

Etičko djelovanje i profesionalna odgovornost novinara

Burić, Eni

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Department of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:468867>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-08**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

ENI BURIĆ

**ETIČKO DJELOVANJE I PROFESIONALNA
ODGOVORNOST NOVINARA**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: izv. prof. dr. sc. Danijel Labaš
Sumentorica: Leali Osmančević, mag. comm.

Zagreb, rujan 2017.

Sadržaj

1. Uvod	4
2. Medijska etika	5
2.1. Profesionalni standardi novinarskog izvještavanja	6
2.1.1. Izvori informacija	8
2.2.1. Zaštita privatnosti, ugleda, časti i dostojanstva osobe	9
3. Etička i profesionalna odgovornost novinara u izvještavanju o napadu na World Trade Center 11. rujna 2001.	14
4. Etička odgovornost publike	16
5. Zaključak.....	17
6. Popis literature	19

Sažetak

U ovom završnom radu obrađena je tema etičke i profesionalne odgovornosti novinara. Novinarska profesija uređena je određenim etičkim kodeksima, stoga se važnost medijske etike očituje u uspostavi odgovornog medijskog djelovanja. Cilj ovoga rada je utvrditi na koje je profesionalne standarde izvještavanja novinar dužan obratiti pozornost, kao i na etička načela koje je dužan poštivati kako bi društveno odgovorno postupao. Rad obuhvaća profesionalnu i etičku odgovornost novinara prema javnosti, vlasniku medijske kuće, izvorima informacija, novinarskoj profesiji, a dotiče se i etičke odgovornosti publike kao aktivnih sudionika u komunikacijskom procesu.

Ključne riječi: medijska etika, etički kodeksi, društvena odgovornost, profesionalni standardi, etička odgovornost, etička odgovornost publike

Summary

Within this final paper, the subject about journalist's ethical and professional responsibility has been processed. A journalist profession is arranged with a certain ethical codex, which is why the importance of media ethics is stated within the set up of the media's responsible act. The aim of this work is to establish which professional standards of informing is a journalist supposed to pay attention to, as well as the ethical principles that they must respect in order to act responsibly within the society. The work involves the journalist's professional and ethical responsibility towards the public, the media owner, the information source, the journalist profession, but it also somewhat includes ethical responsibility of the public as the active participants within the communication process.

Keywords: media ethics, codes of ethics, social responsibility, professional standards, ethical responsibility, public ethical responsibility

1. Uvod

Svaka profesija, tako i novinarska, uređena je određenim etičkim kodeksima koji služe kako bi se reguliralo društveno djelovanje te zaštitila temeljna ljudska prava i slobode. Budući da se novinarska profesija zasniva na radu s ljudima, nemoguće je pobjeći od društvene odgovornosti koja medijskim djelatnicima nalaže postupanje u skladu sa svojom savješću. Medijski djelatnici pritom imaju dužnost obavljati posao u skladu s dogovorenim etičkim normama koje su prihvaćene u društvu.

U današnje vrijeme pod pritiskom senzacionalističkog pristupa izvještavanju, etičko djelovanje i profesionalna odgovornost novinara često padaju u drugi plan. Unatoč postojanju povećeg broja etičkih kodeksa, ali i zakona koji jasno uređuju etično izvještavanje dolazi do kršenja istih, dakle nepoštivanja temeljnih etičkih standarda u izvještavanju. Shodno tome, kršenjem takvih temeljnih etičkih principa novinarska se profesija, čija je svrha prije svega iznositi istinite informacije od javnog interesa, dovodi u nezavidan položaj i izaziva nepovjerenje ili nelagodu javnosti. Također, medijski djelatnici koji se u svome radu ne vode etičkim principima što ih novinarska etika nalaže dovode u pitanje kredibilitet svoje profesije. Trebaju li medijski djelatnici izvještavati na način da poštuju ili promiču kulturu zemlje u kojoj žive te se odnositi se s dostojanstvom prema svim ljudskim bićima? Je li nužno poštivati slobodu izražavanja koja im je dana u skladu s određenim etičkim normama?

Cilj rada je utvrditi na koje je profesionalne standarde novinar dužan obratiti pozornost u izvještavanju, kao i na etička načela koje je dužan poštivati kako bi ostvario odgovorno društveno djelovanje. U radu je prikazana etička i profesionalna odgovornost novinara na primjeru izvještavanju o napadu na World Trade Center koji se dogodio 11. rujna 2001.

2. Medijska etika

Claude - Jean Bertrand deontologiju definira kao: „skup načela i pravila što ih uspostavlja struka, po mogućnosti u suradnji s korisnicima, kako bi se što bolje odgovorilo na potrebe raznih skupina unutar populacije.“ (Bertrand, 2007: 10). Nadalje, medijska etika regulira društveno odgovorno ponašanje medija uvjetujući niz određenih pravila kako bi se poštivale društvene norme. Deontologija je dio etike koji se specifično bavi značajem i časti profesionalnih djelatnosti i obvezama odgovarajuće osobe, odnosno profesijom općenito (Brajnović, 1997: 273). Medijska etika, dakle nalaže skup etičkih smjernica medijskim djelatnicima kako bi poštivali deontološka načela profesije.

Kako bi medijski profesionalci odgovorno postupali postoji pet jednostavnih odrednica kojih bi se medijski djelatnici trebali pridržavati: „poštovati život, promicati solidarnost među ljudima, ne lagati, ne prisvajati tuđa dobra i ne nanositi nepotrebnu bol.“ (Bertrand, 2007: 45). Odrednice kodeksa, dakle služe kao etički putokaz medijskim djelatnicima kako bi uravnoteženo izvještavali poštujući temeljne ljudske vrijednosti. Iako vrlo korisni novinarima, kodeksi traže i deontološko obrazovanje medijskih djelatnika (Bertrand, 2007: 60). Etičko djelovanje novinara, postiže se prije svega prvotnim informiranjem o medijskoj etici, a zatim primjenom i vođenjem vlastitim moralnim načelima. U ovom radu će se predstaviti nekoliko kodeksa i zakona koji medijskim djelatnicima osiguravaju smjernice etičkog djelovanja.

