

Analiza medijskog izvještavanja hrvatskih portala na primjeru veganstva

Vaniš, Kristina

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:205959>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-21**



Repository / Repozitorij:

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Kristina Vaniš

**ANALIZA MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA
HRVATSKIH INTERNETSKIH PORTALA NA
PRIMJERU VEGANSTVA**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2020.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

KRISTINA VANIŠ

**ANALIZA MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA
HRVATSKIH INTERNETSKIH PORTALA NA
PRIMJERU VEGANSTVA**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Danijel Labaš

Zagreb, 2020.

Analiza medijskog izvještavanja hrvatskih internetskih portala na primjeru veganstva

Sažetak

Kada jer riječ o *online* novinarstvu, onda govorimo o vrsti novinarstva koja se ostvaruje putem interneta. Pojava *online* novinarstva donijela je mnoštvo prednosti u novinarsku profesiju, ali i neke negativne trendove. Sve veći broj autora piše o padu standarda, profesionalnih i etičkih kriterija u novinarstvu, a jesu li negativni trendovi vidljivi u izvještavanju portala vezanom uz veganstvo utvrdit ćemo istraživanjem u našem radu. Osnovni cilj rada je istražiti što i kako su u 2018. godini tri najposjećenija dnevnoinformativna internetska portala u Republici Hrvatskoj (*Index.hr*, *24sata.hr* i *Jutarnji.hr*) pisala o veganstvu i na temelju dobivenih rezultata utvrditi kakvo mišljenje javnosti o veganstvu stvaraju portali. Naglasak istraživanja je na temama koje se nameću kada se govori o veganstvu, kao i na funkciji priloga. U radu su predstavljeni rezultati kvantitativne i kvalitativne analize sadržaja na primjeru od 73 priloga koji su pokazali da hrvatski portali istraženoj temi pristupaju senzacionalistički, vrlo je malo prostora posvećeno edukaciji o veganstvu, a sadržaj objavljen na portalima većinom je obrađen površno, bez dublje analize, zadržavajući se samo na deskripciji pojave, događaja ili osobe. S druge strane, prevladava pozitivan prikaz teme što je u suprotnosti s postavljenom hipotezom, a teme o veganstvu su raznolike, no one se uglavnom bave trivijalnim stvarima, dok novinari velikim dijelom ne iznose vlastite stavove i komentare što ide u prilog objektivnom izvještavanju o temi.

Ključne riječi: *online* novinarstvo, dnevnoinformativni internetski portali, Hrvatska, analiza sadržaja, veganstvo

Analysis of media reporting in Croatian internet portals on the example of veganism

Abstract

When it comes to online journalism, then we are talking about the kind of journalism that is accomplished through the internet. Appearance of online journalism has brought many benefits to the journalism profession, but also some negative trends. A growing number of authors are writing about the decline in standards, professional and ethical criteria in journalism, and whether negative trends are visible in reporting about veganism will be determined by research in our work. The main objective of the paper is to investigate what and how in 2018 the three most visited daily information portals in the Republic of Croatia (*Index.hr*, *24sata.hr* and *Jutarnji.hr*) wrote about veganism and to determine the public opinion about veganism generated by portals based on the results obtained. The emphasis of the research is on the topics that are raised when it comes to veganism, as well as the function of the articles. The paper presents the results of quantitative and qualitative content analysis based on 73 articles, which showed that Croatian portals approach to the topic sensationally, very little space was devoted to education on veganism, and the content published on portals was mostly surface-processed, without deeper analysis, dwelling only on the description of the occurrence, event or person. On the other hand, a positive view of the topic prevails, which contradicts the hypothesis, and vegan topics are diverse, but they are mostly trivial, while journalists largely do not express their own views and comments in favor of objective coverage of the topic.

Key words: online journalism, daily information portals, Croatia, content analysis, veganism

Sadržaj

Sažetak	III
Abstract	IV
1. Uvod	2
2. Veganstvo	4
2.1. Postupanje prema životinjama.....	6
2.2. Zdravlje.....	8
2.3. Okoliš.....	11
2.4. Sirova biljna prehrana.....	13
2.5. Prikaz veganstva u medijima.....	14
3. Mediji u suvremenom društvu	15
3.1. Profesionalni standardi izvještavanja.....	17
3.2. Negativni trendovi u novinarstvu.....	18
3.3. Moć medija.....	20
4. Istraživanje: analiza sadržaja medijskog izvještavanja hrvatskih internetskih portala na primjeru veganstva u 2018. godini	22
4.1. Ciljevi i hipoteze istraživanja.....	22
4.2. Metodologija i uzorak istraživanja.....	23
4.3. Rezultati i tumačenje rezultata istraživanja.....	26
5. Zaključak	41
Popis literature	43
Popis tablica i grafičkih prikaza	47
Prilozi	48

1. Uvod

„Eksplozivni“ razvoj interneta rezultirao je sve većim brojem internetskih stranica koje svakodnevno objavljuju novosti, a zovemo ih dnevnoinformativni internetski portali koji po svojoj osnovnoj svrsi odgovaraju funkcijama dnevnog tiska ili informativne emisije (Benković, Balabanić, 2010: 44). Neki od portala su internetsko izdanje postojećeg matičnog tiskanog izdanja, dok su drugi samostalni mediji dostupni isključivo u digitalnom obliku (Benković, Balabanić, 2010: 44), a uzorak istraživanja bit će obje vrste medija.

O promjenama u novinarstvu i o njihovom negativnom utjecaju na profesiju pisali su brojni autori, a neki od njih su Igor Kanižaj i Božo Skoko (2010: 35) koji navode da se novinarska profesija nalazi u krizi te da je imidž hrvatskih novinara poprilično poljuljan, a krizu u novinarstvu opisuju ovako: „Sveopći pad profesionalnih kriterija i standarda u obliku tabloidizacije i senzacionalizma kratkoročno se odrazio na povećanje naklada, a dugoročno je pridonio srozavanju novinarske profesije i medija uopće u hrvatskoj javnosti.“ Na senzacionalizam u novinarstvu osvrnula se i Nada Zgrabljic Rotar (2011: 29) referirajući se na istraživanje koje su proveli Vanesa Benković i Ivan Balabanić (2010: 51) ističući da „uz pohvale brzini informacija i dostupnosti, analize sadržaja naših domaćih portala potvrđuju da lake teme i senzacionalizam prevladavaju nad ozbiljnim sadržajima“. Dodaje da je to rezultiralo „slabljenjem kritičkog i građanskog identiteta novih (generacija) korisnika kao i njihovih očekivanja“ (Zgrabljic Rotar, 2011: 29).

Unatoč navedenome, publika sve više koristi digitalne izvore, Nic Newman (2017) ističe da su digitalni izvori informiranja primarni izvori kojima se okreću čitatelji (Čerepinko, Gamberožić, 2019: 35). Razvoj interneta, a samim time i pojava novih medija kao što su internetski portali rezultiralo je većom koncentracijom medijskog sadržaja i otvaranjem prostora većem broju tema.

Među njima je i veganstvo. Iako je ono u ne tako dalekoj prošlosti bilo relativno nepoznato, danas poprima sve veći zamah, a stara gledišta na veganstvo kao „ekstremni“ ili „radikalni“ koncept sve više blijede uz saznanja o prednostima takvog načina života i uz sve veću raspoloživost veganskih opcija prehrane (Taft, 2015: 24). Popularizaciji vegetarijanstva i veganstva te osnivanjem društva za zaštitu prava životinja pridonijela je knjiga suvremenog utilitarista Petera Singera „Oslobođenje životinja“ (*Animal Liberation*) iz 1975. godine u kojoj upozorava na postupanje prema životinjama koje se uzgajaju radi hrane i koriste u znanstvenim istraživanjima (Šatalić, interna skripta, 6).¹

¹ Više o ovoj temi može se saznati u: Zvonimir Šatalić, Maroje Sorić i Marjeta Mišigoj-Duraković (2016.) *Sportska prehrana*, Zagreb: Znanje d.o.o.

Cilj rada „Analiza medijskog izvještavanja hrvatskih internetskih portala na primjeru veganstva“ je istražiti što i kako su hrvatski portali o veganstvu pisali 2018. godine i na temelju toga utvrditi kakvo mišljenje javnosti o veganstvu stvaraju tri najposjećenija hrvatska dnevnoinformativna internetska portala – *Index.hr*, *24sata.hr* i *Jutarnji.hr*. Rad polazi od pretpostavke da su teme vezane uz veganstvo rijetko zastupljene u medijima te da se u priložima o veganstvu kao tema najviše ističe veganski aktivizam, a pretpostavlja se i da je izvještavanje o temi negativno, jednostrano, senzacionalističko i površno te da se o veganstvu najviše piše nakon novogodišnjih blagdana. U prvom dijelu rada predstaviti ćemo i analizirati veganstvo, a bit će riječ i o postupanju prema životinjama, zdravlju, okolišu, sirovoj biljnoj prehrani te o prikazu veganstva u medijima. U kontekstu medija će biti riječi o medijima u suvremenom društvu, profesionalnim standardima izvještavanja, o negativnim trendovima u novinarskoj profesiji te o medijskoj moći, dok će uz teorijske postavke biti prezentirana i neka dosadašnja istraživanja iz navedenih područja. U istraživačkom dijelu bit će detaljno predstavljena metodologija i uzorak istraživanja, prezentirat će se i interpretirati rezultati istraživanja, a u zaključnom dijelu rada bit će iznesena glavna zapažanja i zaključak koji povezuje teorijski i istraživački dio rada.

2. Veganstvo

Dokazi o ljudskom izbjegavanju upotrebe životinjskih proizvoda možda su najranije dokumentirani još u Bibliji, kao što prikazuje pripovijest o ratniku Danijelu i njegovim suborcima koji su hraneći se isključivo povrćem i pijenjem vode postizali vojne uspjehe (Štalić, 2009: 2). Zvonimir Štalić (2009: 2) piše kako u 6. stoljeću prije Krista grčki filozof Pitagora promovira vegetarijanski način prehrane te ga se ujedno smatra i osnivačem (ocem) takvog načina prehrane. Do sredine 19. stoljeća vegetarijance se nazivalo Pitagorejcima, a njihova etika bila je da „meso divljih zvijeri kontaminira i brutalizira dušu“ (Vranešić Bender, 2007: 1). Takva etika širila se nadalje između 490. i 430. godine prije Krista, a cilj joj je bio stvaranje univerzalnih zakona prema kojima se ne bi smjela ubijati živa bića i jesti njihovo meso (Vranešić Bender, 2007: 1). Na sastanku u engleskom gradu Ramsgateu 1847. godine pitagorejska prehrana službeno je promijenila naziv u vegetarijanska te nastaje Vegetarijansko društvo (*The Vegetarian Society*) (Vranešić Bender, 2007: 1).

Kada je riječ o Veganskom društvu (*The Vegan Society*) ono je osnovano 1944. godine u Leicesteru (Ujedinjeno Kraljevstvo), a osnovao ga je bračni par Donald Watson i Dorothy (Morgan) Watson uz još petero prijatelja (Mancilla, 2016: 1). Prije nego što je termin izmislio Watson, drugi poznati veganski zagovornici bili su britanski liječnik William Lambe (1765.-1848.), koji je prihvatio vegansku prehranu temeljenu na zdravstvenim i etičkim pitanjima i britanski pjesnik Percy Bysshe Shelley (1792.-1822.), koji se javno protivio konzumaciji mlijeka i jaja (Mancilla, 2016: 1).

Ni vegetarijanci ni vegani ne konzumiraju životinjsko meso, ali za razliku od vegana, vegetarijanci konzumiraju mliječne proizvode (poput mlijeka, maslaca i sira) i jaja, a mogu konzumirati i med (Taft, 2015: 21). Alejandra Mancilla (2016: 1) ističe kada je riječ o mlijeku onda je izuzetak hranjenje ljudskim mlijekom. Vegetarijanci također mogu biti i manje skloni izbjegavanju neprehrambenih proizvoda životinjskog podrijetla (Taft, 2015: 21). Svi oni koji se deklariraju kao vegani ili vegetarijanci ne uklapaju se savršeno u „vegansku“ ili „vegetarijansku“ kategoriju, ali većina ljudi koji se identificiraju s navedenim skupinama pripada u neku od varijacija koje se razlikuju po stupnju upotrebe ili konzumacije proizvoda životinjskog podrijetla (Taft, 2015: 21). Štalić (2009: 2) piše da se u rječnicima vegetarijanstvo definira kao „slijeđenje pretežno biljne prehrane“. Također piše da postoji 12 podvrsta vegetarijanske prehrane u kojima kao krajnosti ističe frutarijanstvo u kojem prehranu čini voće, povrće, orašasti plodovi, sjemenke i klice, zatim stroge vegane, oni ne konzumiraju med, odjeću napravljenu od vune i krzna te naposljetku ističe prehranu sirovim biljnim namirnicama (*raw food*) s 50 do 100 % zastupljenosti sirove hrane (Štalić, 2009: 3).

Slijedom prethodne usporedbe vegetarijanstva i veganstva, korisno je napomenuti da ni veganska prehrana nije isto što i veganstvo (budući da netko može prakticirati vegansku prehranu, a

istodobno se nehumano odnositi prema životinjama) te se 1949. godine predlaže uključenje „načela emancipacije životinja od ljudske eksploatacije“ u definiciju veganstva (The Vegan Society). Definicija veganstva mijenjana je i usavršavana tijekom godina, no danas je ona ažurirana u memorandumu i statutu Veganskog društva kao:

Filozofija i način života koji nastoji isključiti – koliko je to moguće i izvedivo – sve oblike iskorištavanja i okrutnosti prema životinjama za hranu, odjeću ili bilo koje druge svrhe i time promicati razvoj i upotrebu alternativa bez životinja za dobrobit životinja, ljudi i okoliša. U prehranbenom smislu označava praksu odbacivanja svih proizvoda koji su u cijelosti ili djelomično dobiveni od životinja. (The Vegan Society)

Dakle, vegani jedu isključivo biljnu hranu, izbjegavaju i neprehrambene artikle izrađene od kože, krzna, pčelinjeg voska ili bilo čega drugoga što sadrži sastojke životinjskog podrijetla (poput kućanskih potrepština i kozmetike), a izbjegavaju i namirnice obrađene uporabom životinjskih proizvoda (poput rafiniranog bijelog šećera i nekih vina), većina vegana izbjegava i proizvode koji su testirani na životinjama (Taft, 2015: 21). Naposljetku, vegani izbjegavaju i ona mjesta na kojima se životinje koriste za zabavu (The Vegan Society).

