

Konstrukcija skale stavova prema nezavisnom novinarstvu

Martina Klišanin¹

Ministarstvo poljoprivrede, Zagreb

Joško Sindik²

Institut za antropologiju, Zagreb

doi:10.5937/comman10-9164

***Rezime:** Sistematizacija stavova prema nezavisnom novinarstvu može istraživačima omogućiti da na relativno sustavan način istraže ovo pitanje u određenom prostornom i vremenskom kontekstu, dovodeći ga u vezu s čimbenicima koji mogu pomoći da stavove prema ovom pitanju jasnije razumijemo, i eventualno promijenimo. Glavni cilj istraživanja nam je bio konstruirati skalu stavova prema nezavisnom novinarstvu. Nadalje, nastojali smo steći uvid u strukturu tih stavova te utvrditi postoje li bitne razlike u tim stavovima u odnosu na rod, obrazovanje i regiju iz koje sudionici potječu, kao i povezanost stavova s dobi sudionika. Također, u odnosu na iste nezavisne varijable utvrdili smo razlike u vjerovanjima pojedinim vrstama medija. Uzorak u istraživanju bio je prigodan, a sačinjavalo ga je ukupno 83 sudionika, od toga 35 muškaraca (42%) i 48 žena (58%). Rezultati su pokazali da je uspješno konstruirana Skala stavova prema nezavisnom novinarstvu, s dvije glavne komponente koje su pokazale zadovoljavajuću pouzdanost: Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva te Senzacionalizam i kontroliranost. Jedina pronađena statistički značajna razlika ukazuje na činjenicu da visokoškolski obrazovani sudionici u najvećoj mjeri smatraju da su novinari ovisni o financijama te da ne postoji mogućnost nezavisnog novinarstva, dok se najobrazovanija skupina sudionika najmanje s time slaže. Sve grupe sudionika podjednako (ne) vjeruju svim vrstama medija.*

***Ključne riječi:** nezavisno novinarstvo, senzacionalizam, odnosi s javnošću, objektivnost*

¹ Kontakt sa autorkom: martinaklisnin@yahoo.com.

² Kontakt sa autorom: josko.sindik@inantro.hr.

1. Uvod

Nezavisno novinarstvo i preispitivanje mogućnosti postojanja uistinu nezavisnog novinarstva česta je tema javnih rasprava, napisa u medijima, ali i znanstvenih i stručnih članaka. U ovom istraživanju cilj nam je konstruirati skalu stavova o nezavisnom novinarstvu, koji će nam omogućiti na relativno sustavan način istražiti ovo pitanje i dovesti ga u vezu s čimbenicima koji mogu pomoći da stavove prema ovom pitanju jasnije razumijemo.

Suvremeni svijet u kojem živimo obilježen je velikim ekonomskim krizama, promjenjivim prilikama u sektoru gospodarstva, dezintegriranim društvom, političkim tenzijama te nepovoljnom tržišnom situacijom. U takvom svijetu u kojem vlada konzumerizam i u kojem je najbitnije samo prodati proizvod bez obzira na njegovu kvalitetu, često se postavlja pitanje ima li u novinarstvu objektivnosti ili su novinari današnjice samo „lutke“ čijim koncima upravljaju moćnici iz sjene. Vjerojatno današnje novinarstvo uvelike ovisi o političkim centrima moći i ekonomskim elitama što za posljedicu ima narušavanje osnovnih novinarskih ideala poput objektivnosti, nezavisnosti i nepristranosti kao i rast negativnih trendova poput tabloidizacije i senzacionalizma u izvještavanju (Harcup & O'Neil, 2001; Dugan, 2008). Novinarski profesionalizam sve više uništavaju i službe odnosa s javnošću servirajući svakodnevno medijima gotova priopćenja koja uglavnom sadrže pseudoinformacije naručene od nekog moćnika te na taj način stavljaju medije u sve zavisniji položaj (Franklin, 2006). Sve navedeno nužno dovodi do nepoštivanja novinarske etike i profesionalizma što posljedično rezultira narušavanjem demokracije društva te niskim povjerenjem publike u vjerodostojnost medija. U velikom istraživanju britanskog novinarstva tijekom zadnjih 20 godina, većina novinara osjećala je da se pritisak za proizvodnju velikog broja priča dnevno intenzivirao, što je povećalo ovisnost novinara o recikliranju materijala, više nego poticanju kapaciteta za neovisno izvještavanje (Lewis et al., 2011). Na prepreke nezavisnog novinarstva nisu neosjetljivi niti njemački mediji (Meier, 2007). Javni mediji su financirani od strane različitih izvora, uključujući i televizijske pristojbe, izravna vladina sredstva (poreznih prihoda), porezi komercijalnih medija ili telekomunikacijskih tvrtki, oglašavanje i drugih komercijalnih izvora. Najbolje financirani javni emiteri, poput britanskog BBC-a, njemačkog ARD / ZDF-a, i raznih skandinavskih javnih emitera, imaju tendenciju primati veliki dio financiranja iz pristojbi (Benson & Powers, 2011). U Nizozemskoj, pretplata je zamijenjena izravnim vladinim sredstvima početkom 2000., s postupnim smanjenjem financiranja sljedećih godina (Papathanassopoulos, 2007). Ovo izravno ili neizravno finan-

ciranje od strane vlade može ozbiljno utjecati na neovisnost javnih emitera, ili u najboljem slučaju, na javnu percepciju njihove neovisnosti.

