Lončar Božidar Zadaća 12.02.

Istraživanje s velikim N

Povjerenje građana u medije u RH i tko im je primarni izvor informacija?

Istraživanje s velikim N koji ću predstaviti u zadaći je analiza povjerenja građana u medije i koje medije odabiru kao primarni izvor informacija u Hrvatskoj. Temeljno istraživačko pitanje glasi: utječe li na povjerenje u medije odabir medija kao primarnog izvora informacija? Hipoteza bi glasila: povećanjem utjecaja društvenih mreža i Interneta kao primarnog izvora informacija u odnosu na tradicionalne medije pada povjerenje u medije, odnosno, padom utjecaja tradicionalnih medija kao primarnih izvora informacija pada i povjerenje građana u suvremenoj Hrvatskoj. Istraživanje se temelji na teorijskoj podlozi dosadašnjih istraživanja o povjerenju u medije, kako stručnih tako i znanstvenih, koji ukazuju na pad povjerenja u medije rastom utjecaja društvenih mreža i interneta kao primarnog izvora informacija (Istraživanja Reutersa od ulaska RH u EU, dakle, od 2013. do 2025., preko znanstvenih istraživanja poput. Lalić, Kunac, 2010., Enli, Rosenberg, 2018., Čular i Šalaj, 2018., Grbeša i Volarević 2021., Grbeša i Nenadić 2022.). Istraživanje se bazira na anketnom ispitivanju reprezentativnom uzorku (1000 ispitanika) građana RH. Druga hipoteza bi glasila: povjerenje u medije je sve lošije dok istovremeno raste utjecaj društvenih mreža i Interneta kao primarnog izvora informiranja iz godine u godinu. Hipotezu temeljim na kvalitativnoj komparativnoj analizi rezultata dosadašnjih i ovog istraživanja ne bih li utvrdio jačinu povezanosti ovih dvaju faktora, odnosno, koliko rast utjecaja društvenih mreža i Interneta kao primarnog izvora informacija utječe na povjerenje građana u medije.

Istraživanje s malim N

Pažnja i javni interes: novinarstvo u RH

Analiza unutar slučaja, usporedbe između slučajeva, višestruko promatranje uzročno-posljedičnih veza za pojedinačni slučaj, povezivanje limitiranog broja slučajeva s povećanjem broja uzročno posljedičnih opservacija, dubina, preciznost kauzalnosti u odnosu na poopćavanje za jedan ili više slučajeva, analiza nužnih i dostatnih/dovoljnih uzročnih uvjeta, determinističko (nelinearno) viđenje kauzalnosti (a uzrokuje b i kada god se pojavi a, pojavi se i b), pomažu u razmrsivanju uzročno-posljedične mreže, teži se devijantnim slučajevima i njihovim pojašnjenjima

Istraživanje se bavi temom slijedi li novinarstvo javni interes u RH te je li bazirano na činjeničnom novinarstvu temeljenom na istini i javnom interesu ili na tabloidnom novinarstvu s ciljem što bolje slušanosti, gledanosti, tiraže i broja posjeta (tzv. “clickbait”). Podloga radu su dosadašnja istraživanja o povjerenju građana u medije i odabiru primarnog izvora infomacija kojima je utvrđeno kako je povjerenje nisko dok je udio tradicionalnih medija kao primarnih izvora informacija sve niži u odnosu na Internet i društvene mreže. Hipoteza rada glasi kako se novinarstvo i, pri tome, novinari u Hrvatskoj sve više okreću tabloidnom novinarstvu temeljenom na što većoj pažnji, a time i profitu radi prodaje oglasnog prostora i zadovoljenja potreba oglašivača, a na štetu činjeničnog novinarstvo baziranom na istini kao javnom interesu u tuzemnoj RH. Istraživanje bi bilo bazirano na velikom N istraživanju u kojem bi građani RH bili upitani koje teme od javnog interesa bi mediji trebali najviše pokrivati te smatraju li kako ih mediji pokrivaju. Ista bi pitanja bila postavljena novinarima 5 najpraćenijih tradicionalnih i digitalnih medija (Internet i društvene mreže), a što bi dodatno bilo analizirano kvalitativnom-cross analizom sadržaja tradicionalnih medija, digitalnih medija i tradicionalnih medija putem digitalnih. Hipoteza bi glasila: građani smatraju kako mediji ne slijede javni interes u RH, što u manjoj mjeri prihvaćaju i novinari, a što je povezano s odabirom društvenih mreža i Interna kao primarnog izvora informacija zbog čega pada povjerenje u medije, a zbog čega se mediji i novinari okreću tabloidnom novinarstu na štetu činjeničnog. Iduća hipoteza (H2) glasi: riječ je o cikličkom procesu u kojem okretanje tabloidnom novinarstvu dovodi do još nižeg povjerenja u medije, još manje pažnje tradicionalnim medijima kao primarnim izvorima informacija, a što posljedično dovodio do još tabloidnijeg novinarstva u “ekonomiji pažnje” u kojem se obrazovano i aktivno građanstvo pretvara u puke potrošače konzumerističkog društva.