Prema dokumentu „Oblikovano ljudskom odlučnošću: 70 godina Veganskog društva“ (*Ripened by human determination: 70 years of The Vegan Society*) zaštitni znak koji označava veganske proizvode službeno je objavljen 1990. godine, a prikazuje riječ „vegan“ i suncokret, a svi proizvodi koji su obilježeni tim znakom ispunjavaju kriterije prema kojima ne sadrže životinjske sastojke i nisu testirani na životinjama (Calvert, 2014 :10).

Danas se u Sjedinjenim Američkim Državama šest posto stanovništva izjašnjava veganima, a kada je riječ o Europi, u Velikoj Britaniji je u proteklom desetljeću broj vegana porastao za više od 260 %, pa ih danas ima više od pola milijuna (Schuler, 2018: 14). Šatalić (2009: 4) ističe da je prema istraživanju koje je naručila udruga Prijatelji životinja iz 2007. godine u Hrvatskoj 3,7 % vegetarijanaca i vegana te se navedeni postotak većim dijelom odnosi na ženske osobe i mlađe dobne skupine. Nadalje, Šatalić (2009: 4) piše kako je taj broj u porastu jer je promijenjena percepcija utjecaja takvog načina prehrane na zdravlje.

Casey Taft (2015: 23) ističe porast broja restorana i zalogajnica koji poslužuju isključivo vegansku hranu te najpoznatije knjižare koje imaju veganske odjeljke, a također naglašava i sve veći broj vrhunskih sportaša i slavnih osoba koje se svrstavaju među vegane. U današnje vrijeme, ali i u povijesti mnoge su se značajne ličnosti i poznate osobe deklarirale kao vegani ili promišljali o takvom

načinu života. Taft (2015: 23) kao primjer današnjih vegana ističe bivšeg američkog predsjednika Billa Clintona i predsjednika uprave *Microsofta* Billa Gatesa. Povijesne ličnosti koje su težile veganskom načinu života su: već spomenuti Percy Bysshe Shelley, Henry David Thoreau i Mahatma Gandhi, iako je za vrijeme njihova života provođenje veganske prehrane bio veliki izazov, dok ono za današnje vegane ne predstavlja prepreke (Taft, 2015: 24). Mnogi drugi veliki mislioci isključivali su meso iz svoje prehrane, a neki od njih su: osnivač vegetarijanstva Pitagora, Isaac Newton, Benjamin Franklin, Nikola Tesla, Thomas Edison, Srinivas Ramanujan i Albert Einstein (Taft, 2015: 24). Štalić (2009: 2) kao vegetarijance ističe i Sylvestera Grahama te Johna Harveya Kellogga.

Kate Schuler (2018: 21) navodi neke od razloga zbog kojih se ljudi odlučuju na veganstvo: „Zbog životinja, okoliša, održivosti, gladi u svijetu, osobnoga zdravlja, zdravlja čovječanstva ili jednostavno zato što im je to novi izazov.“ Tijekom vremena ti su se razlozi mijenjali, pa tako motivi za odabir vegetarijanske prehrane s razmakom od dva desetljeća (1997. i 1974. godine) pokazuju kako je zdravlje najvažnija motivacija u oba razdoblja, dok su 1997. godine na važnosti dobili motivi poput etike, osobne filozofije, dobrobiti životinja i brige za okoliš (Štalić, interna skripta, 7). Kako ističe Schuler (2018: 23) u današnje vrijeme je empatija prema životinjama glavni razlog zbog kojeg ljudi prelaze na veganstvo. Slijedom navedenoga, razloge za veganstvo i vegetarijanstvo možemo svrstati u tri glavne skupine: etički, zdravstveni i ekološki.

2.1. Postupanje prema životinjama

Michele Aramini (2009: 397) ističe da se posebna grana bioetike, bioetika životinja, bavi „pravima životinja“, etičkim pitanjima vezanima uz znanstvena eksperimentiranja na životinjama, kloniranjem, stvaranjem hibrida u zootehnici i genetskom manipulacijom. Nadalje, Aramini (2009: 397) dodaje da bioetičari sve češće promišljaju o „ontološkom i etičkom statusu životinja“ naglašavajući obvezu čovječanstva prema drugim živim bićima, posebice prema životinjama.

Željko Kaluđerović (2009: 311) se u radu „Bioetički pristupi životinjama“ bavi upravo tom temom koju započinje aforistički: „Premda je moderni čovjek u općoj humanizaciji brojnih sfera života značajno nadišao svoje pretke, paradoksalno je da u isti mah ni u jednoj epohi čovječanstva nije toliko velikom broju životinja pričinjeno toliko patnje kao u naše doba.“ U radu nabraja uznemirujuće postupke prema životinjama koje naziva „žrtvama moderne industrije mesa, mlijeka i jaja“, a potom se također osvrće i na okrutno postupanje prema životinjama u laboratorijima ističući da se ne radi o „rijetkim ekscesima“ koji se događaju povremeno, nego da su to postupci iz svakodnevice života i umiranja životinja (Kaluđerović, 2009: 311, 312).

Kada je riječ o etičkim razlozima za veganstvo, možemo pronaći brojne primjere nehumanog postupanja prema životinjama koje je svojstveno industrijskom uzgoju gdje se na životinje, kako navodi Taft (2015: 36), gleda „samo kao na sredstvo za proizvodnju hrane, a ne kao na živa bića koja misle, osjećaju i trpe bol, baš kao i ljudi“. U recenziji i prikazu djela Nikole Viskovića „Kulturna zoologija: što je životinja čovjeku i što je čovjek životinji“ Hrvoje Jurić (2009: 81) u okvirnu kulturne zoologije ističe čovjekovo poimanje životinja prema kojemu ljudi životinje (s izuzetkom pasa i mačaka) sve više doživljavaju kao nevažna, apstraktna, tupa i daleka bića ili kao „mrske uljeze u vlastitim prostorima“ ili pak kao „strane i bizarne izložke zooloških vrtova“, a najčešće poimanje je ono preko „bifteka i drugih pečenja na tanjuru“.

Mnogi su se filozofi bavili pitanjem moralnosti kada je riječ o ubijanju životinja i konzumaciji mesa. U članku „Što filozofi imaju reći o jedenju mesa“ (*What philosophers have to say about eating meat*) Joan McGregor (2018) piše da je Pitagora zasnivao svoje argumente protiv jedenja životinja na činjenici da životinje imaju dušu poput čovjeka, a u 18. stoljeću otac teorije utilitarizma Jeremy Bentham ukazao je na patnju životinja kao moralnu dilemu, pritom se osvrnuvši na potrošnju mesa. U već spomenutom djelu „Oslobođenje životinja“ Singer izlaže teze protiv specizma, a njegova utilitaristička filozofija je maksimizacija zadovoljstva i minimalizacija patnje i bola (Kardov, 2000: 2). Temeljni moralni princip je princip jednakog uvažavanja interesa, odnosno da interese svih bića treba jednako uvažiti (Kardov, 2000: 2). Nadalje, pozivajući se na Benthama, Singer smatra da je sposobnost patnje i osjećaj zadovoljstva „dovoljan uvjet za to da kažemo kako neko biće ima interese – na apsolutnom minimumu – interes da ne pati“ te obrnuto, „ako neko biće nije sposobno za patnju ili za to da doživi uživanje ili sreću, onda ne postoji ništa što bi se moglo uzeti u obzir“ (Kardov, 2000: 2). Singer odlučno tvrdi da si je čovjek dodijelio privilegirano mjesto u svemiru te da je to čista zloraba i da stvara diskriminaciju prema ostalim vrstama, a „bezobzirno ponašanje prema ne-ljudskim bićima zahtijeva da se čovjek zauvijek oprostí od iluzije svoje važnosti i shvati kako su svi fenomenološki oblici prirode jednakovrijedni“ (Aramini, 2009: 399). Kada je riječ o reguliranju odnosa između ljudi i životinja, stavovi vodećih autora (Singer, Tom Regan i Klaus Michael Meyer-Abich) su sljedeći:

1. Životinje su bića koja su sposobna patiti i koja imaju svoje interese i svoje potrebe koje su dijelom slične osnovnim potrebama ljudi.
2. Ako postoji ova sličnost, princip jednakosti zahtijeva da interese životinja uvažavamo isto koliko i slične interese ljudi.
3. Životinje imaju vlastitu vrijednost, koja za neke (Singer i Regan) proizlazi iz njihove svijesti, dok kod drugih (Meyer-Abich) dodatnu važnost ima srodstvo životinja i ljudi (Kaluderović, 2009: 313, 314).

Da se svi ne slažu s prethodnim stavovima Singera i ostalih, govori primjer francuskog filozofa Renéa Descartesa koji je smatrao da životinje nemaju svijest, um te da ne mogu iskusiti bol, kao i

njemački filozof Immanuel Kant koji je govorio o svrsishodnoj slobodi ljudi koja ih čini nadmoćnima te o osobnosti koja razlikuje ljude od životinja (McGregor, 2018). Nasuprot stajalištima Descartesa i Kanta, Aramini (2009: 399) tvrdi da su studije komparativne neurofiziologije ustanovile „važne oblike svijesti kod životinja“ te da su studije o ponašanju, komunikaciji i motivaciji životinja otkrile „značajne elemente kontinuiteta s ljudskim ponašanjem“. Naposljetku se ispostavilo da Kantova ideja o svrsishodnoj slobodi ljudi ne funkcionira budući da se onda i za novorođenčad, pacijente koji boluju od Alzheimerove bolesti i ljude s razvojnim poteškoćama može smatrati da im nedostaje svrsishodne slobode, a osobnost nikako nije određujući kriterij za svođenje na objekt moralnoga razmatranja (McGregor, 2018). Što se tiče Descartesa, njegovi su se stavovi tijekom mnogih stoljeća koristili za opravdavanje vivisekcije na životinjama (McGregor, 2018).

Kada je riječ o pravima životinja, ona su regulirana Poveljom Ujedinjenih naroda o zaštiti životinja (*Universal declaration of animal rights*) koja je donesena 15. kolovoza 1978. godine i sadrži 14 članaka. U 3. članku je navedeno: „Nijedna životinja ne smije biti izložena zlostavljanju ili okrutnosti. Ako je neophodno ubiti životinju, to se mora učiniti trenutačno i bez boli.“ Da tome nije tako i da se životinjska prava ne poštuju već u 3. članku svjedoči Kaluđerović (2009: 311, 312) navodeći da se primjerice svinjama bez anestezije radi kastracija te da im se kliještima lome očnjaci, dok pijetlovima odsijecaju zglobove na nožnim prstima. U Republici Hrvatskoj Zakon o zaštiti životinja donio je Hrvatski sabor na sjednici 4. listopada 2017. godine, a sadrži 98 članaka.

2.2. Zdravlje

Utjecaj vegetarijanstva i veganstva na zdravlje sve češće razmatraju stručnjaci. Tako Šatalić (2009: 4,5) ističe da istraživanja o tim načinima prehrane uključuju teme poput nutritivne uravnoteženosti, uloge u prevenciji i liječenju kroničnih bolesti te utjecaju na cjelokupno zdravlje. O tome koja je prehrana bolja za ljudsko zdravlje vode se razne diskusije u kojima neki tvrde da je to prehrana koja uključuje namirnice životinjskog podrijetla, a drugi da je to ona koja ih isključuje.

S jedne strane, stajalište prema kojemu je prehrana zasnovana na namirnicama životinjskog podrijetla najadekvatnija za ljude potvrđuju Milan Z. Baltic i Marija Boskovic (2015 : 6) u radu „Kad je čovjek upoznao meso: meso u ljudskoj prehrani od davnih vremena do danas“ (*When man met meat: meat in human nutrition from ancient times till today*) ističući da je meso jedna od najcjjenjenijih namirnica s nutricionističkog aspekta: izvor proteina, masti, vitamina B kompleksa, vitamina A i D, željeza, cinka i drugih mineralnih tvari (ali, ne izbjegavaju podatak da je u današnje vrijeme konzumacija mesa povezana s nizom bolesti: kardiovaskularne bolesti, rak i dijabetes), no unatoč tome ima značajnu ulogu u rastu, razvoju, zdravlju, ali i evoluciji. Rad zaključuju tvrdnjom da je meso

neizbježan i važan čimbenik u ljudskoj evoluciji te da danas različiti trendovi utječu na izbor jesti ili ne jesti meso, a da su svijest o dobrobiti životinja, zagađenju okoliša, bolesti i poremećaji koji su se pojavili kod ljudi povezane s proizvodnjom i konzumacijom mesa stvorile trend izbjegavanja mesa (Baltic, Boskovic, 2015: 9).

S druge je strane stajalište prema kojemu je pravilno planirana vegetarijanska prehrana put ka zdravijem životu, kao i mogućnost za izlječenje određenih bolesti. Jedna od najcitiranijih studija kada se govori o utjecaju vegetarijanske prehrane na zdravlje je ona koju su proveli Gary E. Fraser i suradnici koja je 1999. godine objavljena u „Američkom časopisu za kliničku prehranu“ (*The American Journal of Clinical Nutrition*) (Vranešić Bender, 2007: 2). U studiji su proučili utjecaj prehrane na zdravlje kod 35.000 kalifornijskih adventista. Darija Vranešić Bender (2007: 2) ističe da je uočena „značajno niža učestalost kroničnih bolesti poput pretilosti, povišenog krvnog tlaka, dijabetesa, artritisa, raka kolona, raka prostate i ishemijske bolesti srca u vegetarijanaca (osoba koje nisu konzumirale crveno meso, perad i ribu) u odnosu na skupinu koja je konzumirala meso“.