Općeprihvaćena definicija nezavisnog novinarstva zapravo ne postoji, iz čega se isprva može zaključiti kako ne postoji ni nezavisno novinarstvo kao takvo, jer sve što uistinu postoji i što je vidljivo i shvaćeno može se definirati ili je već definirano u različitim rječnicima i stručnoj literaturi. Sintagmu možemo raščlaniti te promatrati svaku jedinicu zasebno kako bi se shvatilo što bi nezavisno novinarstvo, kada bi uistinu i postojalo, trebalo predstavljati. Prema Sapunaru (2004), novinarstvo predstavlja djelatnost čiji je cilj „oblikovanje javnog mnijenja, odnosno održavanje protoka društveno važnih informacija u jednoj društvenoj zajednici koja ima zajednički jezik“ (Sapunar, 2004: 5). Riječ *nezavisno* implicira nešto samostalno, što ne zavisi od drugih osoba, stvari ili pojava. Dakle, može se zaključiti kako bi nešto što nazivamo nezavisnim novinarstvom trebalo označavati samostalno i slobodno kreiranje javnog mnijenja i informiranje publike bez uplitanja trećih osoba. Svjedoci smo kako ova definicija, danas više nego ikada, postaje svojevrсна iluzija, utopija, mit. Uočili smo dvije velike prepreke koje otežavaju razvoj slobodnog novinarstva: ovisnost o različitim moćnicima i senzacionalistički način izvještavanja. Prva pretpostavka sugerira da je novinarstvo i u Republici Hrvatskoj ovisno o drugim akterima poput političkih i financijskih moćnika te da su informacije koje pružaju novinari često naručene upravo od tih subjekata. Poler Kovačić (2001) ističe kako o onome o čemu bi trebali odlučivati novinari i urednici, danas sve više odlučuju vlasnici medija, oglašivači, izvori informacija i službe za odnose s javnošću. U takvim naručenim, umjetno konstruiranim novinarskim tekstovima, teško da ima objektivnosti i slobode novinarskog djelovanja. „Umjesto stvarne istine iznosi se medijski oblikovana istina koja je uvijek u službi nečijih interesa“ (Milenković, 2014: 120). Laban (2004: 119) ističe da „elite trebaju medije kao sredstvo za pokazivanje svoje moći, jer posredstvom medijskoga diskursa mogu znatno utjecati na javno mišljenje ili ideologije“. Iako je daleko od onoga što bi novinarski poziv u svojoj suštini trebao predstavljati, novinari su spremni na proizvodnju ovakvih tekstova kako bi sačuvali financijsku sigurnost, radno mjesto i egzistenciju. Ulogu novinara preuzimaju vlasnici kapitala i nositelji političke moći i vlasti (Poler Kovačić, 2001). Rutović (2014) prepoznaje tri skupine o kojima ovise današnji novinari: osnivački kapital, prihod koji ostvaruju te oglašivačka industrija. Maretić, Martinović i Caktaš (2014: 358) kažu kako je „ostvarivanje neovisnosti medija uvijek na prekretnici trenda komercijalizacije, vlasničkih udjela, potrebe publike, ostvarenja profita i društvene odgovornosti“. Prema Milenkoviću (2014) mediji kao posrednici između države i građana

odgovaraju za očuvanje demokratskih, kulturnih i etičkih vrijednosti. Prema tome, možemo zaključiti kako sve navedeno, polako ali sigurno, vodi prema narušavanju demokratskog poretka u državi.

Kanižaj i Skoko (2010) ističu kako pojedini autori uzrok promjena u medijskom ponašanju pronalaze i u sve većem utjecaju odnosa s javnošću. Laban (2004) primjećuje kako novinari posvećuju veliku pozornost priopćenjima za medije, s čime povezuje i sve veći utjecaj službi za odnose s javnošću na suvremeni novinarski diskurs. Nedvojbeno je kako novinari i službenici odnosa s javnošću u svom poslu moraju usko surađivati na obostranu korist, međutim često se događa da su novinari samo prijenosnici informacija koje im svakodnevno isporučuju PR službe. Drugim riječima, novinari često ovise o priopćenjima koja im šalju službe za odnose s javnošću jer njima popunjavaju medijski prostor pri tom ne vodeći računa o provjeri točnosti i istinitosti informacija iz dobivenih tekstova. Novinari se često žale kako PR tekstovi imaju vrlo nisku informativnu vrijednost. Imajući to na umu, Stamenković (2014) se opravdano pita tko ih sprečava da sami provjere činjenice i dobiju novi podatak. Zadatak odnosa s javnošću je da prikažu svoje klijente u najboljem svjetlu, što je onda daleko od objektivnog izvještavanja koje bi trebalo predstavljati osnovnu zadaću novinara. S ovim stavom se slaže i Poler Kovačić (2001) kada kaže da subjekti tržišnog novinarstva – dioničari, ulagači, vlasnici, direktori i nakladnici medijskog poduzeća, (službeni) izvori informacija, glasnogovornici i službe za odnose s javnošću, oglašivači i drugi – plasiraju informacije, koje su korisne njima. Dakle, takve novinare, koji ovise o gotovim tekstovima koje za njih pripremaju djelatnici različitih službi ili o tekstovima čiji ton određuje netko tko ima neku vrstu moći u državi, teško se može zvati slobodnim, nezavisnim novinarima. Ščekić (2014: 93) kaže da „postoje samo manje ili više objektivni i profesionalni novinari, jer je svaki medij i njegova uređivačka politika u nekoj mjeri zavisno od nečega“. S ovim se slaže i Vukadinović (2014: 103) kad kaže da je „svaki medij zavisan u izvjesnoj mjeri od onoga tko u njega ulaže određeni novac ili neku drugu materijalnu vrijednost“.

Pitanje nezavisnog novinarstva razmatra se u različitim znanstvenim kontekstima. Tako se Prajs (Price, 2002) fokusira na nastajanje vanjske politike koja upravlja medijima u svijetu u kojem se ratuje informacijama, kao i vojno. Država, u ime institucionalnih i tehnoloških promjena, kontrolira oblike informacija za svoje građane, ali države nastoje utjecati i na populacije u drugim državama (Price, 2002). Ističe važnost međunarodne regulacije medija u političke svrhe, uključujući i “samoregulaciju”, regulacije medija u zonama sukoba, kontroli štetnih i nezakonitih sadržaja, ali i korištenje inozemne pomoći da mi-

jenja ulogu i djelovanje medija u određenim društvima (Price, 2002). Makvejl (McQuail, 1992) opisuje različite načine procjene učinka medija, analizirajući što znači „javni interes“ u kontekstu medijske ekspanzije i raznolikosti, koji su kriteriji relevantni za procjenu medijske izvedbe, na čemu su oni osnovani, i kako se to može pomiriti s ekonomskim i industrijskim kontekstima tržišta. Makdevit (McDevitt, 2003) smatra da je javno novinarstvo kao pokret reforme propustilo procijeniti složenost profesionalne autonomije i profesionalnih koristi koje ona pruža praktičarima. Dinamika profesionalne socijalizacije u novinarstvu je svedena na pridobivanje novinara da oprezno štite svoju neovisnost. Ova obrambena orijentacija je zapravo sasvim razumljiva, s obzirom brojne prijetnje autonomiji novinara unutar i izvan redakcije. Reformatori artikuliraju načine kako autonomija može biti zaštićena, a kako se profesionalna stručnost novinara može usmjeriti na političku aktivaciju, što implicira reforme u edukaciji novinara i teorije novinarstva (McDevitt, 2003).