Kodeks časti hrvatskih novinara

Kodeks časti hrvatskih novinara (2009) dokument je koji obuhvaća opći plan etičkog djelovanja novinara u Hrvatskoj, kao i opća pravila i dužnosti hrvatskih novinara. Kodeks također služi novinarima kako bi se u slučaju etičkih dvojbi mogli osloniti na smjernice Kodeksa. Kako opća načela Kodeksa časti Hrvatskog novinarskog društva (2009) navode:

„Pravo na točnu, potpunu i pravovremenu informaciju te slobodu mišljenja i izražavanja misli jedno je od temeljnih prava i sloboda svakog ljudskog bića, bez obzira na rasu, boju kože, spol, jezik, vjeru, političko ili drugo uvjerenje, nacionalno ili socijalno podrijetlo, imovinu, rođenje, naobrazbu, društveni položaj ili druge osobine. Iz tog prava javnosti da bude upoznata s činjenicama i mišljenjima proizlazi i cjelina obveza i prava novinara. U svom su radu novinari dužni braniti ljudska prava, dostojanstvo, slobode i vrijednosti, uvažavati pluralizam ideja i nazora, opirati se svim oblicima cenzure, pridonositi jačanju pravne države i kao dio javnosti sudjelovati u demokratskoj kontroli moći i vlasti. Novinari se pridržavaju Ustava i zakona Republike Hrvatske, njeguju kulturu i etiku javne riječi i uvažavaju civilizacijska dostignuća i vrijednosti. Njihova je obveza pridržavati se profesionalnih etičkih načela. Ovim se Kodeksom utvrđuju ta načela te štite neotuđiva prava pojedinaca i pravo javnosti na informaciju.“ (Opća načela, 2009).

Kodeks dakle služi kao svojevrsna pomoć novinarima u etičkom nahođenju, ali i u svrhu reguliranja etičkih aspekata novinarske profesije u Hrvatskoj.

Münchenska deklaracija o pravima i obavezama novinara Europske zajednice

Münchenska deklaracija (1971.) prihvaćena je od strane šest sindikata novinara iz šest zemalja Europske zajednice u Münchenu 23. i 24. studenoga 1971. godine te se u preambuli posebno navodi kako je odgovornost novinara prema javnosti prioritarna u odnosu na vlasnika medija i vlast.

Deklaracija o načelima ponašanja novinara

Deklaracija o načelima ponašanja novinara (1986.) usvojena je od strane međunarodne federacije novinara 1954. godine u Bordeauxu te je 1986. godine dopunjena. Ova deklaracija proglašena je „standardom profesionalnog ponašanja za novinare koji se bave prikupljanjem, prijenosom, širenjem i komentiranjem vijesti i informacija i opisivanjem događaja.“ (Malović, Ricchiardi, Vilović, 2007: 198).

Međunarodna načela profesionalne etike u novinarstvu

Pod pokroviteljstvom UNESCO-a održani su od 1978. godine sastanci međunarodnih i regionalnih organizacija novinara predstavljajući više od 400 000 novinara diljem svijeta, te su naposljetku *Međunarodna načela profesionalne etike u novinarstvu* (1983.) usvojena u Parizu, 20. studenoga 1983. godine. Ova načela i u današnje vrijeme služe novinarima kao etičke smjernice u medijskom izvještavanju.

Zakon o elektroničkim medijima

Zakon o elektroničkim medijima objavljen je 5. srpnja 2003. godine, a 2009. godine usklađen s EU Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama i obnovljen 2011. te 2013. godine (Galić, 2016: 604). Važnost Zakona očituje se u uređenju medijskog izvještavanja u elektroničkim medijima, ali i uvođenjem određenih sankcija pri kršenju članaka.

2. 1. Profesionalni standardi novinarskog izvještavanja

Kako bi medijsko izvještavanje bilo uravnoteženo, uz etičke standarde koji su većim dijelom definirani raznim kodeksima, u novinarskoj je profesiji važno pridržavati se profesionalnih standarda novinarskog izvještavanja. Novinar se normativno promatra kao novinarski subjekt

zbog toga što on donosi odluke, utječe na komunikacijsko djelovanje, nadzire i svjesno djeluje usmjeravajući vlastitu profesiju te nastoji ostvariti profesionalne zadatke koji su mu dodijeljeni zbog svoje profesionalne mjerodavnosti (Poler Kovačić, 2001: 30). Kako bi se zadovoljili svi kriteriji dobrog novinarskog posla, Stjepan Malović (2005: 18) ističe pet standardnih načela novinarskog izvještavanja:

1.) Istinitost

Svaka informacija mora biti istinita, ukoliko nije istinita, nije vijest. Budući da se novinarstvo temelji na informiranju javnosti o činjenicama koje su se dogodile, bez istinitog izvještavanja nema novinarstva. (Malović, 2005: 19).

2.) Poštenje

Od novinara se očekuje da bude objektivan što znači da se ne smije zalagati ni za jedno stajalište, već pokušati događaj prikazati na što vjerodostojniji način (Malović, 2005: 25). Poštenje je, dakle, jedna od temeljnih zadaća novinarskog izvještavanja što znači da novinar ima novinarsku dužnost izvještavati objektivno, bez predrasuda, prikazujući sva gledišta određenog događaja kako bi se izbjeglo pristrano izvještavanje.

3.) Točnost

Točnost je važna karakteristika vijesti u kojoj svaka navedena pojedina činjenica treba biti točna (Malović, 2005: 31). Posebnu pozornost potrebno je obratiti na pisanje imena, brojeva ili datuma kako bi vijest bila točna. Budući da se u procesu pisanja vijesti nerijetko događaju pogreške pri pisanju, novinar je naknadno dužan ispraviti netočnu činjenicu, odnosno informaciju kako bi ona bila vjerodostojna.

4.) Uravnoteženost

Uravnoteženo izvještavanje postiže se predocjenjem svih strana događaja o kojem se piše te provjerom informacija iz više od jednog izvora (Malović, 2005: 37). Uravnoteženost u izvještavanju potrebna je kako bi se u situacijama poput, primjerice sukoba, prikazala različita stajališta suprotstavljenih strana, te kako bi se na taj način javnosti osigurale informacije raznih kutova gledišta.

