensable part of every person's life, especially children, it seems as if media owners and editors are still not aware of the impact they have on society. Therefore this research, and all the others in the past and future with similar themes, are very important to point out how serious this problem is. Because possible negative consequences are far more important than commercial interests.

Key words: media, television, children, sources of information, central news programme