Dean Ornish i suradnici (1998) proveli su istraživanje objavljeno u „Časopisu Američkog medicinskog udruženja“ (*Journal of American Medical Association*) koje je pokazalo da prelazak na prehranu biljnog podrijetla može pomoći preokrenuti tijek koronarne bolesti srca. Ispitivanje je provedeno od 1986. do 1992. godine i nasumično je odabrano 48 sudionika s umjerenom do teškom koronarnom bolesti srca (Ornish *et al.*, 1998: 2001). Nasumice odabranim pacijentima promijenjena je prehrana ili uobičajena liječnička skrb, a rezultati kod pacijenata na veganskoj prehrani pokazali su smanjenje koronarne ateroskleroze, dok su oni koji su primali uobičajeni tretman doživjeli pogoršanje koronarne ateroskleroze, kao i više nego dvostruko veći broj srčanih problema (Ornish *et al.*, 1998: 2005, 2006).

Cilj istraživanja „Vegetarijanska prehrana, nutritivni status vitamina B skupine i razina homocisteina kao čimbenici rizika za pojavu osteoporoze” koje je proveo Štalić (2009) bio je utvrditi trenutno nepoznat utjecaj povišene razine homocisteina na mineralnu gustoću kosti (BMD) kod vegetarijanaca. Vegetarijanci zbog niskog unosa vitamina B12 imaju povišenu razinu homocisteina (Štalić, 2009: 137). Rezultati potvrđuju hipotezu o negativnom utjecaju povišenog homocisteina na BMD, a utvrđen je i određen povoljan utjecaj veće razine vitamina B12 u serumu te RBC i folata u serumu na BMD (Štalić, 2009: 137). Vitamin B12 i vitamin D predstavljaju kritične nutrijente vegetarijanske prehrane, pa je važno da vegetarijanci, a posebno vegani redovito kontroliraju navedene biomarkere te uzimaju dodatke prehrani s vitaminom B12 i vitaminom D kako bi se spriječila povišena razina homocisteina i njegov nepoželjan utjecaj na kosti (Štalić, 2009: 137).

Winston J. Craig (2009: 1627S) istražujući zdravstvene učinke veganske prehrane objavljene u „Američkom časopisu za kliničku prehranu“ ističe da je vegetarijanska prehrana doživjela porast

popularnosti zbog toga što je povezana s mnogim zdravstvenim koristima, a neke od njih su: sadržaj više vlakana, folne kiseline, vitamina C i E, magnezija, fitokemikalija te više nezasićenih masti. Uspoređujući ju s veganskom prehranom koja sadrži manje zasićenih masti i kolesterola te više vlakana, dodaje i da su vegani mršaviji, imaju niži kolesterol i krvni tlak te tako manji rizik od bolesti srca (Craig, 2009: 1627S). Unatoč navedenome, uklanjanje svih životinjskih proizvoda iz prehrane povećava rizik od određenih nedostataka u prehrani, poput vitamina B12 i D, kalcija i omega-3 masne kiseline, željeza i cinka, a kako bi se to spriječilo autor navodi uzimanje odgovarajućih dodataka (Craig, 2009: 1627S).

Kada se radi o proučavanju utjecaja vegetarijanske prehrane na zdravlje rezultati su često pozitivni, no ne mogu se sve zasluge pripisati prehrani, jer su vegetarijanci često tjelesno aktivniji, manje pretili, konzumiraju manje alkohola i većinom su nepušači (Štalić, interna skripta, 3). Vranešić Bender (2007: 2) potvrđuje da navedeni čimbenici značajno utječu na zdravstveni status vegetarijanaca te da u svim opsežnijim znanstvenim radovima o vegetarijanstvu stoji kako u obzir treba uzeti i životni stil vegetarijanaca.

Hrvatsko društvo za pedijatrijsku gastroenterologiju, hepatologiju i prehranu Hrvatskoga liječničkog zbora u smjernicama za vegetarijansku i vegansku prehranu u dječjoj dobi preporučuju hranjenje djece raznovrsnom prehranom, uključujući i namirnice životinjskog podrijetla, odnosno ne preporučuju vegetarijansku ili vegansku prehranu (Hojsak *et al.*, 2018: 283). Ističu da je provođenje veganske prehrane u dječjoj dobi zahtjevno i povezano s visokim nutritivnim rizikom te da se smije provoditi samo pod stalnim nadzorom stručnih osoba (Hojsak *et al.*, 2018: 283).

Europsko društvo za dječju gastroenterologiju, hepatologiju i prehranu također ne podržava veganstvo za dojenčad i malu djecu, a za vegetarijance se preporučuje dovoljna količina majčinog mlijeka ili dojenačke formule i mliječnih proizvoda te dodatke prehrani majkama koje slijede veganski način prehrane (Štalić, interna skripta, 18).

U Americi su smjernice nešto drugačije. Naime, američka i kanadska pedijatrijska i dijetetička društva suglasna su u tome da je planirana i dosljedno provedena veganska prehrana prikladna za sve osobe i tijekom cijelog životnog ciklusa, a to se odnosi i na trudnoću, vrijeme laktacije, dojenačku, dječju i adolescentsku dob i sportaše, ali pod uvjetom stručnog nadzora (Hojsak *et al.*, 2018: 280).

Vranešić Bender (2007: 2) ističe da je veganstvo zbog svoje restriktivnosti upitno. Moguća je pojava deficita određenih nutrijenata, a posebice željeza, kalcija, esencijalnih masnih kiselina i vitamina B12 i D, no kako bi se to izbjeglo potrebno je pravilno planirati prehranu i dodavati vitamin B12 (Vranešić Bender, 2007: 2). Kod vegetarijanstva, kao i kod svejeda (omnivora) „temeljenje prehrane na jednoj ili svega nekoliko namirnica ili temeljenje cjelokupne prehrane na samo jednoj prevladavajućoj skupini namirnica ne može osigurati sve esencijalne nutrijente“ (Štalić, interna skripta, 2). Pravilno

isplanirana vegetarijanska prehrana zadovoljava sve nutritivne potrebe aktivnih pojedinaca, ali pri prelasku na takav način prehrane potrebno je sagledati i prednosti i nedostatke (Šatalić, Sorić, Mišigoj-Duraković, 2016: 291). Konzumiranje mesa je opcija, a ne nužnost te odluka ovisi o osobnim preferencijama, a konzumiranje odnosno nekonzumiranje mesa je jednako ispravno (Šatalić, interna skripta, 2).

2.3. Okoliš

Aramini (2009: 387) ističe da je pitanje prirodnog okoliša problem od životne važnosti, dodajući da je cijela međunarodna zajednica toga svjesna te da povremene svjetske konferencije za zaštitu okoliša svjedoče o postojanju svijesti na tu temu. Kada je riječ o okolišu Aramini (2009: 387) upozorava da je njegova sudbina nesigurna „jer su rane koje je zadobio i koje još uvijek dobiva tako velike da je u pitanju ne samo ravnoteža nego i sam opstanak Zemlje“. Da su većina „rana“ okoliša posljedice ljudskih djelatnosti svjedoče brojni stručnjaci, a neke od njih su uzrokovane utjecajem mesne i mliječne industrije na okoliš.

Rad „Utjecaj mesne industrije na okoliš – trenutni status i buduće perspektive“ (*Environmental impact of meat industry – current status and future perspectives*) iznosi pregled utjecaja mesne industrije na okoliš koji se očituje na tri razine: klimatske promjene, potrošnja prirodnih resursa i onečišćenje okoliša (Djekic, 2015: 61-64). Rad se zaključuje tvrdnjom da je spajanje tehnologije s načelima zaštite okoliša najveći izazov kojemu se mesna industrija treba okrenuti (Djekic, 62, 63).

U izvještaju Organizacije za prehranu i poljoprivredu pri Ujedinjenim narodima (*Food and Agriculture Organization of the United Nations* [FAO]) iz 2006. godine piše da sektor stočarstva čini oko 18 % globalne emisije stakleničkih plinova, što je više od prometa (Steinfeld *et al.*, 2006: XXI).

Uzgoj životinja, kako navodi Taft (2015: 33) „uzima velik danak našim prirodnim resursima“, potom ističe da u jednom izvještaju vodećih znanstvenika na području voda sa Štokholmskog međunarodnog instituta za vodu (*Stockholm International Water Institute* [SIWI]) stoji zaključak prema kojem će se svijet do 2050. godine suočiti s velikom nestašicom hrane uzrokovane nedostatkom vode, a kako bi se to izbjeglo ljudi u značajnoj mjeri trebaju smanjiti konzumaciju mesa.

Podatci istraživanja objavljenog u „Američkom časopisu za kliničku prehranu“ ukazuju na posljedice proizvodnje hrane za prehranu svejeda u odnosu na proizvodnju hrane za prehranu vegetarijanaca, pa tako piše da proizvodnja hrane za svejede zahtijeva 2,5 puta više energije, 13 puta veću količinu gnojiva i 1,4 puta više pesticida (Šatalić, interna skripta, 7). Nadalje, piše da oko 40 % svjetske proizvodnje žitarica otpada na hranu za stoku, a polovica od toga bi u velikoj mjeri pomogla rješavanju globalnog problema gladi (Šatalić, interna skripta, 7, 8). Kada je riječ o uzgoju stoke, ono

„zahtijeva deset puta veću površinu zemlje nego uzgoj biljaka, otpadni produkti industrijske poljoprivrede zagađuju okoliš, proizvodnja 1 kcal biljnih proteina troši 2,2 kcal fosilnih goriva dok je utrošak za proizvodnju proteina mlijeka ili svinjetine 14 kcal, za proizvodnju proteina govedine 40 kcal“ (Štalić, interna skripta, 8). Naposljetku, proizvodnja 1 kg proteina žitarica troši 100 puta manje vode od proizvodnje 1 kg proteina životinjskog podrijetla (Štalić, interna skripta, 8).

Luciana Baroni i suradnici (2006: 1) u radu „Procjena utjecaja različitih načina prehrane na okoliš u kombinaciji s različitim sustavima proizvodnje hrane“ (*Evaluating the environmental impact of various dietary patterns combined with different food production systems*) ističu da dosadašnja istraživanja potvrđuju hipotezu kojom se prehrana temeljena na biljnoj hrani pokazala ekološki prihvatljivijom od prehrane temeljene na mesu. Cilj njihove studije bio je različite prehrane obrasce (svejed, vegetarijanac, vegan) i metode proizvodnje hrane (konvencionalni uzgoj i organska poljoprivreda) usporediti s obzirom na njihov ekološki utjecaj i ljudsko zdravlje. Istraživanje je obuhvatilo sedam prehranbenih obrazaca: OMNIV-INT svejedna prehrana koja se temelji na hrani iz konvencionalnog uzgoja; OMNIV-BIO svejedna prehrana koja se temelji na hrani iz organskog uzgoja; VEGET-INT vegetarijanska prehrana koja se temelji na hrani iz konvencionalnog uzgoja; VEGET-BIO vegetarijanska prehrana koja se temelji na hrani iz organskog uzgoja; VEGAN-INT veganska prehrana koja se temelji na hrani iz konvencionalne poljoprivrede; VEGAN-BIO veganska prehrana koja se temelji na hrani iz organske poljoprivrede; te NORM-INT „normalna“ talijanska prehrana, ekvivalentna prosjeku talijanske tjedne prehrane koja se temelji na hrani iz konvencionalnog uzgoja (Baroni *et al.*, 2006: 3). Istraživanje potvrđuje da „normalna“ prehrana koja se temelji na proizvodima iz kemijsko-konvencionalne poljoprivrede i konvencionalnog uzgoja (NORM-INT) ima najveći utjecaj na okoliš, dok veganska prehrana zasnovana na organskoj poljoprivredi (VEGAN-BIO) ima najmanji utjecaj na okoliš (Baroni *et al.*, 2006: 5).

Odabir prehrane ima različit utjecaj na okoliš, ali rješenje nije potpuna eliminacija, već smanjenje konzumiranja hrane koja potječe od životinja budući da „hrana životinjskog podrijetla doprinosi raznolikosti i hranjivoj vrijednosti svakodnevne prehrane“ (Štalić, interna skripta, 8).

2.4. Sirova biljna prehrana

Kao svojevrsni nastavak veganstva neki navode sirovu biljnu prehranu poznatu i kao sirovojelstvo, to jest živa hrana ili *raw food* za koju Lena i Darko Jurić (2012: 15) pišu da se odnosi na konzumaciju isključivo veganske hrane s minimalnom procesuiranošću i termičkom obradom do maksimalno 45° Celzijusa, odnosno konzumaciju namirnica u njihovu što prirodnijem stanju.

Iako mnogi sirovu prehranu smatraju novim trendom, Lori Porter (2016) ističe da su se još Pitagorejci zauzimali za ovakav način prehrane te da su njemački doseljenici početkom 19. stoljeća naseljeni u regiji Južne Kalifornije donijeli ovakav koncept prehrane u Sjedinjene Američke Države, a nju je 1960-ih popularizirao *Hippocrates Health Institute*. Karunee Kwanbunjan i suradnici (2000: 12) u radu „Životni stil i zdravstveni aspekti sirovojelaca“ (*Lifestyle and Health Aspects of Raw Food Eaters*) navode da se radi o alternativnom načinu prehrane koji postaje sve popularniji u zapadnim zemljama, a za one koji se odluče na takvu prehranu zdravlje i dug život su primarni ciljevi.