5.) Nepristranost

Nepriistranost možemo uočiti u situaciji u kojoj novinar pri izvještavanju ne pokazuje naklonost ka niti jednoj od strana upletenih u vijest o kojoj obavještava (Malović, 2005: 42). Temelj, ali i svrha novinarskog izvještavanja je upravo u prikazivanju informacije onakve kakva je, bez dodatnih uljepšavanja ili nametanja subjektivnih stajališta i komentara samog novinara.

Budući da mediji imaju značajnu ulogu u kreiranju stavova i mišljenja potrebno je odgovorno izvještavati o ljudima i događajima. Društvena uloga medija značajna je jer „Moć masovnih medija nedvojbeno je velika. Neki kažu nekontrolirano snažna, utjecajna i sposobna mijenjati svijet. Oni realniji i bolje obaviješteni o medijskoj zbilji nisu skloni preuveličavati moć medija, nego je procjenjuju prema njihovoj društvenoj ulozi.“ (Malović, 2005: 53).

2.1.1. Izvori informacija

Pitanje novinarske časti očituje se u vidu poštivanja izvora informacije u slučajevima kada mu izvor iznosi informaciju u povjerenju, razlikujući je od one koja mu je službeno dana (Malović, Ricchiardi, Vilović, 2007: 88). U novinarskom poslu razne su situacije i izazovi vezani uz distribuciju informacija ukoliko se novinar obveže da će izvor informacije ostati u tajnosti. Izvor informacija je za novinara svetinja te ga on ni u kojem slučaju ne želi otkriti, dok Zakon može prisiliti novinara da u slučaju u kojem ne želi otkriti izvor informacije, on mora preuzeti odgovornost za informaciju (Malović, 2005: 78). Nadalje, s obzirom na to da se novinar moralno obvezao izvoru informacije, u nekim je osjetljivim slučajevima moguće da snosi određene sankcije, pa čak i u konačnici završi u zatvoru radi ne odavanja izvora. Slijedom toga „novinari moraju platiti visoku cijenu radi produciranja materijala za koji vjeruju da je od iznimnog javnog interesa.“ (Rudin, Ibbotson, 2008: 311).

S druge strane, službe za odnose s javnošću, koje se uglavnom koriste konferencijama za medije i pisanjem priopćenja za medije, nerijetko su primarni izvori novinarima. Provedena istraživanja utvrđuju kako su elitni službeni izvori informacija ključni subjekti u medijskom izvještavanju koji se koriste službom za odnose s javnošću kako bi ostvarili svoje interese (Poler Kovačić 2005: 10). Osim toga, službama za odnose s javnošću u interesu je plasirati informacije koje u što boljem svijetlu prikazuju njihovu organizaciju. S druge strane, novinarima bi primarna zadaća trebala biti služiti javnosti. Zbog svega navedenoga, kvalitetno novinarstvo se

ostvaruje traženjem kritičnog pristupa novinara prilikom analize informacija koje dobiva od službi za odnose s javnošću (Poler Kovačić, 2005: 24) .

Kako bi se ograničila zlouporaba izvora informacija i informacija danih u povjerenju, u novinarskoj su profesiji uređene smjernice u vidu etičkih kodeksa gdje su jasno određena etička načela usko vezana uz odgovornost novinara prema izvorima informacije. Međunarodna federacija novinara (IFJ) u *Deklaraciji o načelima ponašanja novinara* (1986.) uređuje odnos između novinara i izvora informacije u člancima br. 4. i 6. u kojima se naglašava važnost korištenja poštenih metoda u prikupljanju informacija, kao i poštivanje profesionalne tajnosti. U *Münchenskoj deklaraciji* (1971.) odnos između novinara i izvora informacije definiran je u člancima br. 4. i 7. U članku br. 4. smjernice upućuju na izbjegavanje nelegalnih metoda iznudiivanja informacija, dok se u članku br. 7. napominje važnost profesionalne tajnosti. Etičko djelovanje i profesionalni odnos između novinara i izvora informacija u Hrvatskoj su uređeni u *Kodeksu časti hrvatskih novinara* (2009.) pod odjeljkom protok informacija. Radi se o člancima br. 5., 7., 8., 9., 10. i 11. u kojima se navodi kako se novinar mora zauzimati za slobodan protok informacija, ne smije zlopotrijebiti izvor informacije, služiti se nemoralnim metodama prilikom pribavljanja informacija te je obvezan poštivati zakon i tajnost podataka.

Načela članaka etičkih kodeksa koji se izravno tiču odnosa novinara i izvora informacija pomažu kao smjernice etičke i profesionalne regulacije odnosa, kao i u sprječavanju korištenja nemoralnih metoda u procesu prikupljanja informacija.

2.2.1. Zaštita privatnosti, ugleda, časti i dostojanstva osobe

Poštivanje temeljnih ljudskih prava svakako bi trebalo biti prioritarno u etičnom medijskom izvještavanju. Ipak, u današnje vrijeme mediji pribjegavaju senzacionalizmu, dok etično izvještavanje pada u drugi plan. Egoizam je obilježje svojstveno tržišno orijentiranim masovnim medijima koji stavljajući vlastiti interes i profit ispred medijske etike i ljudskih prava, senzacionalistički izvještavaju pozivajući se pritom na pravo javnosti da zna (Poler Kovačić, 2001: 29). Nadalje, mediji sami po sebi nisu negativni, no u slučaju zlorabe mogu postati sredstvo kojim se ozbiljno može narušiti čovjekovo dostojanstvo, privatnost, čast i ugled (Skoko, Bajš, 2007: 86). Zbog svega navedenoga, potrebno je posebnu pozornost u izvještavanju pridati poštivanju temeljnih ljudskih prava i sloboda, s naglaskom na ljudsko

dostojanstvo. Mnoštvo je međunarodnih etičkih kodeksa koji nastoje regulirati novinarsko ponašanje kako bi zaštitili temeljna ljudska prava.

Slijede stavke nekih od međunarodnih etičkih kodeksa koji reguliraju odnos između novinara i sudionika u novinarskoj priči. Načelo članka 5. *Münchenske deklaracije* (1971.) nalaže poštivanje privatnog života osoba o kojim se izvještava. Članak br. 7. *Deklaracije o načelima ponašanja novinara* (1986.) ukazuje novinarima na posebnu pozornost i svjesnost pri izvještavanju kako bi se izbjegao bilo kakav vid diskriminacije. UNESCO-va *Međunarodna načela profesionalne etike u novinarstvu* (1983.) člankom 6. pozivaju na poštivanje privatnosti i ljudskog dostojanstva.

