



Kako prepoznati
SENZACIONALIZAM
U MEDIJIMA

Što nas uči etika?

Etika dolazi od grčke riječi **ethos**, što znači običaj ili navika. Etika nam govori kako trebamo živjeti, što trebamo činiti i kakvi bismo trebali biti (Čehok, Koprek, 1996). Zato za etiku kažemo da je ona nauk o moralu jer propisuje moralna pravila prema kojima bi se ljudi trebali međusobno ponašati.

Ernest Hemingway:

„O moralu znam samo toliko da je moralno ono poslije čega se osjećate dobro, a nemoralno ono poslije čega se osjećate loše.“

U svijetu postoje brojni pravilnici, kodeksi i zakoni koji propisuju pravila lijepog ponašanja. Tako postoje različite vrste etika, kao što su poslovna etika, liječnička etika, novinarska etika i druge.



NOVINARSKA ETIKA

Novinarska etika profesionalna je etika novinarskog poziva. Prema toj etici novinar mora poštivati svakoga čovjeka. A to znači kada piše o nama da nas nikada ne smije iskorištavati, kao da smo neka stvar ili predmet (Poler, 1998).

Svaki čovjek zaslužuje poštovanje i ono je nepovredivo. No, novinari često, i javne i privatne osobe koriste kao sredstva za privlačenje oglašivača. Na taj način ostvaruju profit za svoje medijske kuće. No, zarada ne smije biti glavni cilj postojanja nekog medija. Najvažnije je da nas mediji istinito izvještavaju.



Kako bi novinar trebao pisati i izvještavati?

Točno

Vijest mora biti ispravno napisana, npr. pisanje imena i prezimena, funkcija ili brojki. Informacije i podaci trebaju se provjeriti prije objave.

Netočnost može pojedincima nanijeti neugodu, izazvati podsmijeh i imati dugoročne posljedice.

Istinito

Novinar uvijek treba pisati istinito, nikada ne smije lagati.

Vijest se treba temeljiti na činjenicama kojima se događaj pojašnjava.

Mora se provjeriti istinitost svake informacije.

Pošteno

Vijest treba sadržavati činjenične podatke, ne smije se temeljiti na osobnim stajalištima i mišljenjima novinara.

Novinar treba izvještavati cjelovito i prikazati sve činjenice važne za razumijevanje događaja. Dužnost je novinara da bude iskren prema publici, ne smije ju navoditi na krivi zaključak.

Nepriistrano

Novinar se u izvještavanju ne smije svrstavati ni na jednu stranu.

Događaj se treba prikazati onako kako se dogodio, novinar ne bi trebao iznositi svoja osobna shvaćanja. U izvještaju je potrebno prikazati sve strane koje su važne za događaj.

Uravnoteženo

Novinar treba prikazati sve strane koje su uključene u događaj. Informacije se trebaju provjeravati iz više izvora, ne samo iz jednoga. Novinar je obvezan svim stranama uključenim u događaj pružiti mogućnost reći što se dogodilo i zašto se to dogodilo.



Uloga medija u društvu

Mediji služe građanima, informiraju, promiču demokraciju i obrazuju. Znanstvenici su dokazali da se građani koji više koriste medije češće uključuju u politiku, bolje upoznaju druge pa su i više zainteresirani za njih, te bolje prihvaćaju razlike među ljudima. Neki od primjera uloge medija u društvu:

Prenose važne informacije - „Nastupa zimsko računanje vremena: Vozači, palite svjetla i po danu!“

Obavještavaju o političkim događanjima - „Predsjednički kandidati odgovaraju na ključna pitanja kampanje“

Kontroliraju osobe i stranke koje su na vlasti - „Poništen javni natječaj na čije smo nepravilnosti upozoravali“

Štite nas od mogućih prijevara - „Policija upozorava: Ne javljajte se na nepoznati broj iz inozemstva“

Prenose znanje i otkrića - „Maturant iz Zagreba osvojio prvo mjesto na Državnom natjecanju iz matematike“

Zabavljaju nas - „Pročitajte 10 zanimljivih činjenica o lego kockama“

SENZACIONALIZAM U MEDIJIMA

Senzacionalizam je svakodnevna pojava u medijima, a podrazumijeva način pisanja novinarskih tekstova u kojem novinari krše etička pravila svoje struke.