Ada L. Garcia i suradnici (2007: 1293) u radu objavljenom u „Britanskom časopisu za prehranu“ (*British Journal of Nutrition*) navode dobrobiti sirove biljne prehrane kada je u pitanju sprječavanje kroničnih bolesti zbog visokog udjela korisnih hranjivih tvari kao što su karotenoidi, ali pod upitnik stavljaju dugoročno pridržavanje ovakvog načina prehrane jer se malo zna o njegovoj adekvatnosti. Istraživanje se temeljilo na utvrđivanju prisutnosti vitamina A i karotidnog statusa kod ispitanika koji se hrane sirovom hranom, a rezultati su pokazali normalnu koncentraciju vitamina A i visoke koncentracije beta-karotena u plazmi kao što je preporučeno za prevenciju kroničnih bolesti, ali i nisku razinu likopena u plazmi (Garcia *et al.*, 2007: 1293, 1299).

Rezultati istraživanja koje su proveli Kwanbunjan i suradnici (2000) jedinim dijelom idu u prilog sirovom načinu prehrane, dok drugim dijelom predstavljaju nedostatke i rizike istog načina prehrane. Istraživanje je provedeno na 572 ispitanika (230 muških i 342 ženskih), a uvjet za sudjelovanje je bio da osoba konzumira minimalno 70 % sirove hrane u svakodnevnoj prehrani najmanje četiri mjeseca uzastopno (Kwanbunjan *et al.*, 2000: 13). Ispitivanjem zdravstvenih navika zaključili su da većina ispitanika ima visoku razinu svijesti o zdravlju te da je većina odbila pušenje i alkohol, ali i često prakticirala vježbanje. Rezultati su pokazali i da je 29,5 % muških i 24,9 % ženskih ispitanika prema njihovom indeksu tjelesne mase pothranjeno te da je većina konzumirala sirovu vegetarijansku prehranu, a ne vegansku (Kwanbunjan *et al.*, 2000: 12). Naposljetku, zaključuju da sirova prehrana sadrži puno vitamina, minerala i fitokemikalija, ali isto tako navode da treba uzeti u obzir antinutrijente i toksične tvari u nekim sirovim namirnicama kao i mogućnost kontaminacije uzrokovane parazitima, bakterijama i patogenim mikroorganizmima koji se prenose iz zemlje (Kwanbunjan *et al.*, 2000: 12).

2.5. Prikaz veganstva u medijima

Prvotne publikacije o vegetarijanstvu vrlo često su se odnosile na slučajeve djece koja su zaostajala u rastu te se vegetarijanska prehrana označavala rizičnom (Štalić, 2009: 5). Tako se primjerice 1968. godine pojavljuju novinski naslovi da veganstvo vodi u smrt, pa se u zborniku *The Lancet* argumentira neutemeljenost takvog izvještavanja, no u istom časopisu se nekoliko godina kasnije vegetarijanstvo naziva bizarnim (1971. godina) (Štalić, interna skripta, 14). Prva percepcija vegetarijanske prehrane je negativna zato što je težište na posljedicama manjka, a ne na ulozi takvog načina prehrane u prevenciji kroničnih bolesti Štalić (2009: 5).

Matthew Cole i Karen Morgan (2011: 134) proveli su istraživanje objavljeno u „Britanskom časopisu za sociologiju“ (*The British Journal of Sociology*) u kojem ispituju diskurse veganstva u nacionalnim novinama Velike Britanije 2007. godine, rezultati su pokazali da se veganstvo ismijava te da je predstavljeno suprotno zdravom razumu, a vegani su različito stereotipizirani, dok je sveukupni učinak pogrdan prikaz veganstva i vegana. Problematiku takvog diskursa Cole i Morgan (2011: 134) vide u tri međusobno povezana aspekta. Prvo, veganstvo se pogrešno prikazuje i tako marginalizira vegane; drugo, takvim se diskursom nanosi moralna povreda čitateljima koji nisu vegani i kojima nije pružena prilika da razumiju veganstvo onakvo kakvo ono jest; i treće, prema autorima i najozbiljnije, takvim se prikazom ozbiljno zatamnjuju iskorištavajući i nasilni odnosi prema životinjama.

U radu „Dinamika pozitivnog otklona u destigmatizaciji: slavne osobe i mediji u porastu veganstva“ (*Dynamics of positive deviance in destigmatisation: celebrities and the media in the rise of veganism*) stoji da se slika veganstva posljednjih godina transformirala iz stigmatiziranog načina života u normaliziranu, zdravu prehranu (Lundahl, 2018: 241).

3. Mediji u suvremenom društvu

Poznata krilatica da je medij sam po sebi poruka, jedna je od najvažnijih teza kanadskog teoretičara i filozofa medija Marshalla McLuhana. Kultnu knjigu „Razumijevanje medija: mediji kao čovjekovi proizvođači“ započinje poglavljem „Medij je poruka“ u kojem navodi:

U kulturi poput naše, odavno naviknutoj na dijeljenje i razdvajanje svega kao način kontrole, podsjećanje da je u operativnom i praktičnom smislu medij poruka djeluje katkad pomalo zastrašujuće. To jednostavno znači da osobne i društvene posljedice svakoga medija – to jest, svakog našeg proizvođača – proizlaze iz novih razmjera što ih u naše poslove uvodi svaki naš proizvođač, ili svaka nova tehnologija. Tako, primjerice, automatizacija donosi nove uzorke ljudske komunikacije koji teže ukidanju radnih mjesta.
(McLuhan, 2008: 13)

Čuvenu tezu: „Medij je poruka“ Manuel Castells (2003: 11) u djelu „Internet galaksija: razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu“ metaforički zamjenjuje tvrdnjom: „Mreža je poruka“ naslovivši tako uvod djela. Anuška Fjorović (2013: 39) ističe da na temelju Castellsove tvrdnje možemo zaključiti kako se u suvremenom društvu *online* mediji nalaze u vodećoj poziciji naspram klasičnih medija, a današnje doba zasigurno bi se moglo nazvati digitalnim jer u njemu internet predstavlja, kako navodi Castells (2003: 11), „tkivo naših života“ (Fjorović, 2013: 39).

U radu „Internet, senzacionalizam i lažne vijesti: kako provjeravamo informacije“ Darijo Čerepinko i Joško Gamberožić (2019: 44) iznose rezultate istraživanja koji pokazuju da su tiskani mediji „u potpunosti izgubili bitku“ s digitalnim medijima i po pitanju korištenja i po pitanju povjerenja u medije. Kada je riječ o televiziji ističu da ni njena budućnost nije sjajna, a radio je svoju „bitku“ izgubio odavno (Čerepinko, Gamberožić, 2019: 44). Zaključuju da će portali na internetu postati „temeljni kanali“ za rasprave u javnoj sferi i konstrukciju stvarnosti uopće (Čerepinko, Gamberožić, 2019: 44).

Istražujući financijsko poslovanje internetskih portala u Republici Hrvatskoj i Ivana Bestvina Bukić i Boris Stanković (2019: 319) zaključuju da dnevnoinformativni internetski portali privlače gotovo najveći interes čitatelja.

Skoko i Nikola Vrdoljak (2018: 80) u radu „Stvarni dosezi *news* portala – međuodnos čitanosti, vjerodostojnosti i utjecaja“ iznose podatke istraživanja Ipsos Pulsa iz 2017. godine za 24sata d.o.o. koji pokazuju da je internet postao primaran kada je u pitanju informiranje hrvatskih građana, ali isto tako i kada je u pitanju edukacija i zabava. Zabilježen je pad čitanja dnevnih novina, dok je zabilježen porast

čitanja novinskih portala, a kada je riječ o gledanju televizije istraživanje utvrđuje da se za vrijeme gledanja često „surfa“ mobitelom (Skoko, Vrdoljak, 2018: 80). Nadalje, istraživanje pokazuje da se internet najviše koristi za slanje elektroničke pošte (74,6 % ispitanika), dok 70 % koristi internet za traženje korisnih informacija, a 69,6 % za informiranje o aktualnim događanjima kroz praćenje *news* portala. Dominantna skupina kod onih koji se informiraju putem portala je između 18 godina i 34 godine (78,3 %), no ne zaostaju puno ni oni starije životne dobi (od 35 do 49 godina – 74,4 % ispitanika, a od 50 do 60 godina – 53,6 % ispitanika) (Skoko, Vrdoljak, 2018: 81).

Internetski portal je „internetska stranica koja pruža mogućnost posjeta drugim internetskim stranicama istog ili sličnog sadržaja nudeći posjetiteljima pretraživanje i filtriranje velike količine podataka različitih izvora objavljenih na internetu uz prikaz samo onih informacija koje su upravo u njihovu području interesa“ (Bestvina Bukić, Stanković, 2019: 318, 319). Novinari koji rade za internetske portale trebaju se prilagoditi karakteristikama internetskog medija, a to dovodi do novog oblika novinarstva, to jest do internetskog ili *online* novinarstva (Benković, Balabanić, 2010: 45). Bruce Garrison (2004) definira *online* novinarstvo kao „prezentiranje novosti na *World Wide Webu* ili drugim internetskim servisima, što uključuje novosti koje nude tradicionalne novinske organizacije (npr. novine, televizijske stanice i mreže, magazini...) te netradicionalni izvori, kao internetski provajderi (npr. *America Online*, *T-com...*), elektronički oglasni prostori, *web* magazini i diskusijske liste“ (prema: Brautović, 2011: 15). *Online* mediji su *web* stranice kojima je cilj informirati korisnika neovisno o vrsti sadržaja i neovisno o tome radi li se o novom mediju ili o digitalnom izdanju klasičnih medija (Brautović, 2011: 13).

S obzirom na podatke istraživanja Ipsos Pulsa koji pokazuju da je internet nadmašio televiziju, radio i dnevne novine te postao glavni kada je u pitanju informiranje hrvatskih građana (69,3 % tvrdi da na internetu dobivaju informacije koje nigdje drugdje ne mogu pronaći, a to isto za televiziju tvrdi tek 19,9 %, za radio 4,4 %, dok za dnevne novine 3,8 % ispitanika) (Skoko, Vrdoljak, 2018: 80), važno je napomenuti da su: digitalnost, konvergentnost, interaktivnost, multimedijalnost, nelinearnost, povezanost, arhiviranost, neposrednost i izvornost glavni elementi razlikovanja internetskih od tradicionalnih medija (Benković, Balabanić, 2010: 45).

3.1. Profesionalni standardi izvještavanja

Profesionalni standardi na kojima se temelji suvremeno novinarstvo su: istinitost, poštenje, točnost, uravnoteženost i nepristranost (Malović, 2005: 18). Kada je riječ o istinitosti, ona je temeljna kategorija: ako vijest nije istinita, onda to nije vijest (Malović, 2005: 19). Istina je jedan od najosjetljivijih pojmova u novinarstvu, a o njoj se danas najviše govori u kontekstu krize novinarske profesije (Grmuša, 2016: 38). Istinitost i objektivnost objava utječu na kvalitetu i vjerodostojnost medija, a kada se govori o istini, Danijel Labaš (2006: 54) ističe da je „komuniciranje istine najvažnija dužnost medija, a kako spoznati istinu i kako je iznijeti i objaviti u javnosti jedan je od najvećih izazova današnjih novinara“ (prema: Labaš, Uldrijan, 2010: 99). Poštenje podrazumijeva da novinar dođe do svakog mogućeg gledišta na događaj o kojem izvještava, često se radi o dva ili više gledišta, rijetko da je u pitanju samo jedno. Svatko tko je spomenut treba imati priliku za odgovor i iznošenje vlastitog stajališta. A naposljetku, novinar treba odbaciti vlastite predrasude i preduvjerenja dok izvještava (Malović, 2005: 25). Točnost je najvažnije obilježje svake vijesti, neovisno o tome je li ona „velika ili mala“, „duga ili kratka“. Svaka sitnica mora biti točna: ime, citat, broj (Malović, 2005: 31). Uravnoteženost od novinara zahtijeva nedvosmisleno prikazivanje svih sukobljenih strana ili događaja o kojem pišu (Malović, 2005: 37). Nepristranost se odnosi na to da se novinar u izvještavanju ne smije svrstavati ni na koju stranu, odnosno da izvještaj treba prikazati onakvim kakav jest, kakav se dogodio, bez obzira na sklonosti novinara koji svoja stajališta može objaviti u komentaru (Malović, 2005: 42).

Obnašajući novinarsku profesiju novinari su dužni pridržavati se etičkih načela pri izvještavanju. Kodeks časti hrvatskih novinara (2009) u 31 članku donosi prava i dužnosti svakog novinara te smjernice za etičko djelovanje. Kodeks započinje „općim načelima“ gdje piše:

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. (Kodeks časti hrvatskih novinara, 2009)

Kada je riječ o funkcijama medija, stavovi brojnih teoretičara su različiti, no kao osnovne funkcije se ističu: informacija, edukacija i zabava (Jurčić, 2017: 130, 131). Masovni mediji uz informiranje i zabavu, posreduju i edukativne sadržaje, no većini medija oni nisu prioritet (Knezović, Maksimović, 2016: 646). Daniela Jurčić (2017: 131) piše da svaki medij ima svoju funkciju, pa tako tisak ima informativnu funkciju, televizija informativnu i zabavnu, a radio prvenstveno zabavnu, pa potom informativnu. Tena Martinić (1994.) kada je riječ o informacijskoj funkciji ističe da je ta funkcija najvažnija, dok za edukativnu funkciju piše da „povećava društvenu koheziju“ i „proširuje društvene norme“, a zabavna pridonosi „opuštanju svojstvenom kolektivu i pojedincu“ (Jurčić, 2017: 131).