Jedna je teza da gotovo da i nema objektivnog novinarstva zbog činjenice da u medijima prevladava senzacionalistički pristup izvještavanju što rezultira obiljem nepotrebnih, „žutih“ informacija. Althaus (Althaus, 2003) je istraživao izvore neizvjesnosti u publicističkoj literaturi u kojoj je ograničena sposobnost istraživača za pronalaženje čvrstih zaključaka o prirodi neovisnost medija, kojih je zapravo malo. Prema Grgureviću (2014), cilj ovakve uređivačke politike je ostvarenje profita i određenih političkih ciljeva na štetu medijskog pluralizma. Ovaj negativni trend zahvatio je sve redakcije i rubrike, neovisno o vrsti medija. Kao posljedica žutog novinarstva, ozbiljne društvene teme marginalizirane su i imaju sekundarni značaj u odnosu na pseudo događaje (Vukadinović, 2014). Mediji nude publici „moderan način bijega od stvarnosti/problema zahvaljujući senzacionalizaciji informacija i sadržajima u kojima je zamijenjeno bitno za ne-bitno i zabavno“ (Maretić, Martinović i Caktaš, 2014: 359). Moderni trendovi u suvremenom novinarstvu poput tabloidizacije i komercijalizacije dovode do manipuliranja činjenicama, nepoštivanja profesionalnih standarda te narušavanja etičkih normi. Nema kritičkih novinara koji slijede etičke standarde, nestale su profesionalnost i objektivnost te su zamijenjene pseudoinformacijama, skandalima, aferama i spinovima (Šćekić, 2014). Danas gotovo da je i nemoguće procijeniti što je objektivna istina zbog činjenice da moderno novinarstvo, neovisno o mediju kojim se koristi, sve više teži senzacionalizmu i tabloidizaciji. Kanižaj i Skoko (2010) ističu kako se u medijima umjesto informacije sve češće objavljuju senzacionalističke informacije, s vrlo malo stvarnih uporišta. Na taj način žuto novinarstvo postaje svakodnevica, publika se miri s tim, postaje pasivna i više gotovo da i ne traži objektivne, nepristrane tekstove. Čini se da

čovjek nema vremena ni interesa da se upušta u dublju analizu informacija koje mu mediji serviraju, a javnost bez pogovora prihvaća takve medijske poruke (Baltezarević, Baltezarević i Jovanović, 2014). Nema medijskog dijaloga i publika uopće ne prisustvuje u procesu javnog priopćavanja već samo šutke prihvaća servirane teme koje ni na koji način ne zadovoljavaju potrebu subjekta da bude informiran. Medijski prostor tako se pretvara u idealno mjesto za medijsku propagandu koju šire oni koji imaju financijsku, političku ili neku drugu vrstu moći nad medijima. Mediji i novinari koji padaju pod pritiskom tih centara moći odriču se svoje slobode i neovisnosti te na taj način narušavaju iskonske ideale novinarske profesije. Šćekić (2014: 100) zaključuje kako „za izbor tema u medijima nije više presudna njihova informativna vrijednost već politički značaj njihovog objavljivanja (ili ne objavljivanja), a takvi kriteriji odabira služe za postizanje određenog propagandnog cilja“. Propagandu u medijima vidi i Maroš (2014: 399) koji ističe kako „objektivnost informacije kao vrhovno načelo novinarstva sve više zamjenjuju pristranost, neprofesionalnost, senzacionalizam i propaganda“. Važno pitanje vezano uz nezavisnost novinara su različiti oblici vlasništva novinskih kuća (privatne, javne, neprofitne, one u vlasništvu zaposlenika), pa se različiti upravni i ekonomski uvjeti pojavljuju pod različitim oblicima vlasništva (Picard & Van Weezel, 2008).

Problematika nezavisnog novinarstva istraživana je s komunikološkog, sociološkog, psihološkog, politološkog, antropološkog, ali u novije doba najčešće s interdisciplinarnog aspekta, npr. sa kulturalno-sociološke perspektive (Luengo, 2012), i najčešće u odnosu s bliskim temama. Primjerice, odnos između novinarstva i odnosa s javnošću je stalno ponavljajuća tema u istraživanjima medija i komunikacije. U jednom je istraživanju analizirano kako se profesionalni identitet novinara odnosi s njegovim razumijevanjem odnosa s javnošću (Johansson & Fredriksson, 2013), s aspektata novinareve novinarske ideologije, organizacijske pripadnosti i društvenog položaja pojedinca. U sklopu istraživanja švedskih novinara 2011. godine (Johansson & Fredriksson, 2013), analizirano je u kolikoj mjeri novinari smatraju da novinar koji radi u odnosima s javnošću smanjuje pouzdanost novinarstva. Pokazalo se da novinari posjeduju snažan ideal novinarske nezavisnosti i autonomije, ali postoje i faktori koji slabe njihov profesionalni identitet (Johansson & Fredriksson, 2013). Rajh i Hanič (Reich & Hanitzsch, 2013) daju sustavan prikaz prediktora percipirane profesionalne autonomije novinara. Na temelju odgovora na ankete 1.800 novinara iz 18 zemalja, koji su radili za različite medije s različitim vrstama vlasništva i pod različitim pritiscima, u demokratskim i nedemokratskim režimima, pokazalo se da su prediktori profesionalne autonomije novinara dvojaki. Prva vrsta predik-

tora su percepcije novinara o vlastitoj autonomiji, a druga objektivne granice autonomije koje postoje izvan percepcije novinara. objektivne granice postoje na 3 razine: individualnoj razini novinara, organizacijskoj i društvenoj razini (Reich & Hanitzsch, 2013). Novinarova subjektivna percepcija, odnosno njeni aspekti (politička, organizacijska, proceduralna, stručna te referentne skupine utjecaja), pokazali su se kao najjači prediktori njegove profesionalne autonomije (Reich & Hanitzsch, 2013). Od objektivnih odrednica novinarske autonomije, vlasništvo, uloga urednika i profesionalno iskustvo novinara, imali su najveću prediktivnu vrijednost (Reich & Hanitzsch, 2013).

