

# Uloga medija u praćenju rada humanitarnih udruga i zaklada

---

**Strilić, Ines**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:340870>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-26**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Preddiplomski studij novinarstva

Ines Strilić

ULOGA MEDIJA U PRAĆENJU RADA HUMANITARNIH  
UDRUGA I ZAKLADA

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2024.

Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Preddiplomski studij novinarstva

ULOGA MEDIJA U PRAĆENJU RADA HUMANITARNIH  
UDRUGA I ZAKLADA

ZAVRŠNI RAD

Mentorica: doc. dr. sc. Dunja Majstorović Jedovnicki

Studentica: Ines Strilić

Zagreb,

srpanj 2024.

## Sadržaj

<b>1. Uvod .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Mediji u svojstvu podizanja javne svijesti .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Humanitarne udruge i zaklade u Hrvatskoj.....</b>	<b>5</b>
<b>4. Etički prijeponi u izvještavanju o djeci u medijima .....</b>	<b>7</b>
<b>4.1 Izvještavanje o humanitarnim akcijama povezanim s djecom .....</b>	<b>8</b>
<b>5. RTL pomaže djeci .....</b>	<b>11</b>
<b>5.1 Medijsko praćenje rada udruge i dosadašnji rezultati .....</b>	<b>11</b>
<b>6. Zaklada Ana Rukavina .....</b>	<b>14</b>
<b>7. Zaključak .....</b>	<b>16</b>
<b>8. Popis literature .....</b>	<b>17</b>
<b>Sažetak .....</b>	<b>20</b>
<b>Summary .....</b>	<b>21</b>

# 1. UVOD

Mediji su danas u svim porama naših života i prate gotovo sve što se oko nas zbiva. Među ostalim, mediji prate postojanje, aktivnosti i rezultate rada humanitarnih udruga i zaklada diljem svijeta. Njihova je uloga u ovakvoj vrsti izvještavanja vrlo važna jer se progovaranjem o humanitarnom radu ljudima približava i bolje predočava glavna misija i važnost njihova postojanja te ih se potiče na priključivanje. Tema ovog rada upravo je predočiti ulogu medija u praćenju rada humanitarnih udruga i zaklada.

U prvom poglavlju rada govori se o jednoj od važnih uloga medija, a to je podizanje javne svijesti među građanima. Zbog svog velikog utjecaja na javnost, mediji neprestano oblikuju naša mišljenja o raznim temama, a tako i o humanitarnom radu, što je svakako nešto što treba poticati. Sljedeće poglavlje bavi se humanitarnim udrugama i zakladama općenito, a posebno u Hrvatskoj. Objasnit će se pojmovi udruge i zaklade te navesti koje su razlike među njima. Također, bit će pojašnjen njihov značaj za društvo te će se ukratko spomenuti njihovo postojanje i rad u Hrvatskoj. Etičke dileme i prijepori sastavni su dio novinarskog posla, a upravo su etički prijepori u izvještavanju o djeci u medijima tema još jednog poglavlja ovog rada. Ovo poglavlje sadrži samu srž rada jer je izvještavanje o humanitarnim akcijama, a posebice onima koje su orijentirane na djecu, pravi izvor etičkih dilema - treba li na prvo mjesto staviti samu humanitarnu akciju, makar i pod cijenu kršenja dječjih prava ili apsolutno zaštititi djecu, makar ne dobili prilog kakav smo možda željeli ili očekivali. Prikazat će se koliko je važno brinuti o djeci i o njihovim interesima u bilo kakvom obliku izvještavanja o njima, a posebice kada se radi o kršenju njihovih prava. Isto tako, navest će se i smjernice za što lakši pristup te što ispravnije i etičnije izvještavanje o djeci. Sljedeća dva poglavlja posvećena su dvjema humanitarnim akcijama koje su vrlo popraćene u dvama najvećim komercijalnim televizijskim medijima, a to su RTL pomaže djeci i Zaklada Ana Rukavina. Općenito će se navesti tijek njihova rada od osnutka do danas, istaknuti značaj njihove medijske popraćenosti te rezultati koje su ostvarile u godinama rada. Na kraju svega, u zaključku će biti iznesena najznačajnija zapažanja temeljena na cjelokupnom radu.

Cilj ovog rada je prikazati ulogu medija pri praćenju humanitarnih akcija kao općenito hvalevrijednih projekata, ali i dočarati da je to tema o kojoj je vrlo izazovno izvještavati jer se u pravilu uvijek radi o teškim životnim pričama, tragedijama, traumama ljudi i slično. Tim ljudima prilikom izvještavanja i razgovora treba pristupati maksimalno obzirno i poštujući

njihova prava i imajući na umu njihovo stanje, koje ne smijemo iskorištavati da bismo dobili dobru priču. Upravo je to zamka koju bi svaki novinar trebao moći i znati izbjeći.

## 2. MEDIJI U SVOJSTVU PODIZANJA JAVNE SVIJESTI

Mediji su u današnje vrijeme jedna od najmoćnijih institucija, ponajprije zbog svog snažnog utjecaja na javnost i mišljenje javnosti, a samim time imaju i potencijal postati najdominantnijom industrijom ovog stoljeća (Malović, 2005: 93). Proučavanja medijskih utjecaja na razne sfere života počela su još u ranom 20. stoljeću. Funkcije medija su mnogobrojne i razlikuju se kod brojnih autora koji su o njima kroz godine pisali. Među tim autorima nalazi se i Tena Martinić, koja je u svojoj knjizi pod nazivom *Postmoderna, svakidašnjica, komunikacija* kao medijske funkcije navela sljedeće: informacijska, selekcijska i interpretacijska funkcija, eksplikacijska, obrazovna, zabavljačka te estetska funkcija (Martinić, 1994: 73).