Spomenutim metodama istraživanja bih, pretpostavljam, došao do zaključka, a što je ujedno i hipoteza tri ovog rada koja kaže kako su tradicionalni mediji više okrenuti činjeničnom nego tabloidnom novinarstvu u odnosu na društvene mreže i Internet te te putem svojih tradicionalnih kanala (radio, tisak, TV) u odnosu na svoje digitalne kanale, a što je uzrokovano porastom utjecaja društvenih mreža i Interneta kao primarnih izvora informacija u odnosu na tradicionalne medije kao i većeg utjecaja tradicionalnih medija putem digitalnih kanala nego svojih tradicionalnih kanala. Ovu bi hipotezu, smatram, potvrdila komparativna analiza praćenosti pet najpraćenijih tradicionalnih medija putem tradicionalnih kanala u odnosu na digitalne kanale uz već postojeću kvantitativnu analizu s velikim n o primarnim izvorima informiranja te intervjui s novinarima i građanima o pristunosti činjeničnog i tabloidnog novinarstva na društvenim mrežama i Internetu, u tradicionalnim medijima i putem digitalnih kanala tradicionalnih medija. Smatram kako bi kvalitativna analiza sadržaja odgovora novinara i građana na pitanje o tabloidnom novinarstvu prije i nakon pojave Interneta i društvenih mreža kao određena vrsta kvazi-eksperimenta poslužila kao dodatan dokaz ovoj hipotezi, ali i kao probudljivanje postojećih istraživanja o padu povjerenja u medije i sve većem utjecaju društvenih mreža i Interneta kroz godine u RH.

Uz intervjuiranje građana o temama od javnog interesa i pokrivanju tih tema u medijima, kvalitativnom analizom sadržaja 5 najutjecajnijih medija na Internetu i društvenim mrežama kao i 5 najutjecajnijih tradicionalnih medija putem digitalnih kanala i putem tradicionalnih kanala i dubinskim intervjuima s novinarima tih medija, pretpostavljam kako bih potvrdio iduću hipotezu koja je glavni cilj ovog rada: mediji ne slijede javni interes u RH u velikoj mjeri dok se teme od javnog interesa češće pokrivaju u tradicionalnim medijima nego na Internetu i društvenim mrežama i putem tradicionalnih kanala tradicionalnih medija u odnosu na digitalne kanale tradicionalnih medija.

Tako bi se potvrdila hipoteza kako se novinarstvo u RH, prema percepciji građana na kvantitativnoj i kvalitativnoj razini te novinara, na kvalitativnoj razini, sve više okreće tabloidnom u odnosu na činjenično novinarstvo.

Studija slučaja

Studija slučaja ovog istraživanja uspoređuje medijski sadržaj tradicionalnih medija putem tradicionalnih kanala i digitalnih kanala te medijski sadržaj tradicionalnih medija s digitalnim sadržajima specijaliziranih web portala na Internetu i društvenim mrežama.