Ukratko, sa stanovišta općeg znanstvenog pristupa, u istraživanju pitanja u relaciji sa stavovima prema ili percepcijama nezavisnosti medija koristi se i kvantitativna i kvalitativna paradigma i kao teorijski okvir s pripadnim metodama prikupljanja podataka (Halmi i Crnoja, 2003), npr. metoda ankete u najširem smislu, skale stavova, analiza diskursa, kvalitativna i kvantitativna analiza sadržaja (Levy & Kleis Nielsen, 2010). Najčešći ispitanici u ovim istraživanjima bili su novinari, ali i različite skupine ciljanih grupa, kao što su opća populacija u određenim državama, mladi, ili pak pripadnici specifičnih profesija (npr. vojska, političari) (Levy & Kleis Nielsen, 2010).

U ovom istraživanju, primarni nam je cilj bio konstrukcija skale stavova prema nezavisnom novinarstvu, polazeći o različitim teorijskih polazišta i praktičnih zapažanja o nezavisnom novinarstvu. Drugim riječima, autori su u ovom istraživanju skalu stavova konceptualizirali kao utemeljenu teoriju, do koje se došlo primjenom kvantitativne metodologije (Sindik i sur., 2014), ali induktivnim putem: pronalaženjem latentnih konstrukta u osnovi vrlo heterogenih područja stavova koji se dotiču problematike nezavisnog novinarstva.

Prvi i glavni cilj istraživanja bio je utvrditi deskriptivne i metrijske karakteristike skale *Nezavisno novinarstvo*. Preostala dva cilja istraživanja zapravo su od sekundarne važnosti u odnosu na primarni cilj, i usmjerena su na pitanje razlikovanja ispitanika u dimenzijama stavova, u odnosu na odabrane nezavisne varijable. Drugi cilj istraživanja bio je utvrditi razlike u stavovima prema nezavisnom novinarstvu: rodne, u odnosu na stupanj obrazovanja te regiju iz koje sudionici potječu. Treći cilj istraživanja bio je utvrditi povezanosti stavova o nezavisnom novinarstvu s kronološkom dobi sudionika, a četvrti utvrditi razlike u vjerovanjima pojedinim vrstama medija.

2. Metoda

2.1. Sudionici

Uzorak u istraživanju bio je prigodan, a činilo ga je ukupno 83 sudionika, od čega je bilo 35 muškaraca (42%) i 48 žena (58%). Obrazovna struktura sudionika izgledala je ovako: NKV (N=1), SSS (N=27), VŠS (N=9), VSS (N=27), magistar (N=18), doktor (N=1). U uzorku su bili stanovnici iz različitih gradova Republike Hrvatske (N=80) i Bosne i Hercegovine (N=3) (Varaždin, Gornje Vataje, Rijeka Sveta Nedjelja, Zagreb, Labin Split, Metković, Viganj, Dubrovnik, Pula, Čakovec, Mostar, Međugorje, Vitina, Pitomača, Mlini, Župa Dubrovačka, Konavle, Cavtat, Dubravka), u dobi između 15 i 50 godina (M=24,47; SD=4,55). Za potrebe analize razlika, sudionici iz pojedinih mjesta razvrstani su u tri kategorije, prema mjestu stanovanja: Dubrovnik (N=49), ostali primorski gradovi (N=9) te kontinent (N=25). Prigodni uzorak smatrao se dovoljno pogodnim za ovo istraživanje, kojem je primarna svrha konstrukcija upitnika, a ne specifična diferencijacija stavova u odnosu na različite nezavisne varijable u istraživanju.

2.2. Varijable i postupak

Sastavljen je anketni upitnik, tj. skala stavova *Nezavisno novinarstvo* (sastavili su ih studenti na izbornom kolegiju studija Odnosi s javnostima na Sveučilištu u Dubrovniku), koja je inicijalno sadržavao 15 tvrdnji (u finalnoj verziji 11). Za procjenu stupnja slaganja ili neslaganja sa sadržajem tvrdnji iz skale korištena je Likertova ljestvica procjene s rasponom procjena od 1 (potpuno neslaganje) do 5 (potpuno slaganje). Detaljni sadržaj skale, kao i njegove metrijske karakteristike vidljivi su u tablici 1. Upitnici su distribuirani putem grupe na društvenoj mreži Facebook (u koju su uključeni studenti i profesori navedenog studija), u obliku online ankete, tijekom travnja 2014. godine. Sudionicima je zajamčena potpuna anonimnost te je naglašena znanstvena svrha istraživanja. Također, sudionici su upućeni da se izjasne vezano uz potencijalne nejasnosti sadržaja pojedinih tvrdnji, što se nije pokazalo potrebnim.

2.3. Metode statističke analize

Za analizu podataka korišten je statistički paket SPSS 20.0. U postupku određivanja latentne strukture i pouzdanosti skale *Nezavisno novinarstvo* kojeg

smo u sklopu istraživanja konstruirali, koristili smo metodu glavnih komponenti (PCA), uz primjenu kriterija Scree Plot te Guttman-Kaiserova kriterija (karakteristični korijen veći od 1) te Vartimax rotacije. Nakon dobivanja finalne komponentne strukture, rezultati u ekstrahiranim glavnim komponentama skale izraženi su u regresijskim faktorskim bodovima, i kao takvi korišteni u daljnjim analizama (razlike i povezanosti). Pouzdanost tipa interne konzistencije u oba skale određena je Cronbach alfa-koeficijentom. Za potrebe deskriptivne statistike, izračunali smo aritmetičke sredine i standardna raspršenja, kao pokazatelje središnjih tendencija. Za utvrđivanje razlika između dvije skupine sudionik(c)a (nezavisna varijabla spol), koristilo se t-test za nezavisne uzorke (zbog dovoljno velikog broja sudionika u obje skupine te približno simetrične distribucije). Za analizu razlika između više skupina sudionik(c)a (nezavisne varijable: regija, obrazovanje) korišten je Kruskal-Wallisov test (dimenzije skale *Nezavisno novinarstvo*), odnosno χ^2 -test (odgovor na pitanje odgovor na pitanje *Kojem mediju najviše vjerujete?*). Značajnost razlika komentirana je na razini vjerojatnosti $p < 0,05$. Spearmanov koeficijent rang-korelacije korišten je u analizi povezanosti mišljenja o nezavisnom novinarstvu i kronološke dobi sudionika.