Adriana Tomašić (2010: 129) piše da se „vrijednost novinarske profesije ogleda u vjerodostojnosti medija“ te ističe da javnost ima pravo na vjerodostojnu i punu informaciju, a „mediji trebaju znati poštuju li ih njihovi korisnici“. Nadalje, piše da bi mediji trebali biti slobodni i nezavisni, prvenstveno financijski (Tomašić, 2010: 129). Kada je riječ o vjerodostojnosti medija, Tomašić (2010: 130) ističe da: „Točnost informacija, nepristranost, poštivanje istine i objavljivanje informacija iz poznatih izvora, čuvanje profesionalne tajne i poštivanje privatnog života – čine medij vjerodostojnim“ te dodaje da je zbog toga važno jasno istaknuti izvor i autentičnost informacija. Također, vijest, odnosno informacija mora biti cjelovita, pravovremena i točna (Tomašić, 2010: 129). To se smatra temeljima profesionalnog odnosa prema mediju, ali i prema publici, a kada se naruši taj odnos, odnosno kada mediji nisu ispunjavali svoju primarnu funkciju „postajali su mjesto manipulacije i izazivali nelagodu i animozitet kod svojih korisnika“ (Tomašić, 2010: 129).

3.2. Negativni trendovi u novinarstvu

U vremenu rastućeg senzacionalizma i komercijalizacije sadržaja pojam društvene odgovornosti medija nikada nije bio aktualniji, a društvena odgovornost usko je povezana s vjerodostojnosti medija i vjerodostojnosti izvora (Grmuša, 2016: 33). Stjepan Malović ističe dominaciju senzacionalizma, srozavanje profesionalnih standarda u hrvatskom novinarstvu i vanjske pritiske na sadržaj (oglašivači) (Grmuša, 2016: 33).

Na takvu situaciju u novinarskoj profesiji osvrnuli su se Kanižaj i Skoko (2010: 36) ističući u da cjelokupni sustav novinarstva u Hrvatskoj nije dovoljno uređen te da „praksa sankcioniranja novinara koji su se ogriješili o etičke standarde, prekršili zakon ili propise gotovo ne postoji“ što je rezultiralo „ispod(prosječnim) medijskim izvještavanjem, kršenjem etičkih normi i profesionalnih standarda“.

Dodaju i da su „posljedice globalne krize i recesije dodatno poljuljale ekonomski položaj novinara“ (Kanižaj, Skoko, 2010: 36).

Malović (2014: 122) piše kako utrka za profitom i tržišni uvjeti sve više smanjuju društvenu odgovornost medija, ali ono što je pozitivno u lošoj ocjeni hrvatskih medija jest da javnost pokazuje kako odbacuje trivijalne sadržaje (Grmuša, 2016: 33). Kanižaj (2010: 30) naglašava da je društvena odgovornost novinara u Hrvatskoj slabo cijenjena, a tomu svjedoči i podatak da se taj pojam čak ni ne spominje u Kodeksu časti Hrvatskog novinarskog društva (Grmuša, 2016: 36).

Opisujući stanje u medijima Malović, Sherry Ricchiardi i Gordana Vilović (1998: 34) iznose sljedeće: „Masovni mediji vrve senzacionalizmom, neprovjerenim informacijama, izmišljenim intervjuima, promicanjem dvojbenih društvenih vrednota. Vrlo često upravo na internetu susrećemo se s vijestima sumnjiva porijekla, izravnim krivotvorinama ili namjernim podvaljivanjem“ (prema: Labaš, Uldrijan, 2010: 101).

Benković i Balabanić (2010: 45, 46) pišu o komercijalnom karakteru dnevnoinformativnih internetskih portala, ističući da su cijene oglašavanja na internetu višestruko manje od onih u dnevnim novinama te su portali suočeni s nižim financijskim sredstvima, ali „s druge strane imaju stalan imperativ proizvodnje sadržaja koji zadovoljava njihovu publiku i koji će održati razinu posjećenosti s kojom postaju zanimljivi oglašivačima“. Posljedicu takve prakse rada Denis McQuail (1983: 105) ilustrira na sljedeći način: „Veliki dio sadržaja koji mediji nude je popularan i komercijalno uspješan, ali je repetitivan, infantiln, tematski ograničen, ideološki tendenciozan, prazan i antiintelektualan“ (prema: Benković, Balabanić, 2010: 46).

Čak se i kod kredibilnih *news* portala uočava trend „prilagođavanja“ tržištu i publici u utrci s manje vjerodostojnim, ali čitanim portalima koji nude zabavniji pogled na svijet (Skoko, Vrdoljak, 2018: 82). U tom procesu stradavaju kriteriji kredibiliteta i profesionalnosti, a sve više postajemo svjedoci banalizacije i komercijalizacije sadržaja (Skoko, Vrdoljak, 2018: 82). Nadalje, Skoko i Vrdoljak (2018: 82) pišu da u razgovoru s urednicima *Jutarnji.hr* i *Večernji.hr* na pitanje: „Zašto elektroničke inačice odudaraju od ozbiljnosti kojoj teže u tiskanim izdanjima?“ dobivaju odgovor da su na to „primorani“ budući da većim brojem klikova privlače oglašivače koji potom odlaze na čitanje portale, neovisno o njihovoj vjerodostojnosti. Urednici ističu kako su takvi kompromisi za njih nužni, ali da su prilično opasni za dugoročni kredibilitet i vjerodostojnost portala (Skoko, Vrdoljak, 2018: 82). Skoko i Vrdoljak (2018: 82) ističu da će se taj trend nastaviti sve dok se umjesto klasičnog mjerenja „čitanosti“ ne pojavi drukčija procjena dosega portala na oglašivačkom tržištu. Smatraju da je i njihov rad (u kojem ukazuju na jednodimenzionalnost postojeće metrike) mali doprinos tome procesu, a mi također u našem radu koristimo termin „najposjećeniji“, a ne „najčitaniji“ portali, jer kako bi rekli Skoko i Vrdoljak (2018: 82) da broj klikova potvrđuje posjećenost, posjećenost određuje rejting, a

rejting donosi zaradu kroz oglašavanje, prema tome, broj klikova izravno utječe prvenstveno na zaradu, a ne znači utjecaj i kredibilitet medija, a možemo čak i ustvrditi da posjećenost ne moramo nužno povezati sa čitanošću.

Kada se govori o etičnom djelovanju u novinarstvu Vilović (2014: 230) piše da se navode četiri osnovna načela: „1. pronađite istinu i o njoj izvještavajte, 2. umanjite štetu, 3. djelujte neovisno i 4. budite vjerodostojni“ (prema: Grmuša, 2016: 37). Labaš i Ivan Uldrijan (2010: 85) u radu „Može li dobro novinarstvo biti nemoralno? Pitanje odnosa kvalitete, etike i medijske pismenosti“ kroz ispitivanje odnosa kvalitete i etike utvrđuju potrebu za medijskom pismenošću publike. Ante Gavranović (2011: 69) također zamjećuje da je pitanje kvalitete u novinarstvu postalo važnim pitanjem zato što se mediji, posebice elektronički, „sve više iskorištavaju za usmjereno stvaranje javnog mnijenja, bez obzira na posljedice“, što rezultira nekvalitetnim novinarstvom.

3.3. Moć medija

Moć medija otvara teme kao što su: utjecaj na mišljenje publike, utjecaj na javno mnijenje i nametanje tema (Grmuša, 2016: 23). Labaš i Petra Marinčić (2016: 3) ističu kako je nedvojbeno da masovni mediji utječu na stavove, ideje i razmišljanja ljudi. Da mediji imaju utjecaj na ljude očituje se i mišljenju Maje Žitinski (2009: 234): „pogled na svijet i vlastiti način života uvelike je određen medijima, odnosno onime što vidimo na vijestima ili pročitamo u novinama“ (prema: Labaš, Marinčić, 2016: 3). O tome kako određene teme postaju dio medija govori Ricchiardi (1996: 4, 5) navodeći da su: „relevantnost, korisnost i zanimljivost osnovni kriteriji za određivanje vijesti, a unutar toga postoje važni elementi koje treba sadržavati svaki događaj: utjecaj, sukob, neobičnost, važnost, blizina, pravovremenost i publika“ (Malović, Ricchiardi, 1996: 4, 5, prema: Labaš, Marinčić, 2016: 3, 4).

Većina autora medije naziva „četvrtom vlašću“, što ne čudi budući da mediji imaju veliki utjecaj na javno mnijenje, a samim time ostvaruju i određenu kontrolu nad vlašću. Malović (2005: 11) ističe da globalizirani svijet 21. stoljeća živi u ritmu koji nameću masovni mediji te da je vjerodostojnost tih istih medija mala jer nas često varaju, dezinformiraju i manipuliraju, no unatoč tome uvijek im se vjerno vraćamo. Uloga medija ogleda se i u pojmu *gatekeepera* koja se odnosi na ulogu „čuvara vrata“ koju mediji imaju, a koja podrazumijeva da mediji „otvaraju vrata“ samo nekim informacijama (Malović 2005: 12).

U radu „Manipulativna moć masovnih medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete“ spominje se manipulacija kao jedan od najčešćih i najvažnijih načina kontroliranja informacija, a cilj je ostvarenje dobiti te stjecanje društvenog utjecaja kao što je nametanje određenih trendova poput: mode, prehrambenih navika, životnog stila, političkog opredjeljenja i slično (Knezović, Maksimović, 2016:

646). Masovni mediji tako osim informiranosti društva, utječu i na mijenjanje određenih obrazaca, sve kako bi ostvarili dobit, što je legitimno, ali ne i onda kada je zasnovano na varanju, stvaranju lažnih potreba i nametanju trendova (Knezović, Maksimović, 2016: 646).

Kanižaj ističe kako unatoč svemu ne možemo smatrati da mediji imaju bezuvjetnu moć jer percepcija medijske moći ovisi o načinu konzumacije i izloženosti recipijenata medijima (Grmuša, 2016: 24). Katica Knezović i Iva Maksimović (2016: 664) zaključuju da se manipulativna moć medija umanjuje ako publika razvije kritičko mišljenje i vlastite moralne svjetonazore „u susretu“ s njima.

4. Istraživanje: analiza sadržaja medijskog izvještavanja hrvatskih internetskih portala na primjeru veganstva u 2018. godini

4.1. Ciljevi i hipoteze istraživanja

Osnovni cilj rada je bio istražiti što i kako hrvatski dnevnoinformativni internetski portali pišu o veganstvu u 2018. godini. Za ostvarenje osnovnog cilja istraživanja bilo je potrebno utvrditi dominantnu temu kada je riječ o veganstvu, funkciju priloga i dubinu obrade teme, odnosno prenose li se osnovne informacije koje se zadržavaju samo na deskripciji pojave, događaja ili osobe, ili je zastupljena dubinska obrada koja obrađuje temu u širem kontekstu. U istu svrhu bilo je potrebno analizirati naslove, istražiti potpisuju li novinari priloge i kako (puno ime i prezime ili inicijali), ili je više redakcijskih izvještaja, zatim utvrditi najčešći broj izvora koje novinari koriste u priložima o veganstvu, istražiti prisutnost subjektivnosti/objektivnosti novinara analizirajući pri tome prisutnost/odsutnost iznošenja vlastitih stavova i komentara te utvrditi dominantni prikaz veganstva kao pozitivnog, negativnog ili neutralnog.

Specifični ciljevi istraživanja su bili: istražiti u kojem je mjesecu objavljen najveći broj priloga o veganstvu, utvrditi pojavljuju li se na hrvatskim portalima prilozima isključivo na temu sirove biljne prehrane (*raw food*) i istražiti opremljenost priloga.

Svrha istraživanja bila je utvrditi kakvo mišljenje javnosti o veganstvu stvaraju portali.

S tim smo ciljem postavili sljedeće hipoteze:

H 1: Teme vezane uz veganstvo rijetko su zastupljene u medijima.

H 2: Najzastupljenija tema o veganstvu vezana je uz veganski aktivizam.

H 3: Mediji o veganstvu izvještavaju negativno i jednostrano.

Pomoćne hipoteze bile su nam:

H 4: Izvještavanje o veganstvu je senzacionalističko.

H 5: Obrada tema o veganstvu je površna.

H 6: Mediji o veganstvu najviše pišu nakon novogodišnjih blagdana.

4.2. Metodologija i uzorak istraživanja

Kako bismo analizirali objave na portalima istraživanje je provedeno metodom analize sadržaja koju Goran Milas (2009: 500) svrstava u „nenametljive metode izučavanja ljudskog ponašanja“, a ista metoda prema Vesni Lamzi Posavec (2004: 160) predstavlja „postupak proučavanja i raščlanjivanja nekog pisanog ili slikovnog materijala kojim se nastoje uočiti neke osobine odnosno poruke toga sadržaja“. Lamza Posavec (2004: 160) ističe da analiza sadržaja može biti kvalitativna (nefrekvencijska) i kvantitativna (frekvencijska). Kvalitativna (nefrekvencijska) analiza sadržaja temelji se na „više ili manje subjektivnom vrednovanju analiziranog sadržaja [...] u čijoj je primjeni [...] puno važnije postojanje ili nepostojanje određenih svojstava nego učestalost njihovog pojavljivanja“. S druge strane, kvantitativna (frekvencijska) analiza sadržaja predstavlja „objektivizirani postupak [...] kojoj je cilj utvrditi ne samo postojanje ili nepostojanje određene sadržajne osobine, nego te osobine i kvantitativno izraziti određivanjem njihove zastupljenosti u cijelom analiziranom sadržaju“ (Lamza Posavec, 2004: 160).

Roger D. Wimmer i Joseph R. Dominick (2011: 156) ističu 1952. godinu kao značajnu za analizu sadržaja budući da je tada Bernard Berelson objavio knjigu „Analiza sadržaja u komunikološkim istraživanjima“ pa je ta metoda stekla priznanje među znanstvenicima i postala popularna tehnika istraživanja. Lamza Posavec (2004: 161) dodaje da su za razvoj kvantitativne metode analize sadržaja najzaslužniji uz već spomenutog Berelsona, i Paul Lazarsfeld, i Harold Lasswell te da su je njih trojica prvi puta primijenili u proučavanju poruka i karakteristika ratne propagande, a tri glavna cilja primjene analize sadržaja prema Lazarsfeldu (1948) i Berelsonu (1952) su: istraživanje osobina sadržaja, autora i publike.