Svaka od ovih funkcija medija ima svoju važnost, a premda je prema autorici Martinić informacijska najvažnija, ona koja je za ovaj rad vrlo značajna jest eksplikacijska funkcija jer ona služi za uspostavljanje i održavanje kolektivne javne svijesti (Jurčić, 2017: 131). Javna svijest podrazumijeva percepciju i razumijevanje društva o određenim pitanjima. Potencijalno može utjecati na ponašanje i način razmišljanja članova društva. Vrlo je važno uspostaviti i kod građana podizati javnu svijest o važnim pojavama, problemima koji se u društvu događaju i općenito onome što je od javnog interesa. Ako medijske kuće i novinarstvo promiču isključivo svoj interes i ispunjavanje komercijalnog cilja, a dužnost prema javnosti i javnom interesu izbjegavaju, zapravo ne ispunjavaju svoju pravu svrhu (Žitinski, 2010: 35). Za komuniciranje s publikom i uspješno utjecanje na javnu svijest, za medije je značajna još jedna njihova funkcija, funkcija artikulacije, koja označava stavljanje i oblikovanje problema i pojava u realne i vidljive okvire kako bi ih javnost mogla percipirati i razumjeti (Rus-Mol i Zagorac-Keršer, 2005, prema Jurčić, 2017: 130). Općenito govoreći, osim medija, javnu svijest mogu oblikovati i drugi faktori ili institucije poput obrazovnog sustava, znanstvenika, političara pa i razne društvene skupine.

Neki od primjera o kojima je važno osvještavati javnost su diskriminacija i njena pojavnost, zdravstveni problemi poput različitih bolesti i poremećaja, ekološke teme, socijalne teme i značaj humanitarne pomoći i akcija. Mediji u tome imaju veliku ulogu i u dobroj su poziciji zbog toga što „imaju veliku moć utjecaja na formiranje javnoga mnijenja, stavova, ali i ponašanja pojedinca“ (Jurčić, 2017: 135). O važnosti ovog svojstva medija nam govori i činjenica da se u samom Zakonu o medijima navodi se kako je jedna od obveza države radi poticanja pluralizma i raznovrsnosti medija, među ostalim i „promicanje razvoja svijesti i

ravnopravnosti žena i muškaraca“ (zakon.hr, 2024). Mediji na javnu svijest mogu utjecati na cijeli niz različitih načina, primjerice edukativnim programima i projektima (npr. edukacija o štetnim posljedicama pušenja ili zdravstvena kampanja), izvještavanjem o provođenju raznih pozitivnih inicijativa i akcija (ekološke inicijative, humanitarni rad), ali i samom srži novinarskog posla – izvještavanjem o aktualnim događajima i problemima koji trenutno postoje i utječu na društvo.

Uz sve navedeno, mediji izravnim sudjelovanjem ili organiziranjem određenih programa, projekata ili inicijativa posluju društveno odgovorno, što je zadnjih nekoliko desetljeća u sve većem razvoju. Društveno odgovorno poslovanje je koncept koji se temelji na interesu određenog poduzeća za čimbenike poput ekoloških problema, humanitarnog rada ili zaštite životinja, a ne isključivom interesu za zaradom i vlastitim profitom (Matešić i dr, 2015: 14). Općenito se koncept društveno odgovornog poslovanja može definirati kao „odgovornost poduzeća za svoj utjecaj na društvo“ (Matešić i dr, 2015: 10). Kao primjer društveno odgovornog poslovanja medijskih kuća u Republici Hrvatskoj možemo navesti dvije najpoznatije komercijalne televizijske kuće, Novu TV i RTL, koje svoje društveno odgovorno poslovanje temelje na potpori humanitarnog rada. Na primjeru RTL-a, to je akcija „RTL pomaže djeci“, a na primjeru Nove TV suradnja sa Zakladom Ana Rukavina, a o čemu će biti riječ u kasnijim poglavljima ovog rada.

Podizanje javne svijesti o humanitarnom radu za društvo je iznimno važno. Jedan od razloga za to je poticanje uključivanja u humanitarni rad, ali isto tako i jednostavno poticanje solidarnosti i razumijevanja za sve članove u zajednici – osim što se dio društva aktivno može uključiti u humanitarni rad u nekom obliku i na taj način direktno pomoći, povećava se i razumijevanje za ljude u potrebi, shvaćanje njihove pozicije i manje je osuđivanja. Solidarnost je jedan od temelja zajednice, „na taj način štiti se sigurnost i jača zaštita kako pojedinca tako i zajednice zbog uzajamne skrbi pojedinca za zajednicu i zajednice za pojedinca“ (Lozina, 1987: 564, cit. prema Strika, 2005: 1154). Također, velika osviještenost o važnosti humanitarnog rada može utjecati i na same organizacije koje se njime bave, na način da u svom radu budu što transparentnije, ponajprije o trošenju prikupljenih sredstava. Što manje sumnji ljudi imaju o tome gdje zapravo idu njihovi novci, ili bilo koji drugi oblici pomoći i donacija, to je veće povjerenje u organizacije i želja za priključivanjem.



### 3. HUMANITARNE UDRUGE I ZAKLADE U HRVATSKOJ

U sklopu ovog rada među ključnim pojmovima nalaze se i pojmovi humanitarnih udruga i zaklada te će se u ovom poglavlju najprije objasniti njihovo značenje te međusobne razlike ovih dvaju pojmova, a zatim ukratko navesti nešto o njihovom radu u Hrvatskoj.

U svakodnevnom životu i govoru pojmovi 'udruga' i 'zaklada' nerijetko se poistovjećuju, iako ta dva pojma nisu istoznačna. Ono što im je svakako zajedničko jest da i humanitarne udruge i zaklade spadaju u neprofitne organizacije (gov.hr, 2024). Općenito, neprofitnim organizacijama smatraju se one organizacije kojima primarni cilj njihova djelovanja nije stjecanje profita, već nešto drugo (Rukavina, 1994: 85), primjerice dobrotvorni rad, zaštita okoliša ili promocija ljudskih prava te općenito usmjeravanje raspoloživih sredstava na rad za opće dobro. Neprofitne organizacije mogu biti vladine i nevladine, a u njih se ubrajaju i vjerska društva, sindikati, komore, sportske organizacije i sl. (Rukavina, 1994: 86). Ono što čini razliku između udruge i zaklade je nekoliko stvari: one podliježu različitim zakonima i prema njima se različito definiraju, vode se u različitim registrima, a temeljna je razlika u načinu financiranja (Ožegović, 2021). Za rad i djelovanje udruge potrebni su članovi koji obavljaju aktivnosti te novac za financiranje, a za djelovanje zaklade potrebni su ljudi koji sudjeluju u provedbi programa te odlučuju o davanju potpora - vidljivo je da zaklada, za razliku od udruge nije članska organizacija, nema članove, već ima korisnike (Ožegović, 2021). U udrugama članovi plaćaju ili ne plaćaju članarinu, ovisno o vrsti i pravilima svake udruge. Zaklada može imati donatore i podupiratelje, a udruga se, uz eventualne članarine, može financirati uz pomoć sponzora, donatora ili prodajom vlastitih proizvoda. Prema Ožegović (2021), najvidljivija razlika između zaklade i udruge je u tome što udruga može funkcionirati i biti djelotvorna bez imovine, dok zaklada bez imovine ne funkcionira.