3. Rezultati

U tablici 1 dana je Analiza glavnih komponenti, pouzdanost i deskriptivna obilježja za čestice skale *Nezavisno novinarstvo*.

Tablica 1: Analiza glavnih komponenti, pouzdanost i deskriptivna obilježja za čestice skale „*Nezavisno novinarstvo*“

Nezavisno novinarstvo	Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva	Senzacionalizam i kontroliranost	Komunalitet	Aritm. sredina	Std. Dev.
Novinari ovise o suradnji sa Službom za odnose s javnošću.	,575		,343	3,108	0,963
Zbog opće komercijalizacije medija ne može se govoriti o neovisnom novinarstvu	,480	,541	,523	3,892	1,000

Nezavisno novinarstvo	Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva	Senzacionalizam i kontroliranost	Komunalitet	Aritm. sredina	Std. Dev.
Zbog privatizacije medija nezavisno novinarstvo je nemoguće	,607	,406	,534	3,482	1,183
Zbog obilja informacija o nekoj temi u različitim medijima teško je procijeniti zaista istinitu informaciju	,427		,185	3,807	1,184
Mogućnost davanja nezavisnih informacija ovisi o financijskim mogućnostima pojedinih medija.	,637		,428	3,325	1,201
Ne vjerujem u mogućnost nezavisnog novinarstva.	,678		,541	2,578	1,298
Novinari su skloni pružati informacije koje će im sačuvati financijsku sigurnost (radno mjesto).		,784	,622	3,976	0,841
Informacije koje pružaju novinari često su naručene od nekih moćnika.	,322	,604	,215	3,783	0,898
Moderno novinarstvo uglavnom teži senzacionalizmu.		,682	,474	4,349	0,723
U 21. stoljeću novinarstvo potiče „zaglupljivanje“ obiljem nebitnih informacija (žutilo).		,650	,447	4,446	0,737
Novinarstvo kao nezavisna profesija je mit.	,713		,580	3,036	1,087
Objašnjena varijanca (%)	23,902	22,889			
Karakteristični korijen	2,629	2,518			
Pouzdanost (Cronbachov alfa koeficijent)/	,699	,716			
KMO mjera adekvatnosti uzorka	,747				
Bartlettov test sfericiteta (χ^2)	220,375 (p<0,001)				

Vrijednosti KMO mjera adekvatnosti uzorka te Bartlettova testa sfericiteta (χ^2 značajan uz $p < 0,01$) pokazuju kako je matrica skupine varijabli pod nazivom (*Ne*)*zavisno novinarstvo* pogodna za faktorizaciju. Primjena analize glavnih komponenti (PCA) uz primjenu Guttman-Kaiserova kriterija te Scree Plota pokazala je kako je najpogodnija dvokomponentna solucija za ovu skupinu varijabli, pa su nakon varimax rotacije dobivene dvije glavne komponente, koje zajedno tumače 46,79 % ukupne varijance. Prvu komponentu definira šest varijabli, koje uglavnom govore o utjecaju različitih centara moći na objektivnost novinarskog izvještavanja: nazvana je stoga **Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva** i pokazala je relativno visoku pouzdanost ($\alpha = ,698$). Drugu komponentu definira pet varijabli, koje uglavnom govore o negativnim trendovima u suvremenom novinarstvu: nazvana je stoga **Senzacionalizam i kontroliranost**: ova komponenta pokazala je vrlo visoku pouzdanost ($\alpha = ,711$). Najveće vrijednosti aritmetičkih sredina (tablica 1) dobivene su za tvrdnju „U 21. stoljeću novinarstvo potiče „zaglupljivanje“ obiljem nebitnih informacija (žutilo)” i tvrdnju „Moderno novinarstvo uglavnom teži senzacionalizmu”. Najrjeđa mišljenja, dakle najmanje vrijednosti aritmetičkih sredina, dobivene su za sljedeće tvrdnje: tvrdnju „Ne vjerujem u mogućnost nezavisnog novinarstva” i tvrdnju „Novinarstvo kao nezavisna profesija je mit”. Raspršenja, odnosno standardna raspršenja najveća su za varijable: tvrdnju „Rado bih se bavio nezavisnim novinarstvom” i tvrdnju „Ne vjerujem u mogućnost nezavisnog novinarstva”. Najmanja standardna raspršenja dobivena su za sljedeće varijable: tvrdnju „Moderno novinarstvo uglavnom teži senzacionalizmu” i tvrdnju „U 21. stoljeću novinarstvo potiče „zaglupljivanje“ obiljem nebitnih informacija (žutilo)”.

Tablica 2: Razlike u dimenzijama stavova prema nezavisnom novinarstvu (nezavisne varijable: spol, obrazovanje, regija)

Dimenzije	spol	Aritm. sredina	Std. Raspršenje	t-test (df=81)	P
Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva	muškarci	-0,061	1,120	-0,471	> 0,05
	žene	0,044	0,912		
Senzacionalizam i kontroliranost	muškarci	-0,134	0,909	-1,040	> 0,05
	žene	0,097	1,060		

	obrazovanje	Aritm. sredina	Std. Raspršenje	χ^2 -test (df= 2, 78)	P
Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva	srednja stručna sprema	0,003	0,956	3,036	< 0,05
	visoka stručna sprema (baccal)	0,254	0,871		
	magistar, doktor	-0,433	1,155		
Senzacionalizam i kontroliranost	srednja stručna sprema	-0,140	1,165	0,779	> 0,05
	visoka stručna sprema (baccal)	-0,019	0,847		
	magistar, doktor	0,243	1,085		
	regija	Aritm. sredina	Std. Raspršenje	χ^2 -test (df= 2)	P
Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva	Dubrovnik i okolica	0,129	0,957	1,483	> 0,05
	ostali primorski gradovi	-0,114	0,788		
	kontinentalni dio	-0,212	1,137		
Senzacionalizam i kontroliranost	Dubrovnik i okolica	-0,112	1,100	2,176	> 0,05
	ostali primorski gradovi	-0,120	0,770		
	kontinentalni dio	0,262	0,835		

Legenda: potamnjena je statistički značajna razlika i pripadna najveća prosječna vrijednost aritmetičke sredine

U tablici 2 je vidljivo da postoji samo jedna statistički značajna razlika u dimenzijama stavova prema nezavisnom novinarstvu, koja je pronađena za dimenziju *Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva*, u odnosu na stručnu spremu sudionika. Smjer razlike ukazuje na činjenicu da visokoškolski obrazovani sudionici u najvećoj mjeri smatraju da su novinari ovisni o financijama te da ne postoji mogućnost nezavisnog novinarstva, dok se najobrazovanija skupina sudionika (magistar, doktor) u najmanjoj mjeri s time slaže (smatraju da novinari mogu biti nezavisni i da nisu previše ovisni o financijama u odnosu na poslodavce).