***tekstovi koji prenose govor mržnje, nisu utemeljeni na činjenicama, bave se nevažnim temama, vrijeđaju druge osobe, zadiru u privatni život, sadrže uznemirujuće fotografije unesrećenih osoba itd.**

Senzacionalističke vijesti usko su povezane s komercijalizacijom medija. Kaže se da su vijesti postale roba na tržištu pomoću koje mediji ostvaruju profit.



novinari pišu senzacionalistički

reklame medijima donose veliku zaradu

pažnja se skreće na besnačajne događaje

publika privlači promičebenu industriju

pridobiva se brojna publika

Izvještavanje o nevažnim temama

Novinari se u svom izvještavanju često koriste atraktivnim i senzacionalističkim informacijama koje se odnose na privatni život javnih i poznatih osoba.

Ovakve informacije popraćene su **šokantnim fotografijama**, prikazane su na **bombastičan način** i nisu utemeljene na ozbiljnoj novinarskoj analizi samoga događaja.

Sadržaj vijesti uglavnom su **tračevi, glasine, afere i skandali**, koji se oslanjaju na neprovjerene informacije i neimenovane izvore.

ŠOKANTNO! Prelijepa Lucija Lucić ima celulit

Na humanitarnoj večeri posvećenoj oboljelima od raka, poznata glumica Lucija Lucić pojavila se odjevena u **prekrasnu svilenu haljinu**, dok su na njezinim dugim nogama zabljesnule srebrne **cipele poznatog kreatora L & C-a**. Međutim, najveću pažnju ipak su privukle njezine **noge na kojima se jasno vidi celulit**. Dok se u

kuloarima šuška kako se slavna glumica već **duže vrijeme bori s viškom kilograma** i drži brojne dijete, drugi nagađaju kako je **nezapamćeno loš Lucićkin izgled rezultat nedavnog poroda**. Lijepa glumica u braku je nešto više od godinu dana s redateljem Matijom Matićem, a prije dva mjeseca postali su novopečeni roditelji male Pie.

KRŠENJE PRAVA NA PRIVATNI ŽIVOT



Privatni i obiteljski život svake osobe zakonom je zaštićen od senzacionalističkog izvještavanja. Nažalost, novinari često pišu o obiteljskim problemima, nesuglasticama i preljubima domaćih i stranih osoba iz javnoga života. Ovakve vijesti smatraju se neetičnim jer sadrže privatne informacije koje nisu povezane s radnim mjestom na kojem se te osobe nalaze → nisu od javnog interesa građana.



Ekskluzivne fotografije: pjevačica Ana Anić s dečkom ljetuje na Braču

Ovih su dana domaće medije **preplavile fotografije pop dive Ane Anić, na kojima mlada pjevačica uživa u moru i suncu na skrovitim plažama otoka Brača.** Iako se u javnosti šušalo da je **zvjezdanoj ljubavi između prelijepa pjevača i slavnog glumca Pere Perića došao kraj,** par je objavom fotografija na zajedničkom Facebook profilu opovrgnuo sve glasine.

Prvi vam donosimo ekskluzivne fotografije sretnoga para kako zagrljeni šeću bračkim ulicama, razgledavaju lokalne suvenirnice te svoj turistički obilazak uvijekvećuju jednim selfijem. **Tu je, naravno, i neizostavna poruka za sve Facebook prijatelje:** „Postoji samo jedan naziv za ovo mjesto, a to je – raj na zemlji“. Iako se par nije želio oglasiti na tračeve o problemima u vezi, **od njima bliskih izvora došli smo u posjed bombastičnih fotografija** koje, kako se popularno kaže, govore više od tisuću riječi.