U Hrvatskoj je *Kodeksom časti hrvatskih novinara* (2009.) uređen odnos novinara i protagonista novinarskih izvještaja načelima članaka 13., 14. 15., 16. 17. i 18. Poseban naglasak pridaje se poštivanju ljudskog dostojanstva i prava na privatnost, kao i promicanju temeljnih ljudskih prava. Nadalje, u spomenutom Kodeksu izložene su i posebnosti izvještavanja u izvanrednim situacijama poput ubojstava, samoubojstva, suđenja i ratnog stanja. Načela članaka 19. i 20. nalažu kako se posebna pozornost obraća prilikom izvještavanja o djeci i maloljetnicima u kojima se napominje važnost poštivanja djeteta i zaštite identiteta maloljetnika. Izvještavanje o maloljetnicima u Hrvatskoj je regulirano i *Zakonom o elektroničkim medijima* (Zakon.hr, 2017.) gdje se u članku 12. (3) navodi kako „nije dopušteno objavljivanje informacije kojom se otkriva identitet djeteta do 18. godine života uključenog u slučajeve bilo kojeg oblika nasilja, bez obzira je li svjedok, žrtva ili počinitelj ili je dijete pokušalo ili izvršilo samoubojstvo, a niti iznositi pojedinosti iz djetetovih obiteljskih odnosa i privatnog života.“ (čl. 12, 2009).

Kako bi se zaštitila temeljna ljudska prava, postoje i određene mogućnosti koje oštećena osoba može poduzeti kako bi se zaštitila. Osoba oštećena objavljenom informacijom koja krši njeno dostojanstvo, ugled i časti ima mogućnost potražiti zaštitu kroz sljedeće institucije: 1. zaštitom u obliku kaznenoga postupka, 2. ispravkom objavljenje informacije, 3. objavom isprike, 4. objavom priopćenja o nevaljanosti prijašnje osude ili uhićenja te 5. naknadom radi ispravljanja povrede (Skoko, Bajs 2007: 100).

Mediji imaju značajan utjecaj na oblikovanje stavova u javnosti o temama o kojima izvještavaju. Kako bi medijsko izvještavanje bilo u skladu s etičkim i profesionalnim načelima novinarske profesije poželjno je da novinar slijedi opće smjernice pri pisanju novinarskog teksta, svjestan kako će se njegov tekst uskoro naći pred sudom glavnog urednika, a potom i

pred sudom šire javnosti. U želji za vjerodostojnim i istinitim iznošenjem informacije, novinari ne smiju pokleknuti pred mnogobrojnim profesionalnim i etičkim pitanjima. Autori Malović, Ricchiardi i Vilović (2007) stoga navode:

„Mnogo je situacija gdje se novinari suočavaju s etičkim dvojabama. Treba li objaviti imena osoba upletenih u kriminal prije pravomoćne presude? Je li iznošenje istine o masovnim silovanjima uvjerljivije ako predstavimo silovanu djevojčicu koja će pričati o tome što joj se dogodilo? Hoćemo li objaviti privatni skandal uglednog, poštenog i nekorumpiranog političara, koji inače nema nikakve veze s njegovim političkim djelovanjem? Hoćemo li iz etičkih razloga prešutjeti bolest istaknutog političara? Imamo li pravo objaviti u medijima opće poznatu, ali još nepotvrđenu istinu? I, na kraju, hoćemo li lagati u interesu domovine?“ (2007, 35-36).

Na postavljena pitanja nije moguće jednostavno odgovoriti. Iako etički kodeksi u teoriji jasno odgovaraju na postavljena pitanja, novinar je u svom novinarskom radu vođen svojim moralnim vrijednostima i profesionalnim načelima. Ukoliko su mediji agencije za samopromatranje zajednice, tada su istovremeno i promicatelji cjelokupne društvene etike (Bauer, 2007: 71). Dakle, medijsko izvještavanje neposredno oblikuje društvenu etiku.

Promatra li se hrvatska medijska zbilja, može se utvrditi kako u Hrvatskoj postoje mnogi etički problemi koji dovode u pitanje etičnost novinarske profesije. Nadalje, tabloidizacija, komercijalizacija, senzacionalističko izvještavanje, objava neistinitih informacija i manipulacija činjenicama, kršenje profesionalnih standarda novinarskog izvještavanja, povreda etičkih normi i gubitak autentičnosti trendovi su koji su obilježili posljednje godine 20. stoljeća, kao i početak 21. stoljeća u Hrvatskoj (Skoko i Bajs 2007: 96). Shodno navedenom, ozbiljnost stanja u Hrvatskoj potvrđuju i analize masovnih medija ukazujući na eroziju profesije te zanemarivanje ili čak potpuno odsustvo etičkih aspekata (Gavranović, 2006: 164).

Ukoliko su svi kriteriji novinarskog izvještavanja zadovoljeni, novinar preuzima društvenu odgovornost prema publici kojoj se obraća, ali i široj javnosti. Mediji imaju odgovornost i prema društvu kojem služe stoga trebaju pridonositi javnosti na način da otkrivaju njene potrebe i služe svim članovima društva, a trebaju izbjegavati vrijeđanje moralne savjesti javnosti (Bertrand, 2007: 54).

Četiri temeljne pretpostavke društvene odgovornosti počivaju na pretpostavkama da se javno mnijenje formira preko medija, autoriteti se trebaju iznova propitivati, slobodno tržište je preduvjet društveno odgovornih medija i mediji snose odgovornost prema javnosti (Jergović, 2010: 14). Budući da se novinarska profesija zasniva na radu s ljudima, nemoguće je pobjeći od društvene odgovornosti. Mediji koji ne njeguju aspekt društvene odgovornosti vodeći se

uređivačkom politikom koja se služi senzacionalističkim izvještavanjem, manipulacijama i neistinama javnost ne prihvaća kao vjerodostojne (Malović, 2014: 122).