Osnivanje udruga i zaklada (kao i ostalih sličnih neprofitnih organizacija) vežu se uz postojanje i razvoj civilnog društva. Civilno društvo u svom najširem smislu obuhvaća građane okupljene i organizirane kako bi cjelokupnoj zajednici ukazali na određene probleme koji u društvu postoje, a koje pritom nastoje i riješiti (gradanskiodgoj.rijeka.hr, 2024). Također, civilno društvo možemo definirati kao „područje institucija, organizacija, mreža i pojedinaca (i njihovih vrednota) smještenih između obitelji, države i tržišta, povezanih nizom civilnih pravila koja zajedno dijele, a u koje se ljudi dobrovoljno udružuju radi zagovaranja općih interesa“ (Bežovan, 2002). Uz civilni, postoje još i javni te privatni sektor. Karakteristike koje čine posebnosti civilnog društva jesu dobrovoljnost, solidarnost, transparentnost te poštivanje

ljudskih prava i tolerancija, a najbrojniji oblik organizacija civilnog društva su udruge (gradanskiodgoj.rijeka.hr, 2024). Razvijenost civilnog društva možemo promatrati kroz nekoliko indikatora, a jedan od glavnih je broj organizacija civilnog društva, pri čemu mali broj tih organizacija u pravilu označava zaostalost društva u cjelini (Tocqueville, 1995; Banfield, 1958; Putnam, 1993, cit. prema Bežovan, 2002: 66).

U Hrvatskoj je u razdoblju 2001./2002. godine bilo registrirano tek 50 zaklada i oko dvadeset tisuća udruga, od čega najviše iz područja sporta i rekreacije, oko deset tisuća njih, dok je registrirana bila 431 humanitarna organizacija (Bežovan, 2002: 67). Dva desetljeća kasnije, 2021. godine broj registriranih zaklada u Hrvatskoj na dan 30. rujna iznosio je 300, a udruga ukupno 52197, u što se ne ubrajaju strane udruge i zaklade (mpu.gov.hr, 2021). Prema područjima djelovanja, i dalje je najveći broj udruga iz područja sporta, a konkretnog podatka o broju humanitarnih udruga nema. Radi se, dakle o šesterostrukom porastu kada je riječ o zakladama (što je čak 300 posto više) te gotovo trostrukom porastu broja udruga (rast od oko 160 posto) u periodu od dvadesetak godina. Temeljem ovih podataka evidentno je da postoji kontinuirana potreba za osnivanjem ovakvih oblika organizacija.

## 4. ETIČKI PRIJEPORI U IZVJEŠTAVANJU O DJECI U MEDIJIMA

Kada je riječ o novinarskom izvještavanju, postoji nekoliko društvenih skupina koje se smatraju ranjivima i o kojima treba izvještavati s posebnim oprezom. Uz primjerice bolesne, one slabijeg imovinskog stanja, beskućnike i zatvorenike (bivše ili sadašnje), među ranjivim skupinama nalaze se i djeca. U novinarskom priručniku *Izvješćivanje o ranjivim skupinama* Nedjeljko Marković navodi kako ranjive skupine o kojima se izvještava ne vole kada ih se žali, nego „žele osjećati da ih drugi razumiju i podržavaju, ali i da nisu ostavljeni sa svojim problemom, već da će se netko angažirati i pomoći im izaći iz problema“ (2022: 28). Najčešći problemi koji se pojavljuju kod izvještavanja o ovim skupinama su kršenje njihovih osnovnih ljudskih prava, a posebice prava na privatnost. U svakom svom novinarskom radu novinari moraju imati na umu da ne povrijede ili ugroze nečija prava. Uvijek moraju preispitivati svoje djelovanje i potvrđivati postojanje svojih etičkih kriterija kako bi se svako kršenje etičkih načela svelo na minimum (Malović i dr, 2007: 49),

Prema *Zakonu o medijima*, mediji su dužni „poštovati privatnost, dostojanstvo, ugled i čast građana, a osobito djece, mladeži i obitelji... Zabranjuje se objavljivanje informacija kojima se otkriva identitet djeteta, ukoliko se time ugrožava dobrobit djeteta“ (2023: članak 16.). Razlog zbog kojeg su djeca često objekti novinarskih izvještavanja je činjenica da priče o djeci i mladima kod javnosti izazivaju veliki interes i pozornost, ali i suosjećanje (Ciboci, 2014). Izvještavanje o djeci može biti u pozitivnom ili negativnom kontekstu. Pozitivni kontekst čine priče o dječjim talentima, uspjesima i postignućima (primjerice osvajanje medalja, sportski uspjesi..), kao i izvještavanje o dječjim pravima i pomacima u tom području, dok se u negativnom kontekstu može izvještavati o nasilju i zlostavljanju među djecom, njihovim kriminalnim radnjama i slično. Prema istraživanju o djeci u hrvatskim medijima provedenom 2010. godine analizom sadržaja sedam hrvatskih dnevnih novina, pokazalo se da se o djeci najčešće izvještava u negativnom kontekstu, a da se o dječjim pravima izvještavalo samo u 5,5% analiziranih priloga (Ciboci i dr., 2011). Ono što je također problematično jest da su sama djeca vrlo rijetko izvori objavljenih informacija, tek u nešto više od sedam posto slučajeva, a najzastupljeniji su njihovi roditelji i policija kao izvori informacija (Ciboci i dr., 2011). Istraživanje provedeno analizom ukupno 56 izdanja *Jutarnjeg lista* i *Večernjeg lista* tijekom veljače 2011. godine pokazalo je da su teme u kojima su zastupljena djeca u ovim medijima marginalizirane i da im se posvećuje malo prostora (Vlainić, 2012). Kada se o djeci izvještava, najčešće je to tek površinski i prilično nevjerodostojno jer je primarno prisutan samo jedan izvor

informacija, a niti jednog izvora nema u više od 30% članaka. Kršenje etičkih standarda vidljivo je i pri uporabi dječjih fotografija kako bi se prikazalo izvanredne događaje i prosvjede, stvorilo dobar imidž političara ili kompanija, dakle radi se o člancima neopravdano opremljenima fotografijama djece (Vlainić, 2012: 55).