Za potrebe analize u našem radu konstruiran je mjerni instrument, odnosno analitička matrica s 14 klasifikacijskih kategorija. Lamza Posavec (2004: 164) analitičku matricu definira kao mjerni instrument koji obuhvaća manji ili veći broj analitičkih kriterija, odnosno „pitanja“ koja će se „postaviti“ odabranom sadržaju. Analitičkom matricom nastojalo se što preciznije odrediti kriterije za analizu priloga o veganstvu na dnevnoinformativnim portalima, a koncipirana je tako da podaci prikupljeni njome omogućavaju kvantitativnu i kvalitativnu analizu sadržaja na temelju koje su se testirale hipoteze proizašle iz postavljenih istraživačkih ciljeva. Za potrebe ovog istraživanja, a na temelju prethodno izloženog teorijskog dijela, izdvojeni su analitički kriteriji koji se smatraju relevantnim za ciljeve istraživanja:

1. Portal na kojemu je prilog objavljen;
2. Mjesec objave;

3. Glavna tema priloga;
4. Dubina obrade teme;
5. Funkcija priloga;
6. Manipulacija (*pro et contra*);
7. Tip naslova;
8. Veza između naslova i teksta;
9. Autor priloga;
10. Broj izvora informacija;
11. Prisutnost informacija, stava/komentara (autora);
12. Stav/komentar autora o veganstvu/veganima;
13. Prikaz veganstva/vegana;
14. Opremljenost priloga (fotografija, video, anketa).

Nadalje, definiranje značenja populacije kao grupe subjekata, varijabli ili fenomena daje nam mogućnost definiranja njezinog podskupa – uzorka (Wimmer, Dominick, 2011: 87). Milas (2009: 399) uzorak definira kao „podskup ili dio populacije izdvojen s ciljem njena istraživanja i proučavanja“. U ovom istraživanju populaciju predstavljaju svi dnevnoinformativni internetski portali u Republici Hrvatskoj, a uzorak tri najposjećenija dnevnoinformativna internetska portala u Republici Hrvatskoj u 2018. godini. Podatci o najposjećenijim portalima objavljeni su u *Reutersovom* godišnjem izvještaju o stanju medija u svijetu pod nazivom „Izvješće o digitalnim vijestima 2018“ (*Digital News Report 2018*), a prema Newmanu i suradnicima (2018: 71) prva tri najposjećenija dnevnoinformativna internetska portala u Republici Hrvatskoj su: *Index.hr* (<https://www.index.hr/>), slijedi ga *24sata.hr* (<https://www.24sata.hr/>) te *Jutarnji.hr* (<https://www.jutarnji.hr/>). Podatci o najposjećenijim internetskim portalima mogu se pronaći i na stranici *Reuters Institute Digital News Report*, koja je pokrenuta 2012. godine i ponajprije se bavi digitalnim novostima s ciljem praćenja čitanosti digitalnih vijesti kako bi pružila pravovremene podatke istraživanja za akademsku zajednicu i ostale. Sva tri medija su dnevnoinformativni internetski portali što znači da je njihovo glavno obilježje ažurnost. Budući da tematski nisu strogo opredijeljeni, to jest nisu specijalizirani portali pokrivaju vijesti iz politike, društva, kulture i sporta te iz drugih područja.

Ono po čemu se *Index.hr* razlikuje od druga dva portala (*24sata.hr* i *Jutarnji.hr*) jest da se on publicira isključivo u obliku internetske elektroničke publikacije, odnosno nije svojevrsno elektroničko

izdanje koje se publicira i putem tradicionalnih medija kao što su to *24sata.hr* i *Jutarnji.hr* koji uz digitalno imaju i tiskano izdanje, ili kako bi rekli Benković i Balabanić (2010: 44) da su „produžetak njihovog tiskanog, radijskog ili televizijskog izdanja“. Portal je pokrenuo Matija Babić u prosincu 2002. godine, a trenutna glavna urednica je Andreja Hudika (15 GODINA Povijest Indexa, 2017; Impressum Index.hr, 2020).

Tabloidne dnevne novine *24sata* počele su izlaziti 2005. godine, a ubrzo je uslijedilo i internetsko izdanje, odnosno *24sata.hr* (Hvala vam svima! I Vlada RH čestitala 10. rođendan 24sata, 2015). U vlasništvu je *Styria Media Group AG* koja posjeduje *Kleine Zeitung* i druge (Na ubrzanom tržištu Styria je jamac neovisnog novinarstva, 2019). Glavni urednik je Goran Gavranović (Impressum 24sata.hr, 2020).

Prvi broj *Jutarnjeg lista* izašao je u travnju 1998. godine (Jutarnji list slavi peti rođendan, 2003). Naziv *Jutarnji list* potječe od zagrebačkog dnevnika koji je izlazio do 1941. godine, kada je II. svjetski rat zaustavio njegovo tiskanje (Šola, Čičak, 2013: 108). Izlazi u sklopu medijskog koncerna *Hanza Media d.o.o.*, trenutni glavni urednik je Goran Ogurlić, a internetsko izdanje je pod nazivom *Jutarnji.hr* (Impressum Jutarnji.hr, 2020).

Nakon kratkog prikaza dnevnoinformativnih internetskih portala koje smo obuhvatili našim istraživanjem, potrebno je objasniti i koja nam je bila jedinica analize. Jedinica analize prema Lamzi Posavec (2004: 163) je „relativno samostalna sadržajna cjelina koja je predmet proučavanja“, odnosno kojoj ćemo „postaviti“ određena „pitanja“, a u našem je slučaju to (novinarski) prilog na internetskom portalu o veganstvu. Jedinica sadržaja prema Lamzi Posavec (2004: 164) definira se kao „kriterij prema kojemu provodimo analizu“, odnosno „pitanje“ koje „postavljamo“ jedinici analize, a to je: mjesec objave, tema priloga, dubina obrade teme, funkcija priloga, naslov, autor, broj izvora informacija, zastupljenost informacija i stavova/komentara, opremljenost priloga i slično.

Analizirani prilozi odnose se na razdoblje od 1. siječnja 2018. godine do 31. prosinca 2018. godine, odnosno na razdoblje od godinu dana. Svi su prilozi veganske tematike, a sadržaj priloga pretraživao se prema zadanim ključnim riječima i prema navedenom periodu. Prilozi koji su ulazili u analizu izdvojeni su pomoću tražilice na portalima u koju su upisivane sljedeće ključne riječi: veganstvo, vegani, vegan, veganka, sirovojedstvo, sirovi vegani, sirova hrana i *raw food*. Pronađena su 73 priloga koja su odgovarala potrebama istraživanja od kojih je 46 s portala *Index.hr*, 15 sa *24sata.hr* i 12 sa *Jutarnji.hr*. Treba napomenuti da zbog ograničenja sustava postoji mogućnost minimalne vjerojatnosti da je dio priloga ostao zanemaren, to jest da do njih nismo uspjeli doći zbog načina pretraživanja. Prilozi koji nisu odgovarali potrebama istraživanja, a koje je tražilica prikazivala, izostavljeni su iz analize jer nisu bili isključivo vezani uz praćenje zadane tematike.

4.3. Rezultati i tumačenje rezultata istraživanja

Kao što je već spomenuto, u godini dana portal *Index.hr* je imao najveći broj priloga o veganstvu, odnosno 46, *24sata.hr* je objavio 15 priloga, a *Jutarnji.hr* 12 priloga (Tablica 1). Možemo zaključiti da je *Index.hr* u 2018. godini objavio trostruko više priloga o veganstvu od *24sata.hr* i gotovo četverostruko više od portala *Jutarnji.hr*.

Tablica 1. Količina priloga o veganstvu na analiziranim portalima

	N	%
<i>Index.hr</i>	46	63,0
<i>24sata.hr</i>	15	20,5
<i>Jutarnji.hr</i>	12	16,5
ukupno	73	100

Kako bismo odgovorili na prvu postavljenu hipotezu koja glasi da su teme vezane uz veganstvo rijetko zastupljene u medijima analiziralo se 73 pronađena priloga. Rezultati su prikazani u Tablici 2.

Tablica 2. Prosječni broj priloga o veganstvu po mjesecu

(N) objava	(M) objava po mjesecu
73	6

Ukupan broj objava o veganstvu u roku od godine dana je 73. Prosječno je po jednom mjesecu objavljeno šest priloga, što bi po portalu prosječno iznosilo dvije objave na temu u mjesec dana. Rezultati istraživanja koje su proveli Benković i Balabanić (2010: 48) u kojemu se, između ostaloga, nastojalo utvrditi sadržajne osobine najposjećenijih portala koji izlaze samo u elektroničkom obliku, pokazuju da najposjećeniji portali u danima u tjednu o znanosti objave 19 priloga, o zdravlju 54, o *lifestyle* temama 62, a o *showbusinessu* 262 priloga. S obzirom na navedene podatke i na to da se o veganstvu može pisati u kontekstu svih navedenih tema, odnosno u kontekstu znanosti, zdravlja, *lifestyle* tema i *showbusinessa* možemo zaključiti da dva priloga po portalu u mjesec dana označavaju rijetku zastupljenost teme što upućuje na to da je prva hipoteza (H 1: Teme vezane uz veganstvo rijetko su zastupljene u medijima) potvrđena (Tablica 2).

Kako bismo odgovorili na drugu postavljenu hipotezu da je najzastupljenija tema o veganstvu vezana uz veganski aktivizam, tablično je prikazana frekvencija tema analiziranih priloga (Tablica 3).

Tablica 3. *Frekvencija tema priloga o veganstvu unutar godine dana*

	N	%
prednosti veganske prehrane	6	8,2
nedostaci veganske prehrane	1	1,4
primjer ozdravljenja putem veganskog načina prehrane	3	4,1
primjer obolijevanja zbog veganskog načina prehrane	2	2,7
osobe iz javnog života i veganstvo	13	17,8
„obični“ ljudi i veganstvo	5	6,8
mršavljenje putem veganskog načina prehrane	2	2,7
veganski aktivizam/veganski aktivisti	17	23,3
antiveganstvo	7	9,6
veganski proizvodi	6	8,2
sirova biljna prehrana	7	9,6
općenito o veganstvu	4	5,5
ukupno	73	100

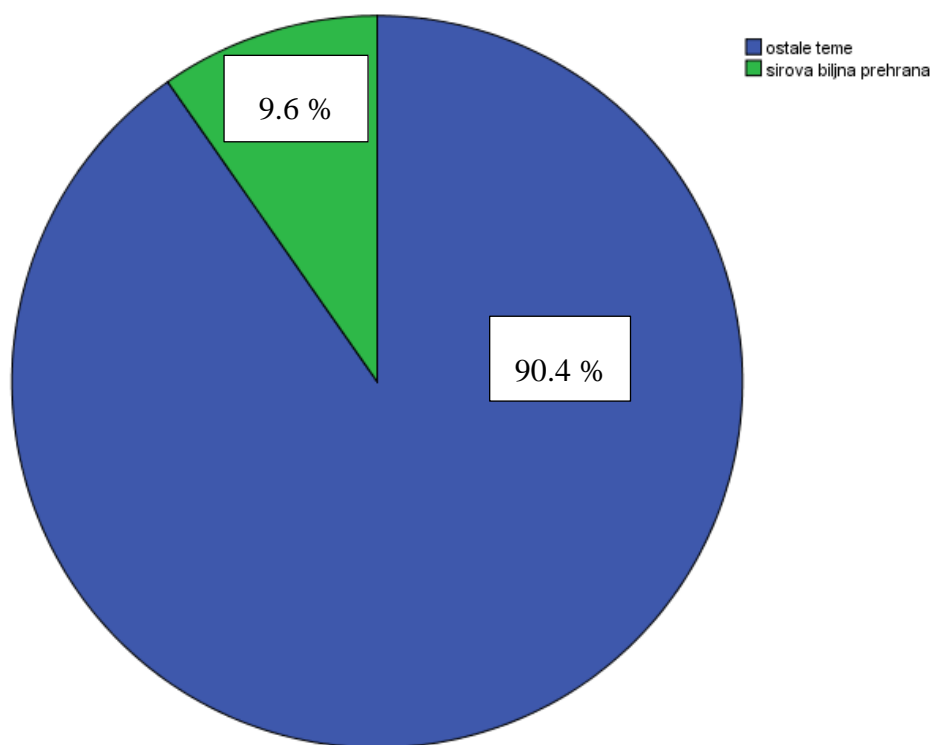
Na temelju Tablice 3 uočava se raznolikost tematike kada je riječ o veganstvu, a u medijima se unutar godine dana najviše pisalo o veganskom aktivizmu (17 objava), zatim se najveći broj objava odnosio na osobe iz javnog života koje imaju veze s veganstvom (13 objava). Najmanju zastupljenost u objavama imaju nedostaci veganske prehrane s jednom objavom, dok su prilozi o aktivizmu protiv veganstva/vegana, odnosno o antiveganstvu zauzeli sedam od 73 priloga.