Međunarodna federacija novinara *Deklaracijom o načelima ponašanja novinara* (1986.) uređuje odnos novinara i javnosti načelima članaka br. 1., 2, 3., i 5. u kojima se naglašava novinarska odgovornost prema istini, važnost poštenog prikupljanja i objave vijesti, izvještavanja iz pouzdanih izvora i ispravka netočnih informacija. *Münchenska deklaracija* (1971.) člancima br. 1., 2., 3. i 6. novinara obvezuje na poštivanje istine bez obzira po posljedice zbog prava javnosti da zna istinu, da brani slobodu informiranja, komentara i kritike, kao i objavu informacija iz poznatih izvora i ispravak netočnih vijesti. Veći dio načela UNESCO-vih *Međunarodnih načela profesionalne etike u novinarstvu* (1983.) usmjeren je na etični odnos i društvenu odgovornost novinara prema javnosti u načelima 1., 2., 3., 5, 7., 8., 9. i 10. U *Kodeksu časti hrvatskih novinara* (2009.) nekoliko je članaka koji definiraju odnos novinara prema javnosti. U članku br. 4 jasno se navodi kako je novinarski rad podložan kritici javnosti, dok se u načelima članaka br. 6., 7. i 12. ukazuje na poštivanje kulture javne riječi i prava na istraživanje uz zabranu plaćanja za informaciju te ispravka netočnih informacija.

Zbog svega navedenoga, u knjizi UNESCO-a (2011: 11) *Profesionalno novinarstvo i samoregulacija* napominje se važnost samoregulatornog sustava i ističe se kako „samoregulatorni sustav olakšava poveznicu između novinara i onih koji ih slušaju, čitaju i gledaju, što je od koristi za obje strane: ono omogućava korisnicima medija da iskažu svoju kritiku i zabrinutost, a onima koji kreiraju medijske proizvode da odgovore na njih i uvažavaju ih“

Vlasništvo medijske kuće

Novinarski je rad, osim etičkim kodeksima i osobnim moralnim vrijednostima, reguliran i uputama vlasnika medijske kuće. Poštivanje uređivačke politike medijske kuće za koju radi jedna je od temeljnih odgovornosti novinarskog posla. O odnosu novinara i vlasnika medijske kuće Ante Gavranović (2011) govori kako:

„Posljednja istraživanja na području koncentracije medijske moći jasno ukazuju da sedam medijskih konglomerata, povezanih u mrežu, kontrolira najveći dio svjetske medijske pozornice. Njihove aktivnosti uključuju sve medije: radio, televiziju, film, glazbu, dnevni tisak, časopise, mjesečnike i knjige. U svijetu, a i u nas, stvara se u posljednje vrijeme potpuno novi odnos između novinara i vlasnika medija, a posebno na relaciji mediji – oglašivači, koji sve češće diktiraju ili posredno utječu na uređivačku politiku pojedinoga medija; puno više i osjetno značajnije no što to može u suvremenim uvjetima činiti politika.“ (2011: 311).

U ovakvim okolnostima, novinarski je posao veoma složen jer novinari moraju pokušati uskladiti sve komponente izvještavanja kako bi zadovoljili najprije vlasnika medijske kuće, a zatim oglašivače i publiku, istovremeno poštujući i etičke standarde. U *Kodeksu časti hrvatskog novinarskog društva* (2009.) u članku br. 3. ističe se kako je novinar u mogućnosti odbiti zadatak koji nije u skladu s etičkim standardima novinarstva. Slijedom toga, zaključuje se kako se novinar donekle može ograditi od određenih, po vlastitom nahođenju etički neprihvatljivih tema. Prema Kodeksu je dakle, u teoriji novinar ne samo u mogućnosti, već zbog društvene odgovornosti prema svojoj profesiji i u dužnosti odbiti etički neprihvatljiv radni zadatak koji diskreditira novinarsku profesiju.

U praksi je pak situacija veoma jasna, novinar je dužan prilagoditi se uređivačkoj politici medija, u suprotnom za njega nema mjesta u tom mediju (Malović, Ricchiardi, Vilović 2007: 32). Novinari koji pokleknju pod pritiskom uređivačke politike medija orijentirane na profit, često ostavljaju po strani vlastiti moralni zakon i načela etičkih kodeksa, nerijetko pritom vršeći i autocenzuru. Izazovi leže u činjenicama da velik broj novinara zanemaruje vlastitu odgovornost prema društvu, te iako je novinarska profesija načelno dobro etički regulirana, u praksi sistem sankcioniranja ne funkcionira. Uzimajući u obzir navedeno, za pluralističko je društvo od iznimnog interesa prevladavanje senzacionalističkog načina izvještavanja, a posebice je nužno jačanje i razvijanje medijskih sloboda. Razvitkom medijskih sloboda koje se mogu ostvariti samo u širom društvenom okruženju, kao i razvitkom profesionalnog obrazovanja medijskih djelatnika moguće je utjecati na poboljšanje općeg društvenog stanja (Malović, Ricchiardi i Vilović, 2007: 33).

Novinarska profesija

U svom radu novinari bi se trebali voditi etikom i njegovati profesionalno novinarstvo u svrhu očuvanja ugleda novinarske profesije. Međunarodna federacija novinara *Deklaracijom o načelima ponašanja novinara* (1986.) načelom br. 8., kao i *Münchenska deklaracija* (1971.) člancima br. 8., 9., i 10., uređuje odnos novinara prema svojoj profesiji definirajući teške profesionalne povrede. Dokument UNESCO-a *Međunarodna načela profesionalne etike u novinarstvu* (1983.) u 4. načelu spominje profesionalni integritet novinara. U njemu se naglašava važnost održavanja integriteta profesije koji se postiže neprihvatanjem radnih zadataka koji krše novinarova uvjerenja, neprihvatanje mita, jačanje osobnih interesa koji se kose s općim dobrom i nepoštivanje autorstva drugih novinara.

U Hrvatskoj je u *Kodeksu časti hrvatskih novinara* (2009.) načelima članaka 1., 2., 3., 11., 21., 22., 23. i 26. definiran odnos novinara prema novinarskoj profesiji. U njima se spominje važnost vođenja etikom novinarskog poziva, poštivanja profesionalnih načela i intelektualnog vlasništva, neprihvatanje pogodnosti koje dovode u pitanje novinarski dignitet, izbjegavanje sukoba interesa i autorstva propagandnih priloga. Kako bi se spriječile eventualne neistinite informacije koje potječu iz jednog izvora koji takvom informacijom želi ostvariti određeni interes ili korist, novinar bi prije pisanja članka trebao svaku informaciju provjeriti iz najmanje dva neovisna izvora.