Izvještavanje o djeci uvijek je izazovno, a posebice kada se radi o slučajevima djece koja su uključena u bilo koji oblik nasilja ili zlostavljanja. Bilo da su djeca žrtve, svjedoci, osumnjičenici ili okrivljenici za neko kazneno djelo, novinari u svojim priložima ne smiju dozvoliti identifikaciju djeteta, osim iznimno kada je to u javnom interesu i kada ni na koji način ne ugrožava djetetovu dobrobit (hnd.hr, 2009). Prema Kodeksu časti hrvatskih novinara, nedopustivo je bilo kakvo izravno ili neizravno otkrivanje djetetova identiteta, a djetetova je dobrobit iznad svakog javnog interesa (hnd.hr, 2009). Praksa nažalost ipak pokazuje da kršenje Kodeksa časti hrvatskim medijima nije strano. Istraživanje provedeno na člancima s temom zlostavljanja djece objavljenim u tri hrvatske dnevne novine – *24sata*, *Jutarnji list* i *Večernji list* - u periodu 2018. i 2019. godine pokazalo je vrlo zabrinjavajuće rezultate (Majstorović i dr, 2023). Otkrivanje identiteta djeteta vrlo je česta praksa, posebice u slučajevima kada ga je trebalo zaštititi, čime je povrijeđeno djetetovo pravo na dostojanstvo i privatnost. Vrlo je učestalo i iznošenje detalja o zlostavljanju te okrivljavanje žrtve za proživljeno zlostavljanje - sve su to prakse koje potencijalno mogu ponovno traumatizirati žrtve (Majstorović i dr, 2023). Prema ranije spomenutom istraživanju provedenom na *Jutarnjem* i *Večernjem listu* u veljači 2011. godine, privatnost djece najčešće se krši kada se o njima izvještava pojedinačno, a ne kada se govori o djeci općenito (Vlainić, 2012). Ono što je posebno zabrinjavajuće je da se u nekolicini članaka nalazi ime, prezime, dob i prebivalište djeteta (Vlainić, 2012: 54).

#### **4.1 IZVJEŠTAVANJE O HUMANITARNIM AKCIJAMA POVEZANIMA S DJECOM**

Kada je riječ o humanitarnim akcijama namijenjenima djeci, posebno dolazi do etičkih prijepora oko izvještavanja - s jedne strane imamo problem izvještavanja o djeci bez kršenja njihovih prava te viktimizaciju djece, dok je s druge strane plemeniti cilj koji želimo postići izlaganjem djece javnosti. Najveći izazov kod izvještavanja o bilo kojoj humanitarnoj akciji namijenjenoj djeci je „pronaći ispravan, etičan i profesionalan način kroz koji će se sustavno i istovremeno štititi dječja prava i pomoći im jer su u potrebi“ (Weiss, 2018: 2, cit. prema Osmančević, 2018: 48). Oduvijek, a posebice u današnje vrijeme, vizualni elementi poput

videozapisa i fotografija vrlo su značajno i snažno oruđe u novinarskom poslu. Isto vrijedi i za humanitarne akcije u kojima se često koriste razne fotografije i snimke djece sa svrhom privlačenja pozornosti i izazivanja suosjećanja. Katkad se u izvještavanju o humanitarnim akcijama pretjera i profesionalni novinarski pristup zamjenjuje se senzacionalističkim. „Iako senzacionalistički pristup izvještavanju o djeci javnost zainteresira tek nakratko, posljedice su s druge strane za samu djecu puno dugotrajnije“ (Vilović, 2007: 32). Premda fotografije i drugi vizualni elementi u kojima se prikazuju djeca daju dodatnu snagu i vjerodostojnost svakoj priči kojoj je tema humanitarni rad posvećen djeci, valja izbjegavati objavljivanje privatnih fotografija kao i onih na kojima je dijete u nekoj ranjivoj situaciji (primjerice zaprljano na ulici ili kako leži u bolničkom krevetu). Kako stoji u Kodeksu časti hrvatskih novinara, dijete mlađe od 14 godina novinar bez pristanka djeteta i roditelja (ili druge odgovorne osobe) ne smije intervjuirati ni fotografirati, a čak i kada za to ima pristanak, tim činom ne smije ugroziti djetetovu dobrobit (hnd.hr, 2009). Prema Osmančević, javnost bi trebalo o nekom problemu izvještavati koristeći izdvojene slučajeve, ali bez da ih se predstavi kao primarni element ili središte izvještavanja, već kao jedan od primjera te pri tome voditi računa da se ne ogoli djetetova intima (2018: 55). Na primjer, ako se organizira humanitarna akcija namijenjena za pomoć djeci oboljeloj od raka, nema potrebe objavljivati obiteljske, socijalne i ostale životne prilike te djece. Ono o čemu se prvenstveno treba voditi računa u svim akcijama koje se poduzimaju, a povezane su s djecom, jest upravo interes djeteta, što jasno propisuje *Konvencija o pravima djeteta* (1989: članak 3.), međunarodni dokument kojim se priznaju prava djece u cijelom svijetu (unicef.org, 2024).