Hipoteza rada glasi kako je medijski sadržaj tradicionalnih medija putem tradicionalnih kanala bliži zaštiti javnog interesa baziranog na istini, činjenicama i konceptu “općeg dobra” u odnosu na medijski sadržaj tih istih tradicionalnih medija putem digitalnih kanala. Iduća hipoteza rada bi glasila kako je medijski sadržaj tradicionalnih medija u globalu bliže zaštiti javnih interesa od medijskog sadržaja na Internetu i društvenim mrežama.

Rad kreće od prijašnjih istraživanja i aktualnog velikog N istraživanja o povjerenju građana u medije i odabiru medija kao primarnih izvora informacija. Građani u Hrvatskoj primarno odabiru društvene mreže i Internet kao primarni izvor informacija dok je povjerenje građana u medije nisko. Što više raste utjecaj društvenih mreža i Interneta to je sve niže povjerenje građana u medije te je percepcija razine demokracije u društvu niža, a što se očitava kroz sve nižu razinu interne političke efikasnosti (vlastite percepcije razumijevanja politike) te sve nižom razinom političke participacije (varijabla je upravo konzumacija vijesti, vlastita percepcija mogućnosti sudjelovanja u politici i na kraju vlastitito sudjelovanje kroz promidžbu i druge PR aktivnosti, glasanje ili aktivno sudjelovanje na izborima). Što je niža percepcija demokracije u društvu, baš poput percepcije korupcije, to je uistinu niža razina demokracije u društvu jer ona dovodi do ponašanja, misli i osjećaja koje su protivne demokratskim idejama.

Iduća hipoteza rada glasi kako tradicionalni mediji prelaze na digitalne kanale upravo radi profita i publike te su do danas popularniji na društvenim mrežama i Internetu zbog čega na digitalnim kanalima objavljuju sadržaj s ciljem maksimizacije publike i profita koji je dalje od javnog interesa nego što je njihov medijski sadržaj putem tradicionalnih kanala. Riječ je o takozvanom “clickbaitu”, a koji se potvrđuje istraživanjem s malim N brojem slučaja spomenutom u ovoj zadaći. Sve navedeno ima negativan utjecaj na demokraciju dok se građanstvo (koje bi trebalo biti educirano, demokratski nastrojeno i aktivno) pretvara u puke potrošače konuzmerističkog društva.

Kako bi se to dokazalo, provodim studiju slučaja na top 10 najutjecajnijih medija u RH. Rad se naslanja na veliko N i malo N istraživanje o novinarstvu u RH. Nakon što građani istaknu top 10 tema koje bi mediji trebali pokrivati i daju odgovore smatraju li kako to mediji rade i nakon intervjuiranja novinara o radu medijskih kuća te okreću li se od javnog interesa prema tabloidnom novinarstvu baziranom na senzacionalizmu, ova studija slučaja dobiva svoje teorijsko uporište.

U radu bih kroz promatrano vremensko razdoblje (tri godine) analizirao medijski sadržaj 10 najutjecajnijih medija u RH. Za digitalne medije i digitalne kanale tradicionalnih medija: odabrao bih 1 dan s najvećom praćenosti u mjesecu te bih pri kraju danu (23:50) analizirao sadržaj 10 članaka s najvećom praćenosti tog dana. Teme tih članaka bih usporedio s temama koje građani ističu kao one koje bi mediji trebali pokrivati. To bi podrazumijevalo kvantitativnu analizu ključnih riječi (npr. korupcija, nezaposlenost, inflacija, cijene hrane, cijene režija, stambeno pitanje, nasilje, niske plaće, loši radni uvjeti, nejednakost, nepovjerenje u institucije) i kvalitativnu analizu medijskih uradaka (tamo gdje je moguće) s problemima koje građani ističu kao one koje bi mediji trebali pokrivati. To bih radio za digitalne medije (tzv. “portali”) i za digitalne kanale tradicionalnih medija (tisak, radio, televizija).