Uz spomenuti Kodeks, Vijeće časti Hrvatskog novinarskog društva odgovorno je reagirati u slučajevima zlouporabe informacija i kršenja etičkih normi (Malović, 2007: 48). Međutim, postoje slučajevi u kojima bi novinar kada bi ga Vijeće proglasilo neetičnim jednostavno odbacio takve navode, pozivajući se na ne priznavanje takvog tijela, kao ni strukovne udruge (Malović, 2005: 86.). Takvi slučajevi pokazuju kako pojedinci izbjegavaju snositi ikakvu odgovornost za neetično postupanje, što opet dovodi do zaključka kako su vlastita moralna načela primarno polazište svakog medijskog djelatnika. S druge strane, također postoje slučajevi gdje su određene redakcije savjesno i odgovorno postupile tako što su prihvatile ocjenu Vijeća časti te ju odlučile i objaviti iako im nije bilo u interesu (Malović, 2005: 86). Ipak, jedan od temeljnih problema koji se nameće u regulaciji hrvatskog novinarstva je činjenica da se sankcije koje odredi Vijeće časti hrvatskih novinara odnose samo na članove Hrvatskog novinarskog društva. Slijedom toga, primjena profesionalne etike mora se odnositi na sve članove profesije upravo zbog zaštite klijenata, ali i radi ostvarenja profesionalne primjene deontologije (Hebrang i Hebrang, 2010: 79). Zaključuje se da unatoč postojanju Kodeksa, ukoliko primjena etičkih načela nije obvezatna svim medijskim djelatnicima u Hrvatskoj, s etičkog gledišta novinarska profesija ne može se pohvaliti primjenom deontologije.

3. Etička i profesionalna odgovornost novinara u izvještavanju o napadu na World Trade Center 11. rujna 2001.

U ovom poglavlju obrađuje se studija slučaja koja svjedoči o etici novinarskog izvještavanja nakon 11. rujna 2001. godine, odnosno u vrijeme terorističkog napada na World Tower Centar i Pentagon. Teroristički čin napada na Sjedinjene američke države 11. rujna 2001. američki su popularni mediji pretvorili u „9/11“ sagu dramatičnih i emotivnih iskaza koji su nametnuli

određene stavove te na taj način trajno formirali stavove koji su se urezali u kolektivno pamćenje (Kovačević, Perišin, 2014: 116). Shodno tome, norme objektivnosti bile su zanemarene čime je i etička dužnost novinara prema publici istovremeno bila fluidna (Borden, 2005: 30). Postavlja se pitanje radi li se o svojevrsnom hegemonijskom patriotizmu i o veličanju nacionalizma. Naime, percepcija javnosti oblikuje se onime što joj je u medijima prezentirano, zbog čega se profesionalna etika medijskih djelatnika dovodi u pitanje u slučajevima iskrivljavanja informacija ili dramatiziranja događaja, prikazima događaja vođenim propagandnim ciljevima i slično (Čerina, 2012: 101). Odnosno, medijska reprezentacija stvarnosti često podliježe ideološkim konotacijama te vodi pasivnosti i indoktrinaciji masa.

Primjerice, izlaganje američkih zastava u medijima nakon 11. rujna pridonijelo je rušenju medijskog integriteta sukladno čemu novinare, koji bi trebali težiti objektivnosti i nepristranosti, možemo nazvati “američkim novinarima“ pri čemu i njihova etička dužnost prema publici ostaje upitna (Borden, 2005: 31). Kako američka nacionalna istraživanja pokazuju, između 74% i 82% američkih građana, također je reagiralo je na nemili događaj izlaganjem zastava na privatnim posjedima (Skitka, 2005: 1996.). Svojim nacionalističkim izvještavanjem mediji su masama uskratili širi prikaz stvarnosti te pridonijeli stvaranju rigidne slike svijeta. Nadalje, izlaganje zastava smatra demonstracijom vlastitog mišljenja, stoga kao takvo ne potpomaže jedno od temeljnih profesionalnih standarda objektivnosti (Borden, 2005: 36). Ni *Društvo profesionalnih novinara* nije ostalo ravnodušno po pitanju izvještavanja o ovom događaju, te je donijelo rezoluciju u kojoj se između ostalog spominje kako novinari trebaju postupati neovisno na način da proizvode vijesti koje služe pravu javnosti da zna, te se oduprijeti iskušenju šovinističkih prikaza patriotizma (Borden, 2005: 35.).

Shodno navedenom, zaključuje se kako medijske, odnosno novinarske prakse čine određeni obrasci prikupljanja i oblikovanja medijskih sadržaja kako bi održavali dominantne strukture moći u društvu. Također, osvrnuvši se na dan napada, mnogi su novinari svojevolumeno nosili crvenu, bijelu i plavu mašnu te je američkim medijima zastava služila kao grafička pozadina u vrijeme izvještavanja, kao i za njihov logo (Borden, 2005: 30). Ovakva medijska reakcija otvorila je pitanje uloge novinara kao građana, te iako medijski djelatnici imaju pravo kao građani na identifikaciju s nacionalnim simbolima, njihova im profesija nalaže načelo objektivnosti koje se u svakom slučaju treba poštivati, te koje u ovom slučaju prekršeno. Komunitarno novinarstvo ima za cilj potaknuti veću zainteresiranost i uključenost javnosti te razviti više moralne standarde (Peck, 2007: 116). Također, komunitarno novinarstvo valjalo bi iznaći iz ideoloških okvira i temeljiti se na tendenciji ka općem dobru i djelovanju unutar javne

sfere pri čemu bi se trebao naglasiti pluralistički patriotizam umjesto nacionalističkog kakav je uslijedio nakon napada.