POVREDA NEČIJEG UGLEDA U DRUŠTVU

Dostojanstvo (lat. dignitas) podrazumijeva pravo svake osobe da ju se poštuje od rođenja. Ugled (lat. reputatio) označava opće mišljenje o nekoj osobi, skupini ili organizaciji.

Postoje različiti zakoni kojima se štite ugled i dostojanstvo svake osobe u društvu.

1.

Novinar je dužan poštovati te zakone i ljude o kojima piše ne smije vrijeđati niti o njima objavljivati neistinite i neproverjene informacije.

2.

Novinar u javnosti ne smije stvoriti pogrešan zaključak o nekoj osobi, tj. dovesti je na loš glas u društvu.

3.

Osoba bi kasnije mogla trpjeti nelagodu, sram i pritisak okoline u kojoj živi.

4.

Ovakvim načinom izvještavanja najčešće su pogođene javne i slavne osobe.



Djelatnici ogorčeni: Ravnatelj novac koji pripada agenciji koristi za privatne potrebe, dok oni nemaju niti osnovnu tehničku opremu. **Luka Lukić, ravnatelj „Agencije za promet“**, u više je navrata **zloupotrebljavao svoj službeni položaj i novac koji pripada agenciji koristio u privatne svrhe**, tvrdi pravnik agencije Vlado Vladić. Ovakvo ponašanje izazvalo je bijes djelatnika kojima nedostaje osnovna tehnička oprema, poput projektoru i računala potrebnih za svakodnevni rad, dok se njihov ravnatelj **olako razbacuje državnim novcem**. Prema riječima Vladića, jednog od djelatnika u „Agenciji za promet“, Lukić već duži niz godina **službeni automobil učestalo koristi za svoje privatne potrebe**. Više je puta viđen kako njime **odlazi na ljetovanja i zimovanja sa svojom obitelji**. Vladić također dodaje da se Lukić besramno služi službenim automobilom kako bi svoje **dvoje djece svakodnevno prevezao do dječjeg vrtića**.

IZVJEŠTAVANJE O TRAGEDIJAMA I NESREĆAMA

Kada izvještavaju o samoubojstvima, nesrećama, osobnim tragedijama, bolestima, smrtnim slučajevima i nasilnim djelima, novinari moraju biti posebno oprezni. Dužnost je svakog novinara voditi računa o dostojanstvu sudionika događaja o kojemu izvještava.

✓ *U medijima često pronalazimo detaljne opise tragičnih događaja, uznemirujuće fotografije i podatke kojima se otkriva identitet unesrećenih osoba.*



✓ *Novinari znaju otići i korak dalje te tražiti mišljenja stručnjaka, komentare osoba bliskih žrtvi i na taj način nesretan događaj danima prikazivati u medijima.*

Opisivanjem, prepričavanjem i čitanjem takvih vijesti, unesrećena osoba iznova proživljava tragičan događaj. Taj efekt naziva se SEKUNDARNA VIKTIMIZACIJA.



Drama u Baranji: Upucao bivšu suprugu, a zatim sebi oduzeo život

*Ivan L. (48) iz Lukinog Polja, upucao je pištoljem svoju bivšu suprugu **Željku M. (44)** i teško je ranio, a zatim sebi oduzeo život. Cijeli tragični događaj odvijao se pred očima njihove dvoje malo-dobne djece, **Ane (13)** i **Josipa (11)**. Susjedi kažu da je **Ivan L.** bio **teške naravi** te je **volio zaviriti u čašicu.***

*U više je navrata **govorio da će ubiti bivšu suprugu**, a raspad braka i gubitak posla slomili su ga do te mjere da je prije nesretnog događaja završio na **psihijatrijskom liječenju**. **Željku M.**, koja se za život bori u bolnici, tog je dana zatekao u svojoj kući kako pakira ostatak stvari. Susjedi govore da je žrtva bila **mirna i povučena žena**, iako je, kako kažu, i ona imala **psihičkih problema.***



IZVJEŠTAVANJE O RATOVIMA

Ratno novinarstvo postojalo je još u vrijeme antičke Grčke kada je legendarni pisac Homer u svojim epovima opisivao ratne borbe. Smatra se jednim od najzahtjevnijih oblika novinarstva jer su ratni novinari za vrijeme izvještavanja u stalnoj životnoj opasnosti.