Za tradicionalne medije (radio, tisak, televizija) bih odabrao dan s najvećom praćenošću te bih kvantitiavno usporedio naslove u tisku i naslove u televizijskim prilozima sa spomenutim ključnim riječima te bih analizirao sadržaj naslova članaka i priloga ne bih li ustvrdio slijedi li se javni interes, odnosno, teme koje su građani definirali kao ključne probleme u društvu o kojima bi mediji trebali izvještavati. Tog bih dana i proveo kvalitativnu analizu sadržaja novinskih člana u tisku i televizijskih priloga u informativnom programu u “prime timeu” na televiziji. Isto bih napravio i s radiom: odabrao bih dan s najvećom slušanošću i analizirao ključne riječi i sadržaj radijskih vijesti u “prime timeu” provodeći kvalitativnu analizu sadržaja. Sadržaj uspoređujem s društvenim problemima koje su građani istaknuli kao one o kojima bi mediji trebali izvještavati.

Za sve medije (digitalni, tradicionalni, tradicionalni putem digitalnih kanala) proveo bih i analizu sadržaja. Dobivene rezultate bih kategorizirao (digitalni medij, tradicionalni medij, digitalni kanal tradicionalnih medija) te ih usporedio s rezultatima anketnog istraživanja građana o temama koje bi mediji trebali pokrivati.

Smatram kako bi rezultati pokazali iduće: tradicionalni mediji putem tradicionalnih kanala u većoj mjeri slijede javni interes u odnosu na svoje digitalne kanale kao i u odnosu na digitalne medije. Ono što smatram kako bih dokazao studijem slučaja jest kako je medijski sadržaj tradicionalnih medija na digitalnim kanalima sličniji jedan drugome nego medijskom sadržaju tog istog medija putem tradicionalnih kanala. U prijevodu, digitalni medijski sadržaj radija, televizije i tiska je međusobno sličniji nego što je medijski sadržaj tih istih medija putem tradicionalnih kanala. Ono što im je zajedničko jest što u manjoj mjeri slijede javni interes, tabloidno je novinarstvo utemeljeno na “clickbaitu”, zabavi, interpretaciji nego što je činjenično, sadržajno i objektivno novinarstvo bazirano na istini u tradicionalnim medijima. Također, digitalni medijski sadržaj tradicionalnih medija je sličniji sadržaju digitalnih medija (tzv. “portala”) nego sadržaju tradicionalnih medija putem tradicionalnih kanala. Time se potvrđuje teza raznih autora, ponajprije Halina i Mancinija (2004) o globalizaciji i homogenizaciji medijskog sadržaja koji ruši nacionalne barijere, ali i teza o komercijalizaciji medija.

Istraživanjem bih dokazao iduću hipotezu: tradicionalni mediji su praćeniji putem svojih digitalnih kanala nego putem tradicionalnih kanala što utječe na njihov medijski sadržaj koji je na digitalnim kanalima profitno orijentiran i time tabloidniji te je sve sličniji jedan drugome kao i medijskom sadržaju digitalnih medija u odnosu na medijski sadržaj svog tradicionalnog medija putem tradicionalnih kanala. Usporedba praćenosti najpraćenijih dana bi to dokazala.

Usporedba pa čak i prosječnog dana jednog tiska ili televizijskog informativnog programa, a kamoli ne najpraćenijeg bi to lako dokazala. Zbog toga što su praćeniji na društvenim mrežama i Internetu, njihov medijski sadržaj je sve sličniji jedan drugome kao i sadržaju digitalnih medija, a sve je dalji medijskom sadržaju svog tradicionalnog medija putem tradicionalnih kanala, te je sve dalji javni interesu što dovodi do tabloidizacije novinarstva i “poplave clickbait-a” koja utječe na još negativniju percepciju građana o medijima, još većem utjecaju društvenih mreža i Interneta kao primarnih izvora informacija, još nižoj percepciji demokracije u društvu, još nižoj stopi informiranog, aktivnog građanstva, još nižoj internoj političkoj efikasnosti, još nižoj političkoj participaciji i na kraju, potencijalno, većoj tendenciji ka ponašanju, razmišljanju i emocijama koje su anti-demokratske što u stvarnosti dovodi do niže razine demokracije u društvu.