Jedan od 17 priloga koji se bavi veganskim aktivizmom: „TKO JE ŽENA KOJA JE POČINILA KRVOPROLIĆE U SJEDIŠTU YOUTUBEA? Prvo se mislilo da se išla osvetiti dečku, a onda je isplivala prava istina“ (*Jutarnji.hr*, 4. 4. 2018.) obrađuje temu u širem kontekstu te ulazi u uzroke „krvoprolića“, naslov je senzacionalistički, ali odgovara tekstu, a riječ je o redakcijskom izvještaju. Nadalje, u prilogu se navodi više od tri izvora, navedene su samo informacije (bez stavova/komentara autora), dominira negativan prikaz vegana (budući da se naglašava kako je riječ o veganskoj aktivistici koja je ranila tri osobe, a zatim počinila samoubojstvo) te prilog sadrži fotografije i video priloge. Još neki od priloga kojima je tema veganski aktivizam su: „Farmer objavio ovu fotografiju na Facebooku, vegani ga napali da je silovatelj i ubojica“ (*Index.hr*, 3. 2. 2018.) te „Incidenti: Francuski mesari traže zaštitu policije od vegana“ (*24sata.hr*, 25. 6. 2018.).

Kada je riječ o priložima koji govore o osobama iz javnog života koje prakticiraju veganstvo, tada su to prilozi poput: „Hrana im je promijenila život: 10 zvijezda za koje niste znali da su vegani“ (*Index.hr*, 26. 12. 2018.), „Tjedan dana jela je kao Ariana Grande: "Ne znam kako uspijeva preživjeti dan..."“ (*Index.hr*, 27. 11. 2018.), „Elle Macpherson otkriva zbog čega s 54 godine živi i izgleda zdravije nego ikad“ (*Index.hr*, 5. 8. 2018.) i slično.

Prilozi koji su okarakterizirani kao neki oblik antiveganstva su oni koji prijete, prozivaju, provociraju, osuđuju, vrijeđaju, ismijavaju, uznemiravaju i slično one koji su vegani. Takvi prilozi su primjerice: „Natpis ispred mesnice razbjesnio mnoge: "Dragi vegani, sredili smo vam kravu"“ (*Index.hr*, 27. 9. 2018.), „Na veganskom festivalu jeo sirovo meso s kojeg je kapala krv“ (*Index.hr*, 14. 8. 2018.), „Loša vijest za vegetarijance: Biljke vas čuju dok ih jedete“ (*Index.hr*, 11. 4. 2018.).

S obzirom na to da su najposjećeniji dnevnoinformativni internetski portali najviše pisali o veganskom aktivizmu u kontekstu veganstva (Tablica 3) druga hipoteza (H 2: Najzastupljenija tema o veganstvu vezana je uz veganski aktivizam) je u potpunosti potvrđena.



Slika 1. Zastupljenost priloga o sirovoj biljnoj prehrani na analiziranim portalima

Budući da je sirova biljna prehrana, odnosno *raw food*, krajnost koja se ističe kada je riječ o veganstvu, zanimalo nas je izvještavaju li portali uopće na tu temu. Slika 1 prikazuje postotak zastupljenosti teme o sirovoj biljnoj prehrani, ta tema obrađena je u sedam priloga od ukupna 73, pri čemu postotak od 9,6 % nije posebno visok, ali nije zanemariv ako uzmemo u obzir da određene teme vezane za veganstvo nemaju ni toliki udio. Na portalima koji imaju najmanje priloga o veganstvu (*Jutarnji.hr* – 12 i *24sata.hr* – 15) pronalazimo po tri priloga kod svakog na temu sirove prehrane, dok kod *Index.hr* koji donosi najveći broj priloga o veganstvu (46) pronalazimo samo jedan prilog o toj temi. Dominantna tema kada je riječ o sirovoj biljnoj prehrani su sirove slastice (pet od sedam priloga). Primjer jednog takvog priloga naslovljen je: „Sirove slasti: Torte se ne peku, nego se miksaju u 10 minuta“, a započinje: „Za uživanje u finim tortama i kolačima ne morate uvijek paliti pećnicu, dovoljni su blender ili multipraktik. Svi misle da je sirova hrana uvijek hladna što nije točno. Može se zagrijavati do 40 stupnjeva“ (*24sata.hr*, 23. 5. 2018.). Naglasak u takvim priložima je na sirovim biljnim slasticama koje se pripremaju bez termičke obrade, a svih sedam priloga u pozitivnom kontekstu prikazuju veganstvo, odnosno *raw food*.

Kako bismo odgovorili na treću postavljenu hipotezu o tome da mediji o veganstvu izvještavaju negativno i jednostrano, u Tablici 4 prikazane su konotacije priloga, u Tablici 5 autori priloga, kao i prisutnost/odsutnost autorova iznošenja vlastitih stavova/komentara i njihovih konotacija (Slika 2 i Tablica 6). Zatim je prikazana frekvencija izvora informacija u analiziranim medijima (Tablica 7).

Tablica 4. Konotacija priloga o veganstvu u analiziranim medijima

	N	%
dominira pozitivan prikaz	32	43,8
dominira negativan prikaz	24	32,9
i povoljan i nepovoljan	6	8,2
neutralan	11	15,1
ukupno	73	100

Analizom smo otkrili da u 43,8 % priloga dominira pozitivan prikaz veganstva, dok u 32,9 % dominira negativan prikaz. U 8,2 % dominira i povoljan i nepovoljan prikaz, a neutralan dominira u 15,1 % priloga (Tablica 4).

Primjer pozitivnog (odobravajućeg) prikaza veganstva i vegana je prilog: „LJUDI KOJI SU ODLUČILI POTPUNO PROMIJENITI NAČIN ŽIVOTA I KOJIMA SE ZBOG TOGA MNOGI RUGAJU Kako žive vegani u Hrvatskoj“ (*Jutarnji.hr*, 27. 8. 2018.), prilog je o hrvatskim poduzetnicima koji su vegani ili vegetarijanci te su pokrenuli vlastiti *brand* koji isključuje svako iskorištavanje životinja, odnosno riječ je o *cruelty-free* proizvodima, a neki od njih su: kozmetika – Sapunoteka, modni dodatci (torbe) – Zmajevna i razni prehrambeni veganski proizvodi – Soyarnica. Prilog je potpisan punim imenom i prezimenom autora, obrađuje temu u širem kontekstu, doslovno prenosi citate, opremljen je fotografijama osoba koje su glavni akteri priloga, no dio naslova: „kojima se zbog toga mnogi rugaju“ se smatra nepotrebnim budući da ne odgovara tekstu.

S druge strane, primjer negativnog prikaza veganstva i vegana je prilog: „Vegani prijete da će mi ubiti i ispeći dvomjesečnog sinčića“ (*Index.hr*, 26. 11. 2018.). Prilog izvještava o aferi između Williama Sitwella, urednika časopisa *Waitrose Food* i skupine vegana. Naime, *blogerica* Selena Nelson je Sitwellu u *mailu* predložila seriju tekstova o veganskoj hrani, na što joj je on odgovorio: „A što misliš o seriji o ubijanju vegana, jednog po jednog“. Nakon što je njegov odgovor dospio u javnost, skupina vegana reagirala je prijetnjama da će „natoviti, ubiti i ispeći“ njegovog dvomjesečnog sina. Prilog je shvaćen kao negativan prikaz vegana budući da je fokus stavljen na negativnu reakciju

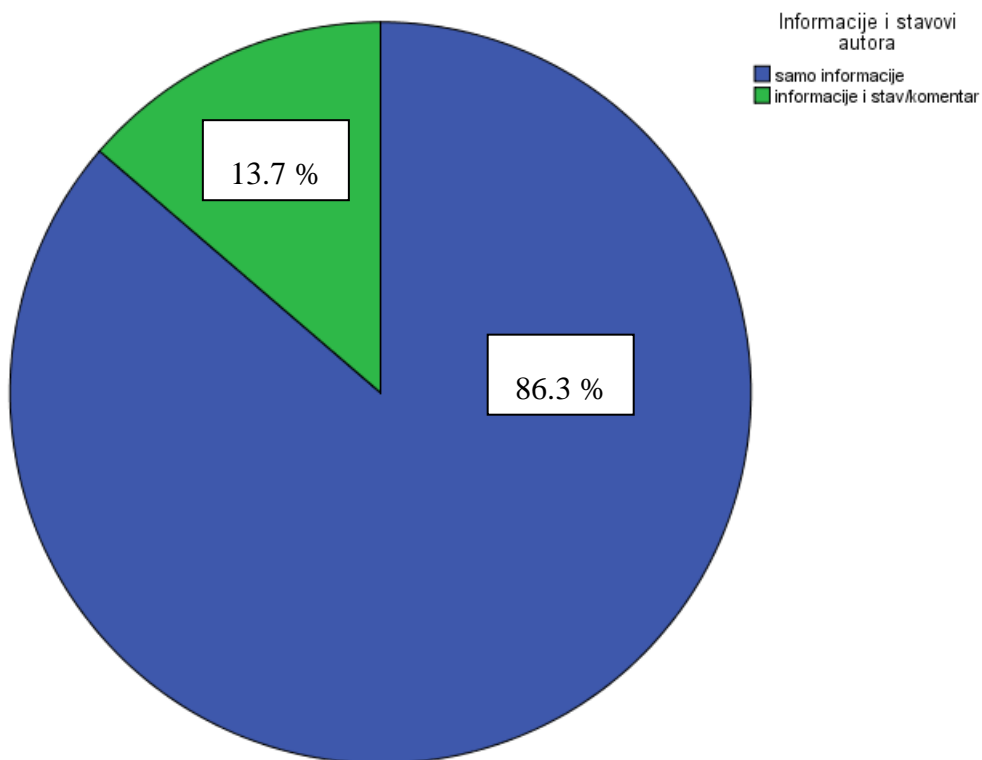
veganske skupine (što i sam naslov govori), a ne na Sitwellow *mail*, odnosno pošteno bi bilo naglasiti da su i jedna i druga strana krivo postupili, a ne osuditi samo jednu stranu. Također, prilog je potpisan inicijalima, izrazito je kratke forme, zadržava se samo na deskripciji događaja, glavna funkcija mu je senzacija, u prilogu nije navedeno o kojoj „skupini vegana“ se radi i tko stoji iza navedene prijetnje, a tekst nije uravnotežen budući da je prisutna samo jedna strana (Sitwell), odnosno nije ispunjen „zahtjev za nedvosmislenim prikazivanjem svih sukobljenih strana” (Malović, 2005: 37).

Jedan od priloga u kojemu je veganstvo prikazano „i povoljno i nepovoljno” je prilog: „Poznata glumica tvrdi da njen sin nikad nije pio lijekove jer je vegan“ (*Index.hr*, 12. 11. 2018.). Naime, glumica Alicia Silverstone i njena obitelj su vegani te je ona uvjerena kako je to razlog zbog kojega njen sedmogodišnji sin Bear Blu nikada nije popio nikakav lijek. Nadalje, u prilogu iznosi vlastito iskustvo s takvim načinom prehrane koje se za nju i njezinu obitelj pokazalo pozitivno. S druge strane, autor priloga iznosi da stručnjaci upozoravaju kako treba biti oprezan s takvim načinom prehrane jer se djetetu ne treba ograničavati niti jedna vrsta namirnica što veganstvo zahtijeva te da uravnotežena prehrana nije nekonzumiranje samo određene skupine namirnica.

Tablica 5. Autori priloga o veganstvu u analiziranim medijima

	N	%
novinar – ime i prezime	19	26,0
novinar – inicijali	39	53,4
redakcijski izvještaj	6	8,2
agencijska vijest	9	12,3
ukupno	73	100

Kod svakog smo priloga zabilježili kako je potpisan, a rezultati pokazuju da je najveći broj priloga potpisao novinar s inicijalima (53,4 %), 26 % njih je napisao novinar potpisan punim imenom i prezimenom, 8,2 % su redakcijski tekstovi, dok su 12,3 % agencijske vijesti (Tablica 5). Redakcije svoju vjerodostojnost dokazuju time što priloge potpisuju novinari punim imenom i prezimenom (što više), a što manje inicijalima i redakcijskim izvještajima, osim u slučajevima istraživačkog novinarstva ili ako je riječ o uredničkim pravilima. Pretpostavlja se da, ako se novinar nije potpisao ili je naveo samo inicijale, lako se može odreći odgovornosti za ono što je napisano, no odgovornost u tom slučaju preuzima redakcija.



Slika 2. Zastupljenost informacija i stavova/komentara od strane autora priloga

Iz Slike 2 o zastupljenosti priloga u kojima autori iznose samo informacije, samo vlastite stavove/komentare ili i informacije i vlastite stavove/komentare, vidljivo je da nema niti jedan prilog u kojem autor iznosi samo svoje stavove/komentare bez informacija, dok je jasno da je najviše onih u kojima su se autori fokusirali isključivo na informacije – 86,3 %.

Tablica 6. Stavovi/komentari autora priloga o veganstvu s obzirom na konotaciju

	N	%
nije iznesen stav autora	67	91,8
pozitivan	3	4,1
negativan	2	2,7
kombinacija	1	1,4
ukupno	73	100

Većina priloga o veganstvu nije sadržavala stav/komentar autora (njih 91,8 %), dok je kod priloga koji su sadržavali stav/komentar tri bila pozitivne konotacije i dva negativne (Tablica 6).