U analizi korelacija, uočeno je da ne postoji niti jedna statistički značajna povezanost stavova prema nezavisnom novinarstvu s dobi sudionika. Naime, ni korelacija dobi s dimenzijom *Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva* nije bila statistički značajna ($\rho=0,073$; $p>0,05$), kao ni korelacija s dimenzijom *Senzacionalizam i kontroliranost* ($\rho= -0,071$; $p>0,05$).

Tablica 3: Razlike u dimenzijama stavova u odnosu na odgovor na pitanje „Kojem mediju najviše vjerujete?“ (nezavisne varijable: spol, obrazovanje, regija)

	spol		Ukupno $\chi^2=3,455$ (df=3)	obrazovanje			Ukupno $\chi^2=9,956$ (df=6)
	muškarci	žene		srednja stručna sprema	visoka stručna sprema (baccal)	mr, dr	
televizija	9	14	23	6	12	4	22
internet	19	18	37	11	14	11	36
radio	5	8	13	3	8	2	13
tisak	2	8	10	7	2	1	10
Ukupno	35	48	83	27	36	18	81
regija							
				Dubrovnik i okolica	ostali primorski gradovi	kontinentalni dio	$\chi^2=5,400$ (df=6)
				10	3	10	23
				24	5	8	37
				9		4	13
				6	1	3	10
				49	9	25	83

U tablici 3 je vidljivo da ne postoji samo jedna statistički značajna razlika u odnosu na odgovor na pitanje *Kojem mediju najviše vjerujete?* Razlike nisu statistički značajne niti za jednu od nezavisnih varijabli: ni za spol, ni za obrazovanje, ni za regiju iz koje potječu sudionici.

4. Rasprava

Glavni cilj istraživanja bio je zapravo konstrukcija pilot verzije skale stavova prema nezavisnom novinarstvu, koji nam, kao robustna kvantitativna inačica primjene principa utemeljene teorije (Halmi i Crnoja, 2003). Naime, studenti koji su sastavili niz pitanja preliminarnu verziju skale, zapravo su u tvrdnjama operacionalizirali asocijacije na pojam nezavisnog novinarstva. Iz ove preliminarnu verziju nastala je dvokomponentna finalna verzija skale, koja je rezultirala relativno jasno interpretabilnim komponentama nazvanim: *Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva* te *Senzacionalizam i kontroliranost*. I prosječne vrijednosti rezultata za pojedinačne tvrdnje pokazuju da su mišljenja o mogućnostima postojanja nezavisnog novinarstva uglavnom negativna, što je sukladno razmatranjima prethodno navedenih autora (Šćekić, 2014; Kanižaj i Skoko, 2010). Također, sudionici u principu vjeruju da u novinarstvu također dominira senzacionalizam, što je sukladno domaćim opservacijama (Šćekić, 2014; Kanižaj i Skoko, 2010) i inozemnim nalazima (Skinner, 2008; Lewis et al., 2011). Drugim riječima, sudionici u našem istraživanju zapravo u podjednakoj mjeri kao i stariji smatraju da je nezavisno novinarstvo u praksi mit, i da je pod utjecajem centara moći (Castells, 2002). I prosječna raspršenja rezultata potvrđuju da se sudionici ovog istraživanja malo međusobno razlikuju u odnosu na objekt stava – nezavisno novinarstvo. Samo jedna statistički značajna razlika u dimenzijama stavova prema nezavisnom novinarstvu, ukazuje na podatak da visokoškolski obrazovani sudionici u najvećoj mjeri smatraju da su novinari ovisni o financijama, što „povlači“ nemogućnost nezavisnog novinarstva, dok se najobrazovanija skupina sudionika (magistar, doktor) u najmanjoj mjeri s time slaže. Razlog ovakvom razmišljanju može biti činjenica da najobrazovaniji sudionici vjerojatno imaju stalna ili pak bolje plaćena zaposlenja, ili su pak lakše zapošljivi (Matković, 2009), pa im se određena razina „neposlušnosti“ u odnosu na postojeće političke orijentacije može tolerirati. Međutim, pritom treba imati na umu mogućnosti da su mladi (koji su većinom sudionici ovog istraživanja) u različitoj mjeri aktivni ili pasivni u traženju posla (Buković, 2012).

Prednost ovog istraživanja je činjenica da je uspješno konstruirana prva verzija skale stavova prema nezavisnom novinarstvu: ovaj mjerni instrument sada može poslužiti kao dobar inicijalni predložak za neka daljnja, opsežnija

istraživanja ove tematike, i u smislu razvoja samog mjernog instrumenta, i u smjeru stjecanja novih saznanja. Naime, glavni nedostatak ovog istraživanja je nedvosmisleno mali broj sudionika koji su činili uzorak kao i način njihova odabira (prigodni uzorak), što uvelike onemogućuje mogućnost poopćavanje dobivenih rezultata i popratnih zaključaka.

Stoga bi u budućim istraživanjima, prije svega, trebalo obuhvatiti veći i reprezentativniji uzorak (odabrana po principu slučajnog odabira ili stratificirani uzorak), pa bi se dobiveni rezultati mogli eventualno generalizirati na neku širu populaciju (npr. mlade, nezaposlene, opću populaciju neke regije, u odnosu na rodnu pripadnost i slično). S druge strane, spoznaja o ograničenjima nezavisnosti medija, uz brz razvoj online nezavisnog novinarstva, može pružiti nastavnicima priliku da kod učenika povećaju razumijevanje prirode i moći vijesti u medijima. Habermasova teorija o ulozi javne sfere u demokratskom diskursu može omogućiti mladima shvaćanje trendova informiranja u glavnim državnim medijima, a upozna ih s novim oblicima online novinarstva i njihovih demokratskih potencijala i ograničenja. Tako nastavnici mogu pomoći učenicima rekonstruirati informacije koje dobivaju iz medija ali i može ih potaknuti na sudjelovanje u tradicionalnim i novijim oblicima medija (Beers, 2006).