4. Etička odgovornost publike

Svaka osoba integrirana u društvo nosi svoj dio društvene odgovornosti stoga bi se društvena odgovornost mogla definirati kao dio odgovornosti koju pojedinac ima prema društvu iz kojeg potječe ili u kojem se nalazi. Nadalje, za današnje stanje u medijima nisu odgovorni isključivo medijski djelatnici, već velika odgovornost počiva i na sveukupnoj publici (Labaš i Uldrijan, 2010: 89.) Shodno tome, zaključuje se kako se društvena odgovornost u medijima, dakle ne odnosi samo na medijske djelatnike, već i na ostale sudionike u medijskim sadržajima.

U prošlom stoljeću, dok su tradicionalni mediji prevladavali publika nije imala mogućnosti aktivno reagirati i sudjelovati u kreiranju sadržaja kao što je u sadašnjosti s pojavom masovnih medija moguće. Oduvijek su bile prisutne reakcije publike na medijske sadržaje, no odnos prema mediju nije bio dvosmjernan, stoga su negodovanje izražavali tako što bi jednostavno promijenili program ili bacili novine (Vilović, 2014: 259). Mediji su se u prošlosti uglavnom oslanjali na metodu „fokus grupe“ kako bi saznali stajališta publike o određenim temama ili o mediju općenito. U 21. stoljeću, tradicionalni mediji su zadržali konzervativniji pristup publici oslanjajući se na povratnu vezu publike u obliku komentara, dok se pojavom novih medija, odnosno konvergencijom medija, a posebice razvitkom društvenih mreža publici otvorila mogućnost aktivnog sudjelovanja u masovnoj komunikaciji. Kada promatramo tiskane medije, mlađi čitatelji posebno su zanimljiva skupina na koju mediji nastoje utjecati i pridobiti naklonost zbog toga što oni sudjeluju u kreiranju budućnosti medijske industrije. Međutim, Gavranović je mišljenja kako: „novine koje su razradile strategije za mlade čitatelje naučile su lekciju da je tržište mladih jako varljivo i podložno hirovitim promjenama“ (Gavranović, 2009: 117). Novinskim tiskovinama, čija naklada opada pod prevladavanjem drugih masovnih medija je od posebne važnosti privući mlađe čitatelje kako bi ih navikli i pretvorili u svoje konzumente. Pojava građanskog novinarstva uključila je korisnike kao aktivne medijske sudionike, stoga obični građani danas imaju mogućnost fotografirati javnu osobu ili neuobičajeni događaj te naknadno poslati u redakciju i na taj način sudjelovati u medijskom izvještavanju. Za korisnike internetskih stranica koji se promatraju kao komunikatori nikada nisu postojala određena

pravila, osim općenitih preporuka o etičnom ponašanju koja vrijede za ostale medije (Vilović, 2014: 238).

Publika koja se usporedno koristi s više komunikacijskih tehnika poput telefona, e-maila, chata i Facebooka, postaje teško zadovoljiva publika »superkomunikatora« (Šišak, 2009: 90). Također, nove odlike publike koje se očituju u obliku dvosmjernosti, izravnosti i interaktivnosti dovele su do situacije u kojoj se može razmatrati i (ne)etičnost publika (Vilović, 2014: 261). Svaka osoba koja ima pristup internetu ima i mogućnost izraziti svoje mišljenje o nekoj temi, bilo da je ono traženo ili ne. Korištenje novih medija dovelo je i do mogućnosti skrivanja korisnika različitih namjera iza ekrana, te anonimnog ostavljanja raznih komentara. Anonimnost je jedan od problema koji se izrodio pojavom novih medija. Anonimnost se u mnogim slučajevima zloupotrebljava, a svaki pojedinac ima vlastite razloge zbog čega upotrebljava zlonamjerne riječi i uznemiruje onoga kome ih upućuje (Vilović, 2014: 263). Slijedom toga, postavlja se pitanje kako je moguće utjecati na društveno odgovorno djelovanje publike? News portali bi trebali reagirati na neprimjerene komentare brisanjem neprihvatljivih sadržaja, te na taj način djelovati na svoje publike (Vilović, 2014: 264). Svaki se korisnik za sebe pojedinačno treba informirati o ponašanju „online“, a zatim regulirati svoje ponašanje, koje ponajprije posljedica vlastitih etičkih uvjerenja i osobnog bontona.

5. Zaključak

Medijska etika, kao posebna grana etike, važna je kako bi se odredila etička načela i pravila novinarske struke te kako bi se uspostavilo odgovorno medijsko djelovanje. Nadalje, u nakani uravnoteženog izvještavanja, od iznimne je važnosti zadovoljiti sve profesionalne standarde novinarskog izvještavanja s posebnim naglaskom na istinitost kako bi se publici, ali i široj javnosti pružila pravovaljana informacija. Uz prethodno navedeno, potrebna je i etičnost u izvještavanju kako bi se zadovoljio koncept društvene odgovornosti.

Pod stalnim pritiskom utjecaja tržišta, vlasnika medija i oglašivača, istovremeno se izlažući sudu šire javnosti, novinarska se profesija vrednuje i prema određenim etičkim načelima. Medijski se djelatnici tako neprestano nalaze u dvojbi između senzacionalističkog načina izvještavanja orijentiranog na profit i etičnog izvještavanja u kojem su zadovoljeni temeljni etički kodeksi novinarske profesije. Shodno tome, u današnje vrijeme novinarima je

na raspolaganju mnoštvo etičkih kodeksa čija bi se načela trebala uzeti u obzir pri medijskom izvještavanju. Unatoč postojanju velikog broja kodeksa i zakona, jasne granice djelovanja novinarske profesije još uvijek nisu uspostavljene zbog čega najveći dio odgovornosti snosi upravo novinar, koji u određenom trenutku sam djeluje vođen svojim profesionalnim i osobnim moralnim načelima. Pojavom novih medija, a posebice razvitkom društvenih mreža, koncept društvene odgovornosti proširio se i na publiku koja također ima mogućnost aktivnog sudjelovanja u medijskim sadržajima. Ako se publiku promatra u aktivnom smislu, kao komunikatora, također je potrebna određena etičnost u iznošenju mišljenja, no trenutno se osim medijske edukacije još nije našlo zadovoljavajuće rješenje kojim se društveno odgovorno djelovanje publike može u potpunosti regulirati.