- 1.** Prilikom izvještavanja o ratovima, novinari trebaju pisati samo provjerene činjenice.
 - 2.** Svaki bi novinar trebao jasno napisati kako je došao do određenih informacija.
 - 3.** Za novinara je važno prilikom izvještavanja ostati neutralan.
 - 4.** Mora se izbjegavati objavljivanje mučnih detalja i fotografija.
 - 5.** Nijedan novinar ne smije manipulirati sadržajem koji objavljuje, a posebno ratnim fotografijama.
- 

U prikazivanju ratnih sukoba mediji ne smiju manipulirati riječima, zvukom i slikom. Novinari, a posebno snimatelji, ne smiju manipulirati odabirom kuta snimanja. U ratnim okolnostima novinari svojim izvještavanjem moraju pridonositi mirnom rješenju sukoba, a ne poticati nasilje iznošenjem mučnih detalja. Odgovornost novinara od velike je važnosti za mogući završetak rata.



Izvještavanje o djeci

Djeca su društveno najosjetljivija skupina i zato je zabranjeno otkrivati njihov identitet. Novinar ne smije objavljivati jasne fotografije djece niti stavljati opise zbog kojih bi dijete kasnije moglo trpjeti zlostavljanje okoline u kojoj živi.

Identitet nije samo ime i prezime → inicijali djeteta, broj godina, naziv škole koju dijete pohađa te ime i prezime roditelja samo su neki od dijelova identiteta koji nam mogu otkriti o kojemu je djetetu riječ u nekom članku.

Dok izvještava o djeci, novinar mora pisati o problemu s kojim se ono nosi, a ne o djetetu.



Nasilje u školskim klupama: Gimnazijalac zadobio teške ozljede glave

Dvojica učenika **drugog razreda zagrebačke III. gimnazije, Marko M. (16) i Petar P. (16)** u školi su divljački pretukli kolegu iz razreda **Ivana I. (16)**, koji je zbog toga završio na Hitnoj s teškim ozljedama glave. Drugi učenici ispričali su nam kako se takav slučaj već dogodio kad su **dvojica nasilnika pokušali ukrasti Ivanu novac. Tad su mu povukli torbu i uzeli jaknu, udarali ga šakama u trbuh i prijetili, dok su se ostali učenici smijali i događaj snimali mobitelima. Protiv nasilnih mladić zbog cijelog je slučaja pokrenut disciplinski postupak, a ozlijeđenom mladiću liječnik je propisao i tablete za smirenje.** Ravnatelj škole, **Josip Josipović** slučaj nije htio komentirati, a na društvenim mrežama i dalje se širi video iz prvog slučaja.

Kako su nastala Djeca medija?

Desetak mladih i angažiranih studenata odlučilo je 2008. godine dati svoj doprinos medijskom opismenjavanju djece i mladih u svojoj zajednici. Danas okupljamo više od 80 mladih stručnjaka koji su u sedam godina postojanja uspješno opismenili više od 8500 djece, mladih, školskih djelatnika i roditelja u Zagrebu, Osijeku, Vukovaru, Vinkovcima, Karlovcu, Metkoviću, Splitu, Buzetu, Pazinu, Krapini, Križevcima, Ogulinu, Gospiću, Sisku, Velikoj Gorici, Vukovaru i drugim hrvatskim gradovima. Tri glavne aktivnosti kojima se Djeca medija bave su: edukativna predavanja i radionice, radijske emisije te društvene mreže i internetska stranica djecamedija.org. Za svoje su aktivnosti članovi Djece medija 2015. godine nagrađeni Posebnom Rektorovom nagradom koju svake godine najboljim studentskim projektima i znanstvenim radovima dodjeljuje rektor Sveučilišta u Zagrebu.