Kao rješenja za profesionalnu autonomiju medija i optimalno demokratsko funkcioniranje nudi se više modela. U nekoliko zemalja, npr. Australiji, Velikoj Britaniji, Danskoj i Njemačkoj, financiranje medija se zasniva za višegodišnje razdoblje, time i na smanjenje kapaciteta vlade da kontrolira sadržaje u medijima (Benson & Powers, 2011). Drugo, javni mediji se čini najjačima kada građani osjećaju da su mediji reagiraju na njih, a ne na političare i oglašivače (odnosno, kad su uistinu "javni"). Financiranje strukture i nadzor organizacije stvaraju izravnu vezu između javnih medija i njihove publike, kao što su u Danskoj, Njemačkoj, Nizozemskoj i Velikoj Britaniji, potičući građanski angažman i odgovornost (Benson & Powers, 2011). Treće, pravne i administrativne povelje o osnivanju javnih emitera gotovo ravnomjerno ističu obvezu pružanja raznolikih i kvalitetnih sadržaja, uključivanjem raznih glasovanja. Istovremeno, u mnogim slučajevima, pravilnicima su strogo ograničeni kapaciteti vlada da pokušaju utjecati na medijske sadržaje u za njih poželjnom smjeru, uz limitiranje sredstava, u skladu sa vrlo uskim tehničkim kriterijima (kao u Njemačkoj) (Benson & Powers, 2011). Četvrto, nadzorne agencije i/ili upravni odbori postoje u svim zemljama kao „tampon“ između javnih emitera i vlade: vladama i nadzornim agencijama su zabranjeni pristupi u cenzure prije objavljivanja / emitiranja nekog sadržaja (Benson & Powers, 2011).

5. Zaključak

Osnovni znanstveni doprinos ovog istraživanja je konstrukcija specifične skale stavova prema nezavisnom novinarstvu, koja je prvenstveno namijenjena populaciji adolescenata i mladih odraslih. Stoga i kao glavni nalaz istraživanja ističemo da je uspješno konstruirana skala stavova prema nezavisnom novinarstvu, s dvije glavne komponente koje su pokazale zadovoljavajuću pouzdanost: *Ovisnost o financijama i nemogućnost nezavisnog novinarstva* te *Senzacionalizam i kontroliranost*. Međutim, prigodni i relativno mali uzorak sudionika ne može pružiti osnovu za relevantne zaključke o razlikama i povezanostima vezanim uz stavove o nezavisnom novinarstvu. Jedina pronađena statistički značajna razlika ukazuje na činjenicu da visokoškolski obrazovani sudionici u najvećoj mjeri smatraju da su novinari ovisni o financijama te da ne postoji mogućnost nezavisnog novinarstva, dok se najobrazovanija skupina sudionika najmanje s time slaže. Sve grupe sudionika podjednako (ne) vjeruju svim vrstama medija.

U budućim istraživanjima važno bi bilo obuhvatiti veći i reprezentativniji uzorak (ciljanih skupina) ispitanika, i u smislu kvalitetnijih zaključaka o obilježjima stavova prema nezavisnom novinarstvu za određene populacije, i u smislu daljnjeg razvoja načinjenog instrumentarija. Dakako, poboljšanje upitnika moguće je i promjenom, ili posve jasnim inicijalnim definiranjem teorijskog okvira iz kojeg će stavovi prema pitanjima vezana uz nezavisno novinarstvo proizaći. Oni mogu biti posve specifični, npr. kulturalno-sociološki, kao primjerice socijalni konstruktivizam (Luengo, 2012), ili se mogu pozicionirati unutar određene znanosti, npr. socijalne psihologije, sociologije, socijalne antropologije, političke znanosti, i slično. S druge strane, opseg saznanja može se postići dovođenjem dimenzija novokonstruiranog upitnika u odnos s povezanim konceptima: odnosima s javnošću (Johansson & Fredriksson, 2013), specifičnim vrstima medija (Pew Research Center, 2015), sukladno rekonstrukcijskim procesima u samom novinarstvu (Downie & Schudson, 2009; OECD, 2010), ili pak pitanjima vlasništva nad medijskim kućama vlasništva (Picard & Van Weezel, 2008).

Zahvale:

Zahvaljujemo studentima završne godine diplomskog studija Odnosi s javnošću u akademskoj godini 2013/2014., koji su na izbornom kolegiju studija Odnosi s javnošću na Sveučilištu u Dubrovniku sastavili preliminarnu verziju ove skale stavova.