Uzimajući u obzir prethodno navedene činjenice, može se zaključiti kako je novinarsko djelovanje u okvirima poštivanja etičkih moralnih načela uređeno samo na papiru, dok se u praksi, kao što je prikazano na primjeru analize studije slučaja, često pokazuje kako se ta načela uvijek ne poštivaju. Društveno odgovorno djelovanje i održavanje kredibiliteta, moguće je postići ukoliko se prilikom medijskog izvještavanja postigne balans u vidu poštivanja publike uvažavanjem njihovih temeljnih ljudskih prava, etičkim izvještavanjem o medijskim sudionicima, održavanjem visokih standarda integriteta novinarske profesije te poštivanjem uređivačke politike medijske kuće.

6. Popis literature

1. Bauer, T. A. (2007.) *Mediji za otvoreno društvo: Medijska odgovornost kao temelj demokratske medijske kulture*, Zagreb: ICEJ.
2. Bertrand, Claude-Jean (2007.) *Deontologija medija*, Zagreb: ICEJ..
3. Borden, S. L. (2005.) „Communitarian Journalism and Flag Displays after September 11: An Ethical Critique“, *Journal of Communication Inquiry*, sv. 29 (1): 30–46.
4. Brajnović, L. (1997.) „Novinarska deontologija : nauka o dužnostima novinara kao moralnoj obavezi“, *Hrvatska revija*, sv. 47 (2): str. 272–289.
5. Čerina, J. (2012.) „Ratno izvještavanje u kontekstu suvremenih oružanih sukoba i novih medijskih tehnologija“, *Polemos* sv. 15 (1): 101–117.
6. Galić, M. (2016.) „Leksikon radija i televizije“, drugo izdanje, Hrvatska radiotelevizija i Naklada Ljevak, Zagreb: 2016., http://obljetnica.hrt.hr/static/doc/hrt_leksikon.pdf
7. Gavranović, A. (2011.) *Poslovno novinarstvo između etike i zarade*, Zagreb: Dnevnik d.o.o.
8. Gavranović, A. (2006.) *Medijska obratnica: novi čitatelji traže drugačije novine*, Zagreb: ICEJ.
9. Gavranović, A. (2009.) *Mediji - Mitovi i stvarnost*, Zagreb: Sveučilišna knjižara.
10. Hebrang B., Hebrang V. (2010.) „Neki vidovi odnosa društvene odgovornosti medija i potreba profesionalizacije u medijskom području“, u: D. Labaš (ur.) *Mediji i društvena odgovornost*, Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.
11. *IFJ Declaration of Principles on the Conduct of Journalists* (1986.) ifj.org
<http://www.ifj.org/about-ifj/ifj-code-of-principles/> (stranica posjećena: 30. lipnja 2017.).
12. *International – Munich Declaration of the Duties and Rights of Journalists* (1971)
MediaWise, <http://www.mediawise.org.uk/european-union> (datum postavljanja teksta: 9. lipnja 2011.).
13. *International Principles of Professional Ethics in Journalism* (1986.) EthicNet,
http://ethicnet.uta.fi/international/international_principles_of_professional_ethics_in_journalism (stranica posjećena: 30. lipnja 2017.).
14. Jergović, B. (2010.) „Društvena odgovornost novinara – od pretpostavki do ostvarenja“, u: D. Labaš (ur.) *Mediji i društvena odgovornost*, Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.

15. *Kodeks časti hrvatskih novinara* (2009.) HND, <http://www.hnd.hr/novinarsko-vijece-casti1> (stranica posjećena: 26. lipnja 2017.).
16. Kovačević P., Perišin T. (2014.) „Televizijska javna drama: Kako je 11. rujna 2001. postao 9/11“, *Politička misao*, sv. 51 (4): 117–141.
17. Labaš D., Uldrijan I. (2010.) „Može li dobro novinarstvo biti nemoralno? Pitanje odnosa kvalitete, etike i medijske pismenosti“, u: D. Labaš (ur.) *Mediji i društvena odgovornost*, Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.
18. Malović, S. (2005.) *Osnove novinarstva*, Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
19. Malović, S. (2007.) *Mediji i društvo*, Zagreb: ICEJ.
20. Malović, S. (2014.) „Masovno komuniciranje“, u: S. Malović (ur.) *Masovno komuniciranje*, Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, str. 43–125.
21. Malović, S., Ricchiardi, S., Vilović, G. (2007.) *Etika novinarstva*, 2. izdanje, Zagreb: ICEJ.
22. Peck, L. A. (2007.) „News for the public good: What civic journalism proponents can learn from Karl Marx“, *MediAnali*, sv. 1 (2): 115–128.
23. Poler Kovačić, M. (2001.) „Križa novinarstva kao križa etike: tko je novinarski subjekt?“, *Medijska istraživanja*, sv. 7 (1-2): 25–44.
24. Poler Kovačić, M. (2005.) „Novinari i njihovi izvori: uloga odnosa s medijima pri upravljanju pristupa novinarskim objavama“, *Medijska istraživanja*, sv. 11 (1): 9–13.
25. Rudin, R., Ibbotson, T. (2008.) *Uvod u novinarstvo: Osnovne tehnike i temeljna znanja*, Zagreb: MATE d.o.o., Zagreb.
26. Skitka, L. J. (2005.) „Patriotism or Nationalism? Understanding Post-September 11, 2001, Flag-Display Behavior“, *Journal of Applied Social Psychology*, sv. 35 (10): 1995–2011.
27. Skoko, B., Bajs D. (2007.) „Objavljivanje neistina i manipuliranje činjenicama u hrvatskim medijima i mogućnosti zaštite privatnosti, časti i ugleda“, *Politička misao*, sv. 44 (1): 93–116.
28. Šišak, M. (2009.) „Javnost i novi mediji“, u: D. Labaš (ur.) *Novi mediji - nove tehnologije - novi moral*, Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.
29. UNESCO (2011.) *Profesionalno novinarstvo i samoregulacija: Novi mediji i stare dvojbe u Jugoistočnoj Europi i Turskoj*, Zagreb: IZVORI, <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001908/190810HRV.pdf>
30. Vilović, G. (2014.) „Etičnost masovnog komuniciranja“, u: S. Malović (ur.) *Masovno komuniciranje*, Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, str. 229–267.

31. Zakon o elektroničkim medijima (2017.) *Zakon.hr*, <https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima> (stranica posjećena: 7. srpnja 2017.).