Imajući u vidu koliko je izazovno i potencijalno škodljivo izvještavati o djeci i mladima, UNICEF je sastavio etičke smjernice i načela za etičko izvještavanje o djeci, u cilju da pomogne novinarima da o djeci izvještavaju na ispravan način te da im pri intervjuiranju omoguće što bolje i sigurnije uvjete. Važno je djetetovu priču i/ili fotografiju uvijek staviti u točan kontekst bez manipulacije sadržajem ili opisom fotografije, kao i izbjegavati dodatno obilježavanje ikojeg djeteta opisima koji bi ga mogli izložiti diskriminaciji, zlostavljanju, odbacivanju ili ikakvoj dodatnoj psihičkoj ili fizičkoj patnji (unicef.org, 2019). Pri samom razgovoru i intervjuiranju djece, treba izbjegavati ikakvo nanošenje štete u vidu komentara ili pitanja koji djetetu mogu oživjeti traumu, potaknuti tugu i bol ili ga na bilo koji način osuđivati. Uvijek treba imati na umu da „zaštita najboljih interesa svakoga djeteta prethodi svim drugim obzirima, pa i zagovaranju dječjih pitanja kao i promicanju dječjih prava“ (unicef.org, 2019). Prema tome, čak i kada imamo plemenitu namjeru pomaganja djeci, primjerice kada je riječ o humanitarnim

akcijama, moramo dobro moći i znati procijeniti kako to učiniti u najboljem interesu djeteta. Emocije javnosti ne smijemo 'mamiti' izvlačenjem dječjih izjava iz konteksta, traženjem djece da nešto kažu ili ispričaju drukčije kako bi zvučalo 'bolje', korištenjem privatnih fotografija ranjive djece (posebno bez ikakve dozvole). Naravno, i pretjerana strogoća smjernica pri izvještavanju također može biti kontraproduktivna. U svakoj situaciji treba prepoznati što je najbolje učiniti i zato je najvažnije da se novinari za svaki pojedinačni izvještaj pomno upoznaju sa svim faktorima koje treba razmotriti (Stone, 1999: 34, prema Day, 2004: 174). U prezentaciji humanitarnih akcija namijenjenih djeci, a imajući na umu dosadašnju praksu nedovoljne zaštite njihovih prava, važno je da novinari slijede etička načela svoje profesije, educiraju se pravilnim načinima izvještavanja o djeci te da na kraju krajeva uvijek teže u svom radu izbalansirati između „zaštite dječjih prava i postizanja krajnjeg cilja humanitarne akcije, a to je pomoć djetetu ili djeci u potrebi“ (Osmančević, 2018: 54).

## 5. RTL POMAŽE DJECI

Humanitarna udruga pod nazivom „RTL pomaže djeci“ djeluje od prosinca 2006. godine, kada ju je RTL Hrvatska osnovao u suradnji s *Večernjim listom*, a s ciljem da djeci diljem Hrvatske pomognu te omoguće odrastanje i što bezbrižnije djetinjstvo i život u što boljim uvjetima (rtlpomazedjeci.hr, 2024). S provođenjem projekata krenuli su 2007. godine. Ova humanitarna udruga djeluje kao dobrotvorni fond kojem donirati mogu pravne i privatne osobe, a sva se donirana sredstva koriste za financiranje raznovrsnih projekata namijenjenih djeci. Projekte prijaviti mogu isključivo neprofitne organizacije „koje u svojoj nadležnosti imaju skrb o osobama do 18 godina starosti i koje ispunjavaju uvjete propisane u natječaju za donacije“ (rtlpomazedjeci.hr, 2024), kao što su bolnice, škole, vrtići, udruge, zaklade te druge organizacije. Ne radi se, dakle, isključivo o prikupljanju donacija i pomoći djeci sa zdravstvenim i drugim poteškoćama, nego i o pomoći onima koji nemaju adekvatne uvjete za život ili primjerice obrazovanje. Udruga „RTL pomaže djeci“ javnosti je velikim dijelom poznata zbog svoje velike nacionalne kampanje prikupljanja sredstava nazvane „Budi mi prijatelj“, koja se od 2007. provodi svake godine. U sklopu ove kampanje udruga „RTL pomaže djeci“ prikuplja novčana sredstva za realizaciju određenog projekta ili više projekata, obično u suradnji s hrvatskoj javnosti poznatim osobama (voditeljima, pjevačima, glumcima, sportašima..) kao ambasadorima kampanje, odnosno 'kumovima projekta', kako ih iz udruge nazivaju. Pravne i privatne osobe udruzi „RTL pomaže djeci“ mogu pomoći i priključiti se donacijama pozivom na njihov humanitarni broj koji je tijekom cijele godine aktivan, mogu uplatu izvršiti direktno na donacijski žiro-račun, a također i online donacijama putem internetske stranice Udruge (rtlpomazedjeci.hr, 2024). Isto tako, Udruga katkad uprihođuje u suradnji sa svojim partnerima putem humanitarnih akcija prodaje nekih proizvoda. Primjerice, u drugoj godini provođenja kampanje „Budi mi prijatelj“, pokrenuta je akcija prodaje „Budi mi prijatelj“ plišanih medvjedića koju je pokrenula tvrtka Quelle putem koje se medvjedić prodavao, a sav je prihod od prodaje bio namijenjen za donaciju udruzi „RTL pomaže djeci“ za realizaciju projekata diljem Hrvatske (rtlpomazedjeci.hr, 2024).

### 5.1 MEDIJSKO PRAĆENJE RADA UDRUGE I DOSADAŠNJI REZULTATI

Osim što na svojoj web stranici objavljuju nove natječaje, apele za pomoć i krajnje rezultate provedenih projekata, videozapise istih tema prikazuju i na RTL televiziji te ih objavljuju na

službenom YouTube kanalu RTL Pomaže Djeci. Tim sadržajem nastoje se približiti svojim gledateljima i potaknuti ih na sudjelovanje u akciji, ali i zahvaliti na donacijama i pomoći koju su pružili tijekom svake nove kampanje „Budi mi prijatelj“. Jedan od primjera je projekt pokrenut za Opću bolnicu Zadar kojoj je na neonatološkom odjelu bio potreban novi uređaj za najmlađe pacijente. Projekt je započeo u prosincu 2021. godine kada je RTL u svom televizijskom programu u sklopu reklama emitirao videozapis o novom projektu i potrebi za donacijama, a isti su objavili i na YouTube kanalu pod naslovom *'Budi mi prijatelj: Prijevremeno rođenim bebama u OB Zadar potreban je novi mobilni RTG uređaj'*. Krajem svibnja 2022. godine, kada je projekt dovršen, a donacije prikupljene, Udruga je opremila bolnicu. Tim povodom emitirali su novi reklamni videozapis u kojem su gledatelje i donatore informirali o uspjehu provedenog projekta i zahvalili im na donacijama, a objavljen je pod naslovom *'Zahvaljujući vašim donacijama, OB Zadar dobila je mobilni RTG uređaj za svoje najmlađe pacijente!'*. Na taj način odgovorno postupaju prema svojim donatorima i svima koji ih podržavaju jer im daju do znanja da cijene njihovu pomoć te pokazuju da je prikupljeni novac doista utrošen za pravu svrhu.