Edukativna interaktivna predavanja i radionice:

prilagođena djeci, mladima, roditeljima i školskim djelatnicima

- Cyberbullying – nasilje putem novih medija
- Kako se zaštititi od nasilja na Facebooku
- Odgojna i obrazovna uloga medija
- Utjecaj videoigara na djecu i mlade
- Senzacionalizam u medijima
- Medijski prikaz ljepote
- Mediji i oglašavanje
- Crtani filmovi



Radijske emisije:

Radio Marija - emisija „Odgoj za ideale“

- Medijsko opismenjavanje
- Volontiranje i mladi
- Cjeloživotno učenje i medijska pismenost
- Cjeloživotno učenje i medijska pismenost
- ...i mnoge druge teme poslušajte svake četvrte nedjelje u mjesecu na 96,4 ili 106,8 MHz

Društvene mreže (Facebook, Twitter) i internetska stranica www.djecamedija.org

- Zanimljivi tekstovi o aktualnostima iz svijeta medija
- Medijska svakodnevica
- Publikacije
- Istraživanja
- Roditeljski kutak
- Dječji kutak
- ...i mnoge druge zabavno-edukativne sadržaje potražite na našem profilu na Facebooku – Djeca medija, Twitteru – [djeca_medija](https://twitter.com/djeca_medija) i na internetskoj stranici www.djecamedija.org



Znanstveno-istraživačke aktivnosti:

- Tematska sjednica „Medijska pismenost za sigurnost djece u svijetu medija i interneta“ u Hrvatskom saboru
- Zbornik „Djeca medija – od marginalizacije do senzacije“
- Organiziranje znanstvenog simpozija „Mediji i djeca“
- Edukativne brošure za djecu i mlade: „Dobrodošli u svijet interneta. Sigurni uz Djecu medija“ te „Mediji bez nasilja“
- Suradnja s EAVI-jem (European Association for Viewer's Interest) te adaptacija edukativnog crtanog filma „Put u svijet medijske pismenosti“
- Stalna suradnja s Uredom pravobraniteljice za djecu Maticom hrvatskom
- Međunarodna suradnja sa srodnim institucijama i projektima
- Suradnja i istraživanja na području medijskog odgoja s različitim udrugama, posebno „Pragmom“
- Sudjelovanje na manifestaciji „Noć knjige“

Posjetite nas na...

- Internetska stranica: www.djecamedija.org
- Facebook: Djeca medija
- Twitter: [@djeca_medija](https://twitter.com/djeca_medija)
- Instagram: [@djecamedija](https://www.instagram.com/djecamedija)

Pišite nam...

- E-pošta Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu: info@dkmk.hr
- E-pošta projekta Djeca medija: info@djecamedija.org
- Adresa: Kordunska 1, 10 000 Zagreb
- Predsjednik Društva za komunikacijsku i medijsku kulturu: izv. prof. dr. sc. Danijel Labaš



www.djecamedija.org



Djeca medija u brojkama:

- Održali smo više od 350 predavanja i radionica za više od 8500 djece, mladih, roditelja i školskih djelatnika.
- Emitirali smo 55 radijskih emisija na temu medijskog odgoja na Radio Mariji.
- Objavili smo više od 900 priloga na službenoj stranici Djecamedija.org
- Naša Facebook stranica skupila je 2600 „lajkova“.
- Na Twitteru nas prati 559 pratitelja, a objavili smo čak 1113 tweetova

Impressum:

Izdavač: Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu (DKMK), Kordunska 1, 10 000 Zagreb www.dkmk.hr

Naklada: 1000

Tisak: Markulin d.o.o.

Autori: Mehmed Hatipović, Ines Jurković i Andriana Samardžić

Lektura: Jelena Gazivoda

Dizajn i graf. priprema:

Andro Škerlj, Prsten d.o.o.

Urednici: Lana Ciboci, Igor Kanižaj, Danijel Labaš

Tiskano uz potporu

Zaklade Adris





www.djecamedija.org