Literatura

- Althaus, S. L. (2003). When News Norms Collide, Follow the Lead: New Evidence for Press Independence. *Political Communication*, 20(4): 381–414.
- Baltezarević, V., Baltezarević, R. & Jovanović, D. (2014). Medijska manipulacija kao obmana slobode. *Medijski dijalozi*, 7(19): 153–164.
- Beers, D. (2006). The Public Sphere and Online, Independent Journalism. *Canadian Journal of Education*, 29(1): 109–130.
- Benson, R. & Powers, M. (2011). *Public Media and Political Independence: Lessons for the Future of Journalism from Around the World*. New York: Free Press.
- Buković, N. (2012). *Tko se boji velike zločeste krize? Strukturirani dijalog o nezaposlenosti mladih*. Zagreb: Mreža mladih Hrvatske.
- Downie, L. & Schudson, M. (2009). The Reconstruction of American Journalism. *Columbia Journalism Review*, November. Posjećeno 2. 10. 2015. URL: http://www.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php.
- Dugan, M.A. (2008). Journalism Ethics and the Independent Journalist. *McGeorge Law Review*, 39(3): 801–811.
- Franklin, B. (2006). *Local Journalism and Local Media: Making the Local News*. London: Routledge.
- Grgurević, N. (2014). Ne(zavisno) novinarstvo između političke moći i koncentracije medija. *Medijski dijalozi*, 7(19): 197–203.
- Halmi, A. & Crnoja, J. (2003). Kvalitativna istraživanja u društvenim znanostima i humanojoj ekologiji. *Socijalna ekologija*, 12(3-4): 195–210.
- Harcup, T. & O’Neil, B. (2001). What is News? Galtung and Ruge Revisited. *Journalism Studies*, 2(2): 261–281.
- Johansson, B. & Fredriksson, M. (2013). *Blurring Boundaries or Embracing Journalistic Ideals?*. Göteborg: Department of Journalism, Media and Communication (JMG).
- Kanižaj, I. & Skoko, B. (2010). Mitovi i istine o novinarskoj profesiji - imidž novinara u hrvatskoj javnosti. *Medijske studije*, 1(1-2): 20–39.
- Laban, V. (2004). Utjecaj službi za odnose s javnošću na (ne)transparentnost izvora informacija u televizijskim novinarskim tekstovima. *Medijska istraživanja*, 11(1): 113–130.
- Levy, D. & Nielsen (2010). *The Changing Business of Journalism and its Implications for Democracy*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Lewis, J., Williams, A., Franklin, B., Thomas, J. & Mosdell, N. (2011). *The Quality and Independence of British Journalism - Tracking the changes over 20 years*. Posjećeno 2. 10. 2014. URL: <http://www.mediawise.org.uk/www.mediawise.org.uk/files/uploaded/Quality%20%26%20Independence%20of%20British%20Journalism.pdf>.
- Luengo, M. (2012). Narrating Civil Society: A New Theoretical Perspective on Journalistic Autonomy. *Communication & Society*, 25(2): 29–56.
- Maretić, M., Martinović, D. & Caktaš, J. (2014). Kriza povjerenja u neovisnost medija. *Medijski dijalozi*, 7(19): 357–372.
- Maroš, M. (2014). Objektivnost kao vodilja kvalitetnog medija. *Medijski dijalozi*, 7(19): 399–409.
- Matković, T. (2009). *Mladi između obrazovanja i zapošljavanja: isplati li se školovati?* Zagreb: Program Ujedinjenih naroda (UNDP) Hrvatska, Zagreb.
- McDevitt, M. (2003). In Defense of Autonomy: A Critique of the Public Journalism Critique. *Journal of Communication*, 53(1): 155–160.
- McQuail, D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London, UK: Sage.
- Meier, H. E. (2007). Independent Regulatory Authorities and Impossible Jobs: The Failure of German Public Service Broadcasting Regulation. *Public Administration*, 86(1): 133–148.
- Milenković, V. (2014). Između nezavisnosti i kontrole – novinari kao zastupnici javnosti. *Medijski dijalozi*, 7(19): 117–131.
- OECD (2010). *The Evolution of News and the Internet*. Posjećeno 2. 10. 2015. URL: <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/45559596.pdf>.
- Papathanassopoulos, S. (2007). Financing Public Service Broadcasters in a New Era. In E. de Bens, (ed.), *Media Between Culture and Commerce* (pp. 151–166). Chicago: University of Chicago Press / Intellect Books.
- Pew Research Center (2015). The State of the News Media. Posjećeno 10. 10. 2015. URL: <http://www.journalism.org/2015/04/29/state-of-the-news-media-2015/>.
- Picard, R. G. & Van Weezel, A. (2008). Capital and Control: Consequences of Different Forms of Newspaper Ownership. *International Journal on Media Management*, 10(1): 22–31.
- Poler Kovačić, M. (2001). Kriza novinarstva kao kriza etike: tko je novinarski subjekt? *Medijska istraživanja*, 7(1-2): 25–44.

- Price, M. E. (2002). *Media and Sovereignty*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Reich Z. & Hanitzsch, T. (2013). Determinants of Journalists' Professional Autonomy: Individual and National Level Factors Matter More Than Organizational Ones. *Mass Communication and Society*, 16(1): 133–156.
- Rutović, Ž. (2014). (Ne)zavisna kontrola slobode (tržišne korporativne medijske „istine“ ili etički kodeks javnog interesa). *Medijski dijalozi*, 7(19): 45–55.
- Sapunar, M. (2004). *Osnove znanosti o novinarstvu*. Zagreb: Vlastita naklada.
- Sindik, J., Glibić, M. & Briški, M. (2014). Provjera metrijskih karakteristika švicarske skale procjene kompetencija kao pokazatelja spremnosti za školu predškolske djece. *Holon*, 4 (2): 432–458.
- Skinner, D. (2008). Television in Canada: Continuity or Change? In D. Ward (ed.), *Television and Public Policy: Change and Continuity in an Era of Global Liberalization* (pp. 3–26). New York: Taylor and Ward.
- Stamenković, S. (2014). Opstanak novinarstva kao uslov za težnju idealu nezavisnosti. *Medijski dijalozi*, 7(19): 337–356.
- Ščekić, R. (2014). (Ne)zavisni mediji – surova realnost i ogledalo profesionalizma. *Medijski dijalozi*, 7(19): 93–101.
- Vukadinović, S. (2014). Transparentnost finansiranja i odsustvo senzacionalizma – preduslovi nezavisnog novinarstva. *Medijski dijalozi*, 7(19): 103–116.

THE CONSTRUCTION OF THE ATTITUDE SCALE TOWARD INDEPENDENT JOURNALISM

Summary: Systematization of the attitudes toward independent journalism may allow researchers to explore this issue in a relatively systematic way, in a particular spatial and temporal context, correlating it with the factors that can help us to understand attitudes towards this issue more clearly, and possibly change them. The main objective of this research was to construct an attitude scale toward independent journalism. Furthermore, we tried to gain insight into the structure of these attitudes and to determine whether there were significant differences in attitudes with regard to gender, education and region of origin of the participants, as well as the connection between attitudes to the age of the participants. Also, we have found differences in the beliefs about certain types of media, compared to the same independent variables. The sample in the study was convenient, consisted of a total of 83 participants, of whom 35 men (42%) and 48 women (58%). The results showed that the Attitude scale toward independent journalism has been successfully designed, with two principal components that have demonstrated satisfactory reliability: Dependence on finances and the inability of independent journalism and Sensationalism and being controlled. The only statistically significant difference reflects the fact that higher educated participants more often believe that journalists are dependent on finances and that there is no possibility of independent journalism, while the most educated group of participants with at least agrees with such attitude. All groups of participants equally (do not) believe all types of media.

Key words: independent journalism, sensationalism, public relations, objectivity