U videozapisima kojima se služe za prikaze svojih projekata najčešći su akteri voditelji ili zaposlenici dječjih bolnica, domova, udruga ili drugih objekata kojima se nastoji pomoći aktualnim projektom, kao i djeca koja su direktni korisnici potpore te njihovi roditelji. Djeca se prikazuju u raznim aktivnostima i stanjima – od igre, crtanja, sviranja instrumenata, do primanja infuzije u bolničkom krevetu. Nekima od njih saznajemo i imena, dakle ne prikriva se njihov identitet. No ne govori se isključivo o slučaju jednog djeteta, već o općenitom stanju u kojem se neka skupina nalazi i zašto im je potrebna pomoć – nema dodatne viktimizacije, izvrgavanja jednog djeteta pretjeranoj pozornosti niti zapravo djeca sama puno govore o lošim stvarima koje im se događaju. Njihove se izjave više čuju kada je projekt već proveden i pomoć im je omogućena, kada oni zahvaljuju na tome i govore zašto im je to pomoglo. Iz svega navedenog smatram da je u ovakvom slučaju prikazivanje djece u kontekstu humanitarne akcije opravdano jer nije pretjerano niti ih i na koji način ugrožava.

RTL kao pokretač ove udruge, a samim time i njen najveći medijski predstavnik svakako na dobar način izvještava o svim događajima i projektima vezanim za rad udruge i na taj način u javnost šalje pozitivnu sliku. Takva 'promocija' Udruge omogućila je njenu široku prepoznatljivost i brojne uspjehe u provedenim projektima. Prema posljednjim podacima koje je Udruga objavila, od osnutka je provela, odnosno financirala čak 322 različita projekta u koje je ukupno uloženo više od 3,3 milijuna eura, ili oko 25 milijuna bivših kuna. (rtl.hr, 2024).



Financiranjem tih projekata osigurana je pomoć za više od milijun djece koji su kroz godine bili direktni korisnici potpore (rtl.hr, 2024).

## 6. ZAKLADA ANA RUKAVINA

Zaklada Ana Rukavina s radom je započela još krajem 2006. godine, a formalno je osnovana 14. veljače 2007. godine. Sve je započelo s mladom novinarkom Anom Rukavinom koja se liječila od leukemije i u tome joj je trebala pomoć za nabavu lijekova i liječenje u inozemstvu, s obzirom na to da u Hrvatskoj nije postojao dovoljno razvijen sustav dobrovoljnog darivanja koštane srži (zaklada-ana-rukavina.hr, 2024). Kako bi joj se pomoglo, pokrenuta je akcija pod nazivom 'Želim život' i velik broj ljudi se odazvao, no unatoč tome i velikim naporima liječnika, Ana je u studenom 2006. godine preminula. Njena je obitelj nakon toga odlučila osnovati Zakladu, zajedno s dnevnim listom *Vjesnik* u kojem je Ana radila te Hrvatskom udrugom leukemija i limfomi (zaklada-ana-rukavina.hr, 2024). Cilj osnivanja ove zaklade bio je proširiti Hrvatski registar dobrovoljnih darivatelja koštane srži i matičnih stanica i tako pomoći svima koji su u potrebi, baš kao što su Hrvati nesebično pomogli kada je Ani bilo najpotrebnije.

Dana 21. prosinca 2006. godine održan je prvi humanitarni koncert pod nazivom 'Želim život' na zagrebačkom Trgu bana Josipa Jelačića i od tada se organizira svakog studenog ili prosinca (s trogodišnjom iznimkom za vrijeme pandemije koronavirusa) kako bismo se svi prisjetili Ane i onoga što nam je nakon njenog odlaska ostalo. Na koncertima nastupaju brojna lica glazbene scene koja, osim pjesme i zabave, pozivaju građane da se pridruže akciji 'Želim život'. Zaklada koncerte održava u suradnji s Novom TV koja iz godine u godinu koncerte prenosi uživo na svom televizijskom programu i online platformama te organiziraju cjelokupni program u kojem se glumci, političari, sportaši i ostala poznata lica neumorno javljaju na telefonske pozive gledatelja koji na taj način podržavaju ovu akciju i doniraju novac. Osim za medicinsku opremu za liječenje pacijenata na odjelu onkologije, donacije se skupljaju i za stručno osposobljavanje medicinskog osoblja, prvenstveno hematologa i medicinskih sestara (dnevnik.hr, 2023). Predsjednik Uprave Nove TV jednom je prilikom rekao kako je „Koncert Želim život i suradnja s hvalevrijednom Zakladom Ana Rukavina, perjanica društveno odgovornih projekata Nove TV, kroz koje iz godine u godinu naše zajedništvo donosi boljitak društvu“ (zaklada-ana-rukavina.hr, 2021). Svake godine se u vrijeme održavanja koncerta prikupi svota veća nego ikoli drugi dan u godini, a na posljednjem je koncertu održanom 25. studenog 2023. prikupljeno je čak 173000 eura (dnevnik.hr, 2023).

Ovakav vid suradnje Zaklade Ana Rukavina i Nove TV kao jedne od dviju najvećih komercijalnih televizija u Hrvatskoj svakako je Zakladi donio brojne dobrobiti i približio njenu djelatnost i svrhu građanima. Od nekoliko stotina zaklada koje u našoj zemlji postoje, ova je

nedvojbeno najpoznatija, što je svakako velikim djelom zahvaljujući organizaciji već spomenutih tradicionalnih koncerata i suradnji s Novom TV. O samoj Zakladi se najčešće izvještava samo krajem godine, u vrijeme kada i započinje akcija 'Želim život', početkom studenoga, kada se prisjećamo godišnjice Anine smrti i kada se održava zagrebački koncert. Od svog osnivanja do danas Zaklada Ana Rukavina je uz pomoć dobrovoljnih darivatelja ostvarila velike pomake. Te 2006. godine, dok se sama Ana još borila s bolešću, u hrvatskom registru donora koštane srži bilo je svega 150-ak ljudi, pretežito članova uže obitelji oboljelih, a danas ih registar broji čak 64614 (zaklada-ana-rukavina.hr, 2024). Ukupno su iz našeg registra donora napravljene 172 transplantacije i tako spašeni brojni životi.

## 7. ZAKLJUČAK

Ono što je ovim radom nedvojbeno potvrđeno je da mediji imaju iznimno jak utjecaj u današnjem svijetu u svim sferama života. Jedna od njih je i stvaranje i održavanje javne svijesti građana o brojnim temama pa tako i radu humanitarnih udruga i zaklada. Općenito izvještavanjem o njihovoj svrsi i potrebama građane educiraju o važnosti pomaganja i solidarnosti te ih potiču da se i sami priključe humanitarnom radu. Također, mediji mogu i na nekoj višoj razini biti uključeni u djelovanje neke humanitarne udruge ili zaklade, kao što smo mogli vidjeti na primjeru RTL-a i njihove Udruge RTL pomaže djeci te Nove TV u suradnji sa Zakladom Ana Rukavina. Mediji se na taj način ostvaruju u društveno odgovornom poslovanju, odnosno pokazuju interes za neke važne aspekte života poput humanitarnog rada ili zaštite životinja, a ne isključivo za vlastiti profit. I RTL pomaže djeci i Zaklada Ana Rukavina transparentni su i uspješni projekti koji veliki dio realizacije svojih vizija duguju upravo suradnji s televizijskim kućama. Praćenje njihovih akcija, projekata i sveukupnog rada i izvještavanje javnosti o tome svakako je senzibiliziralo i potaknulo gledatelje da se priključe i podrže ove akcije. Općenito govoreći, humanitarne akcije mogu biti namijenjene brojnim skupinama ljudi – oboljelima, beskućnicima, stradalima prilikom vremenskih nepogoda, a tu su i djeca kao jedna od najranjivijih skupina. Kada je riječ o izvještavanju o djeci, novinari uvijek moraju biti oprezni i štititi njihovo pravo na privatnost, kao i ostala prava koja im pripadaju. To može biti iznimno izazovno kada se o djeci izvještava u sklopu humanitarnih akcija. U takvim su slučajevima djeca često već proživjela neka neugodna iskustva, bolesti, traume ili boli koje se humanitarnim akcijama pokušavaju ublažiti i na taj im način pomoći. Ipak, može biti teško izvještavati o djeci i pozivati na pomoć bez da ih se na neki način podsjeti na proživljena iskustva ili dodatno viktimizira. Ključno je pronaći balans i uspjeti pomoći djeci, a da pritom ne povrijedimo njihova prava te je važno nikad ne zaboraviti – „dobrobit djeteta nadređena je javnom interesu“ (hnd.hr, 2009).

Smatram da bi u budućnosti trebalo provesti više istraživanja kojim bi se ispitalo na koji se način u medijima izvještava o humanitarnom radu i akcijama. To je posebno bitno budući da na ljude kojima je potrebna pomoć neetično i nepažljivo izvještavanje može iznimno negativno utjecati kao i dovesti do neželjenih posljedica ili kontraefekata. No isto tako uvidjelo bi se i koliko dobra može donijeti obzirno izvještavanje prema etičkim načelima i kada se učini sve potrebno kako bi se ispunio najvažniji cilj, a to je pomoći onima kojima je to najpotrebnije.

## 8. POPIS LITERATURE

1. Bežovan, Gojko (2002) Struktura civilnog društva u Hrvatskoj. *Politička misao* 39(1): 63-87. <https://hrcak.srce.hr/file/38308>
2. Ciboci, Lana (2014) Zaštita privatnosti djece u Večernjem listu i Jutarnjem listu u 2013. godini u odnosu na 2010. godinu. *Medijske studije* 5(9): 92-107. <https://hrcak.srce.hr/file/188585>
3. Ciboci, Lana i dr. (2011) *Djeca medija: od marginalizacije do senzacije*. Zagreb: Matica hrvatska.
4. Day, Louis Alvin (2004) *Etika u medijima : primeri i kontroverze*. Beograd: Medija centar.
5. dnevnik.hr (2023) Glazbeni spektakl "Želim život" održan na zagrebačkom Trgu: Prikupljeno više od 170.000 eura. *Dnevnik.hr* 26. studenoga 2023. <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/18-po-redu-koncert-zelim-zivot-u-organizaciji-zaklade-ana-rukavina---814441.html> Pristupljeno 15. ožujka 2024.
6. gov.hr (2024) <https://gov.hr/hr/racunovodstvo-udruge/590?lang=hr> Pristupljeno 5. ožujka 2024.
7. gradanskiodgoj.rijeka.hr (2024) <https://gradanskiodgoj.rijeka.hr/sto-treba-znati-o-zivotu-u-demokraciji/civilno-drustvo/sto-je-to-civilno-u-drustvu/> Pristupljeno 29. veljače 2024.
8. hnd.hr (2009) Kodeks časti hrvatskih novinara. <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinarar1> Pristupljeno 26. veljače 2024.
9. Jurčić, Daniela (2017) Teorijske postavke o medijima - definicije, funkcije i utjecaj. *Mostariensia* 21(1): 127-136. <https://hrcak.srce.hr/file/280344>
10. Majstorović, Dunja, Popović, Stjepka i Vilović, Gordana (2023) Zlostavljanje djece i medijska etika: prikaz žrtava i korištenje ugrožavajućih praksi u dnevnim novinama u Hrvatskoj. *Ljetopis socijalnog rada* 30(1): 9-33. <https://hrcak.srce.hr/file/442634>
11. Malović, Stjepan, Ricchiardi, Sherry, Vilović, Gordana i Dragojević, Sanja (2007) *Etika novinarstva*. Zagreb: ICEJ.
12. Malović, Stjepan (2005) Uloga novinara u društveno odgovornom poslovanju. *Politička misao* 42(4): 91-96. <https://hrcak.srce.hr/file/32884> Pristupljeno 5. ožujka 2024.
13. Marković, Nedjeljko (2022) Traži se partnerski pristup. U: Beck, Boris (ur.) *Izveščivanje o ranjivim skupinama*. Zagreb: Matica Hrvatska.

14. Martinić, Tena (1994) *Postmoderna, svakidašnjica, komunikacija*. Opatija: Naklada Benja.
15. Matešić, Mirjana i dr. (2015) *Društveno odgovorno poslovanje*. Zagreb: VPŠ Libertas.
16. mpu.gov.hr (2021)  
<https://mpu.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Statisti%C4%8Dki%20prikaz/Statisti%C4%8Dki%20prikaz%20broj%202022.pdf> Pristupljeno 26. veljače 2024.
17. Osmančević, Leali (2018) Zaštita dječjih prava u humanitarnim akcijama s osvrtom na afričke zemlje. *Medijske studije* 9(18): 44-59. <https://doi.org/10.20901/ms.9.18.3>
18. Ožegović, Ivana (2021) Kratak prikaz različitosti između zaklade i udruge. *Savjetnica udruga* 8. veljače. <https://savjetnica-udruga.com/kratak-prikaz-razlicitosti-između-zaklade-i-udruge/> Pristupljeno 26. veljače 2024.
19. Rukavina, Kornelija (1994) Karakteristike neprofitnih i neprofitabilnih organizacija u odnosu na profitne i profitabilne organizacije. *Ekonomski vjesnik* VII(1): 85-90.  
<https://hrcak.srce.hr/file/331484> Pristupljeno 24. veljače 2024.
20. rtl.hr (2024) RTL je kroz udruhu 'RTL pomaže djeci' promijenio živote milijunima djece: 'Zaslužuju imati svijetlu budućnost'. *Rtl.hr* 4. svibnja 2024.  
<https://www.rtl.hr/novosti/rtl-20-godina/rtl-je-kroz-udruhu-rtl-pomaze-djeci-promijenio-zivote-milijunima-djece-zasluzuju-imati-svijetlu-buducnost.html>
21. rtlpomazedjeci.hr (2024) <https://rtlpomazedjeci.hr/hr/>
22. rtlpomazedjeci.hr (2024) <https://rtlpomazedjeci.hr/hr/pomozite-nam/>
23. Strika, Melanija (2005) Perspektive međudnosa solidarnosti, povjerenja i dobrovoljnosti u hrvatskom društvu. *Bogoslovska smotra* 75(4): 1153-1174. <https://hrcak.srce.hr/file/38380>
24. unicef.org (2019) ETIČKE SMJERNICE Načela za etičko izvještavanje o djeci  
<https://www.unicef.org/croatia/sites/unicef.org.croatia/files/2019-09/Eticke%20smjernice%20izvjestavanje%20o%20djeci-converted.pdf>
25. unicef.org (2024) Konvencija o pravima djeteta  
<https://www.unicef.org/croatia/konvencija-o-pravima-djeteta>
26. Vilović, Gordana (2007) Prava djeteta i mediji - etički aspekti. U: Gabelica Šupljika, Maja (ur.) *Pozitivni sadržaji za djecu i o djeci* (str. 31-35). Zagreb: Pravobraniteljica za djecu.
27. Vlainić, Marta (2012) Kako hrvatske dnevne novine izvještavaju o djeci: analiza sadržaja Jutarnjeg i Večernjeg lista. *Medijska istraživanja* 18(1): 33-59.  
<https://hrcak.srce.hr/file/127109>

28. zaklada-ana-rukavina.hr (2021) <https://zaklada-ana-rukavina.hr/koncert-zelim-zivot-zaklade-ana-rukavina-i-nove-tv-ponovo-ujedinio-hrvatsku-prikupljeno-vise-od-milijun-kuna-2/>
29. zaklada-ana-rukavina.hr (2024) <https://zaklada-ana-rukavina.hr/o-zakladi-ana-rukavina/>
30. zakon.hr (2023) Zakon o medijima <https://www.zakon.hr/z/38/Zakon-o-medijima>
31. zakon.hr (2024) Zakon o zakladama <https://www.zakon.hr/z/1435/Zakon-o-zakladama>
- Žitinski, Maja (2010) Novinarstvo kao industrija nasuprot novinarstvu kao profesiji. *MediAnali* 4(7): 23-38.

## SAŽETAK

U ovom završnom radu istražena je uloga medija u praćenju rada humanitarnih udruga i zaklada, s konkretnim osvrtom na humanitarnu udruhu „RTL pomaže djeci“ i Zakladu Ana Rukavina. Istaknuto je kako mediji imaju važnu ulogu u podizanju javne svijesti o važnosti humanitarnog rada, potičući građane na solidarnost i pomoć onima u potrebi. Kroz primjere spomenutih akcija, RTL pomaže djeci i Zaklade Ana Rukavina, prikazano je kako medijsko praćenje može donijeti uspjeh i veliku podršku raznim humanitarnim projektima. Također, naglašeno je da je izvještavanje o djeci, posebice u kontekstu humanitarnih akcija, izazovno jer je potrebno balansirati između podizanja svijesti i zaštite dječjih prava. Na primjeru suradnji humanitarnih organizacija i medijskih kuća te projekata realiziranih zahvaljujući djelovanju navedenih organizacija, istaknuto je kako transparentno izvještavanje javnosti može rezultirati uspjehom u prikupljanju sredstava i pomoći onima kojima je to najpotrebnije. U zaključku rada ističe se važnost provođenja istraživanja o načinima izvještavanja o humanitarnom radu kako bi se osiguralo etičko i odgovorno novinarstvo koje će pridonijeti ostvarivanju temeljne svrhe svih takvih akcija – pomoći onima kojima je najpotrebnije.

**Ključne riječi:** humanitarne udruge, zaklade, mediji, djeca, etički prijevori, humanitarne akcije



## SUMMARY

In this thesis, the role of the media in monitoring the work of humanitarian organizations and foundations was explored, with a specific focus on the humanitarian organization “RTL pomaže djeci” and the Ana Rukavina Foundation. It was emphasized that the media play an important role in raising public awareness of the importance of humanitarian work, encouraging citizens to show solidarity and help those in need. Through examples of the mentioned actions of “RTL pomaže djeci” and the Ana Rukavina Foundation, it was shown how media coverage can bring success and significant support to various humanitarian projects. It was also noted that reporting on children, especially in the context of humanitarian actions, is challenging as it is necessary to balance between raising awareness and protecting children's rights. Through examples of collaboration between humanitarian organizations and media houses and projects realized thanks to the efforts of these organizations, it was highlighted how transparent reporting to the public can result in success in fundraising and helping those in greatest need. In conclusion, the importance of conducting research on manner of reporting on humanitarian work is highlighted in order to ensure ethical and responsible journalism that will contribute to achieving the fundamental purpose of all such actions – helping those in need.

**Key words:** humanitarian organizations, foundations, media, children, ethical dilemmas, humanitarian actions