Primjer priloga u kojem autor iznosi svoje stavove/komentare i koji su negativne konotacije je prilog: „'The Farm': Vegani i PETA će napokon dobiti svoju osvetu“ (24sata.hr, 12. 4. 2018.). Autor se u prilogu osvrnuo na horor film *The Farm* redatelja Hansa Stjernswärda u kojem se ljude tretira poput životinja na farmama. Prilog započinje ovom rečenicom: „Jedna od stvari koje se godinama zbivaju jednom kada se pokrene razgovor o proizvodnji mesa je pojava vegana. Ovaj film će napokon i njima dati malo zadovoljštine.“ Prilog je potpisan punim imenom i prezimenom novinara, zadržava se samo na subjektivnoj interpretaciji filma i vegana općenito, tema nije obrađena u širem kontekstu, a prilog nema izvore informacija. Nadalje, u tekstu su izneseni stavovi/komentari autora koji su negativne konotacije što se očituje kroz cijeli prilog, a prikaz veganstva i vegana je negativan, čak možemo reći da se ismijava rečenicama kao što je: „Prosječan vegan ili PETA-š posve moguće ne zna kako se ljudi odnose prema životinjama te misle da klaonice rade uz pomoć kravljih suza i pilećeg znoja te svinjskog jada. Uz to, malo je vjerojatno da spomenuti razumiju kako ljudi u stvari jesu svejedi, pa na koncu konca, netko mora umrijeti kako bi ljudi jeli.“ Prilog zaključuje riječima: „A ako vam je stvarno do kvalitetnih horora, predlažemo vam da otidete do kina i pogledate 'Mjesto tišine' umjesto da trošite vrijeme na vegane.“ Kodeks časti hrvatskih novinara (2009) u 6. članku donosi: „U svim novinarskim priložima, pa tako i u komentarima i polemikama, novinar je dužan poštovati etiku javne riječi i kulturu dijaloga te uvažavati čast, ugled i dostojanstvo osoba ili skupina s kojima polemizira. Kada izvještava o temama o kojima postoje različita relevantna stajališta, a posebice kada se iznose optužujući navodi, novinar nastoji sva ta stajališta predstaviti javnosti.“ S obzirom i na to da se vrijednost novinarske profesije, a time i vjerodostojnost medija ogleda u širenju tolerancije, izbjegavanju govora mržnje i stereotipa, provjeravanju informacija iz najmanje dva izvora, nepristranosti, potpunosti informacije, njegovanju kulture dijaloga i svođenju pogrešaka na minimum (Tomašić, 2010: 129), onda za ovaj prilog ne možemo reći da pridonosi vrijednosti novinarske profesije, a samim time niti vjerodostojnosti medija, budući da se u ovakvome izvještavanju ne poštuju etička načela i smjernice za etično pisanje u novinarstvu.

Tablica 7. Izvori informacija priloga o veganstvu na analiziranim portalima

	N	%
nema izvora informacija	8	11,0
jedan izvor	33	45,2
dva izvora	17	23,3
tri ili više izvora	14	19,2
intervju s jednim izvorom	1	1,4
ukupno	73	100

Jedan od preduvjeta objektivnosti, vjerodostojnosti i nepristranosti medija je navođenje izvora informacija. Vrijednost novinarske profesije i vjerodostojnost medija, između ostaloga, očituje se i u „provjeravanju svake informacije iz najmanje dva izvora“ (Tomašić, 2010: 129). Unatoč tome, najviše priloga koje smo analizirali napisano je na temelju jednog izvora (45,2 %), čak 11 % priloga uopće nema izvor informacija, 23,3 % je napisano temeljeći se na dva izvora, a 19,2 % na tri ili više izvora. Samo je jedan intervju s jednim izvorom na temu sirove biljne prehrane (Tablica 7). Podatci pokazuju da je dominantno izvještavanje na temelju jednog izvora, iako se zahtijeva da svaki prilog ima više, a najmanje dva izvora jer tako pridonosi objektivnosti, nepristranosti i vjerodostojnosti medijskih objava, ali i samih medija.

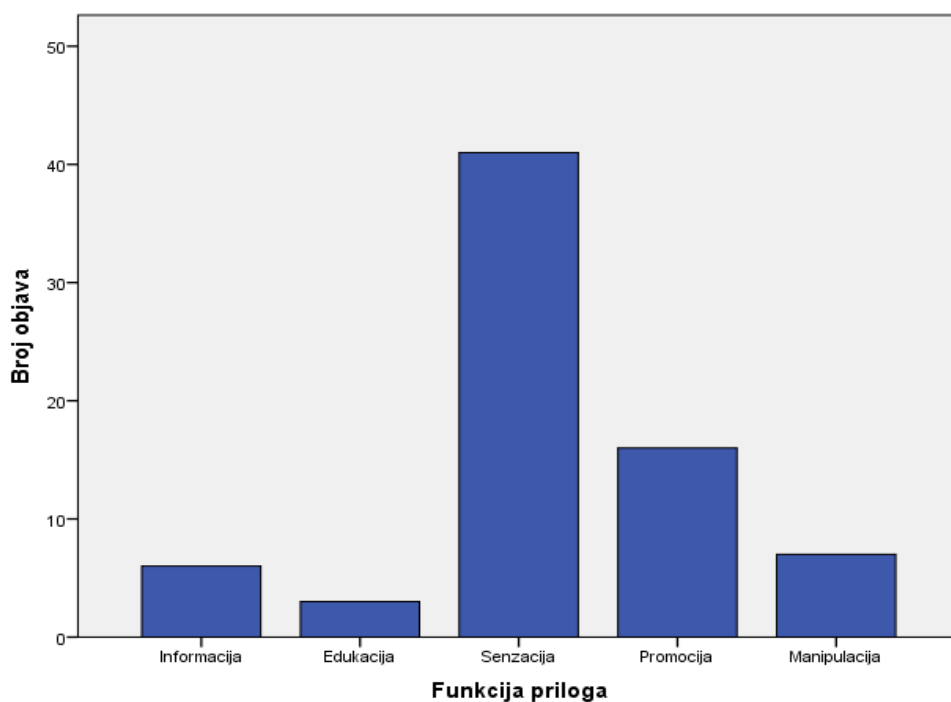
Na temelju analize dobivenih podataka može se zaključiti da je treća hipoteza (H 3: Mediji o veganstvu izvještavaju negativno i jednostrano) djelomično opovrgnuta jer u analiziranim priložima dominira pozitivan prikaz veganstva što je u suprotnosti s postavljenom hipotezom. Isto tako novinari velikim dijelom ne iznose vlastite stavove/komentare što ide u prilog objektivnom izvještavanju. S druge strane, ono što potvrđuje treću hipotezu jesu analizirani prilozi koji su većinom napisani na temelju jednog izvora.

Tablica 8. *Opremljenost priloga o veganstvu na analiziranim portalima*

	N	%
ne može se odrediti (nema fotografija, videa ili ankete)	3	4,1
fotografija	46	63,0
kombinacija fotografija i videa	19	26,0
kombinacija fotografija i ankete	5	6,8
ukupno	73	100

Što se opreme priloga tiče (Tablica 8), najveći broj priloga je popraćen fotografijama (63 %), a zatim slijedi kombinacija fotografija i videa (26 %). Na temelju dobivenih rezultata o opremljenosti priloga možemo zaključiti da mogućnosti koje imaju portali kako bi upotpunili prilog ipak velikim dijelom ostaju neiskorištene, budući da autori ostaju dosljedni isključivo fotografijama. Tri priloga nisu sadržavala niti fotografiju.

Kako bismo odgovorili na četvrtu postavljenu hipotezu koja glasi da je izvještavanje o veganstvu senzacionalističko, izračunate su frekvencije funkcija priloga u analiziranim medijima (Slika 3), izračunata je razlika između senzacionalističkog objavljivanja i ostalih vrsta objavljivanja (Tablica 9), kao i smjer manipulacije (Tablica 10), a naposljetku su prikazane i frekvencije tipa naslova (Tablica 11).



Slika 3. Funkcija priloga o veganstvu u analiziranim medijima

Kada je riječ o funkcijama medija, onda se kao temeljne ističu: informacija, edukacija i zabava (Jurčić, 2017: 130). Dobiveni podatci pokazuju da portali zanemaruju temeljne funkcije medija, pa se tako tema o veganstvu koju smo analizirali najviše pojavljuje kao senzacija (56,2 %), zatim kao promocija (21,9 %), a najmanje kao edukacija (4,1 %), dok se kao informacija pojavljuje tek u 8,2 % priloga (Slika 3).

Primjer senzacionalističkog priloga je: „Dugogodišnja veganka ponovno jede meso jer joj se tijelo počelo raspadati“ (*Index.hr*, 1. 11. 2018.). Prilog je od naslova pa do kraja teksta senzacionalistički, cilj mu je privlačenje pozornosti, autor je potpisan inicijalima, tema je obrađena površno, u prilogu je samo jedan izvor, nije izneseno mišljenje stručnjaka, a kompletan prilog ostavlja negativan dojam o veganstvu.

Tablica 9. Prikaz Hi-kvadrat testa za ispitivanje razlika između priloga o veganstvu s obzirom na funkciju priloga

varijabla	X ²	Df	P
funkcija priloga	63,417	4	0,000

Upotrebom Hi-kvadrat testa za ispitivanje razlika između priloga s obzirom na njihovu funkciju utvrđeno je da se zastupljenost priloga statistički značajno razlikuje s obzirom na njihovu funkciju. Utvrđeno je da postoji značajna razlika između broja senzacionalističkih priloga i ostalih vrsta priloga jer senzacionalističkih priloga ima značajno više od priloga čija je funkcija davanje informacija, edukacija, promocija ili manipulacija ($p < 0,05$) (Tablica 9).

Tablica 10. Zastupljenost priloga s obzirom na smjer manipulacije (pro et contra)

	N	%
ne radi se o manipulaciji	66	90,4
za veganstvo	2	2,7
protiv veganstva	5	6,8
ukupno	73	100

Kada se u obzir uzmu prilozima koji su kategorizirani kao neki oblik manipulacije, pet je priloga napisano protiv veganstva (*contra*), dok su dva priloga shvaćena kao manipulacija koja ide u prilog veganstvu, odnosno za veganstvo (*pro*) (Tablica 10).

Primjer priloga koji je shvaćen kao oblik manipulacije protiv veganstva (možda mu to i nije bio primarni cilj, ali s obzirom na sadržaj tako je protumačen) je objavljen na dva portala i naslovljen: „Beba umrla: Roditelji vegani joj nisu davali ni hranu, ni lijekove“ (*24sata.hr*, 10. 12. 2018.) te „Slovinci vegani izgladnjivali bebu, umrla je s 10 mjeseci. Neće ići u zatvor“ (*Index.hr*, 10. 12. 2018.). Za razliku od naslova, tekst u prilozima je identičan budući da su oba preuzeta od *HINE*. Već u naslovima uočavamo jedan vid manipulacije protiv veganstva jer je naglasak na „roditeljima veganima“, a ne samo na roditeljima, budući da podatci u tekstu upućuju na to da je beba umrla od neliječene upale pluća koja je dovela do trovanja krvi i općenito zbog nemara roditelja, a ne zbog toga što se radi o

veganstvu. Također, roditelji su odbijali svako liječenje i zdravstvene preglede bebe, a potvrđeno je i da su sva njihova djeca imala brojne zdravstvene teškoće te da osim toga djeca nisu bila niti cijepljena. U tekstu stoji: „Bili su uvjereni vegani i hranili su se samo povrćem, ali i zagovornici "prirodnog" načina liječenja bez pomoći medicine i lijekova, a takav su životni stil nametnuli i svom naraštaju.“ (U citatu primjećujemo krivu upotrebu riječi, umjesto „potomstvu“ piše „naraštaju“). Problematika takvog diskursa je u tome što se veganstvo označilo odgovornim za smrt bebe, a ne to da je u pitanju neadekvatna veganska prehrana (osim voća i povrća koje je navedeno u članku, veganstvo uključuje i druge namirnice, pa se postavlja pitanje o kojem se točno prehranbenom obrascu radi), odbijanje liječenja i neodgovornost roditelja. Takvim se diskursom stereotipizira veganstvo i vegane, a kod publike koja nije upoznata s takvim načinom prehrane stvara skepticizam.

Tablica 11. Tip naslova o veganstvu u analiziranim priložima

	N	%
informativan	27	37,0
senzacionalistički	44	60,3
kritički	2	2,7
ukupno	73	100

Kada je riječ o tipu naslova, na temelju analitičke matrice razlikujemo tri: informativan (nepristran, objektivan) je onaj koji se temelji na podacima iz članka, uravnotežen, ne prenosi govor mržnje, ne donosi osude, doslovno prenosi citate. Senzacionalistički (pristran, subjektivan) je suprotan od informativnog, uključuje prozivanje, neujednačenost, ignoriranje etičkih pravila, prenošenje govora mržnje, pogrešnu interpretaciju podataka, sugestivnu opremu, vrijeđa, opominje, manipulira, nema navodnih znakova, privlači pozornost. I naposljetku, kritički je naslov onaj koji iz poznatih argumenata kritizira, ali ne vrijeđa, nije mu cilj destruktivnost već afirmativnost, upućuje na propuste, poziva na akciju. Razmatrajući tip naslova priloga na analiziranim portalima, u Tablici 11 se uočava da je najviše naslova senzacionalističkog tipa, njih čak 44. Primjeri takvih naslova su: „'The Farm': Vegani i PETA će napokon dobiti svoju osvetu“ (*24sata.hr*, 12. 4. 2018.), „MA KAKO LI JOJ TO USPIJEVA?! Supruga hollywoodskog glumca nedavno je rodila četvrto dijete, već razmišlja i o petoj bebi, a izgleda bombastično!“ (*Jutarnji.hr*, 19. 9. 2018.), „Biljni burger koji krvari osvaja svijet“ (*Index.hr*, 4. 5. 2018.).

Iako prevladavaju naslovi senzacionalističkog tipa, većina njih odgovara tekstu. Priloga s informativnim naslovom je 27.

Rezultati dobiveni statističkom obradom pokazuju da se tema o veganstvu najviše pojavljuje kao senzacija (Slika 3), a naslovi su također najčešće senzacionalistički (Tablica 11), na temelju toga možemo zaključiti da podatci potvrđuju četvrtu hipotezu (H 4: Izvještavanje o veganstvu je senzacionalističko).

Kako bismo odgovorili na petu postavljenu hipotezu koja govori da je obrada tema o veganstvu površna, analizirale su se objave i njihova kvaliteta te je izračunata razlika između površinskih i dubinskih obrada tema (tablice 12 i 13).

Tablica 12. *Prikaz priloga s obzirom na obradu teme*

	N	%
površinski	58	79,5
dubinski	15	20,5
ukupno	73	100

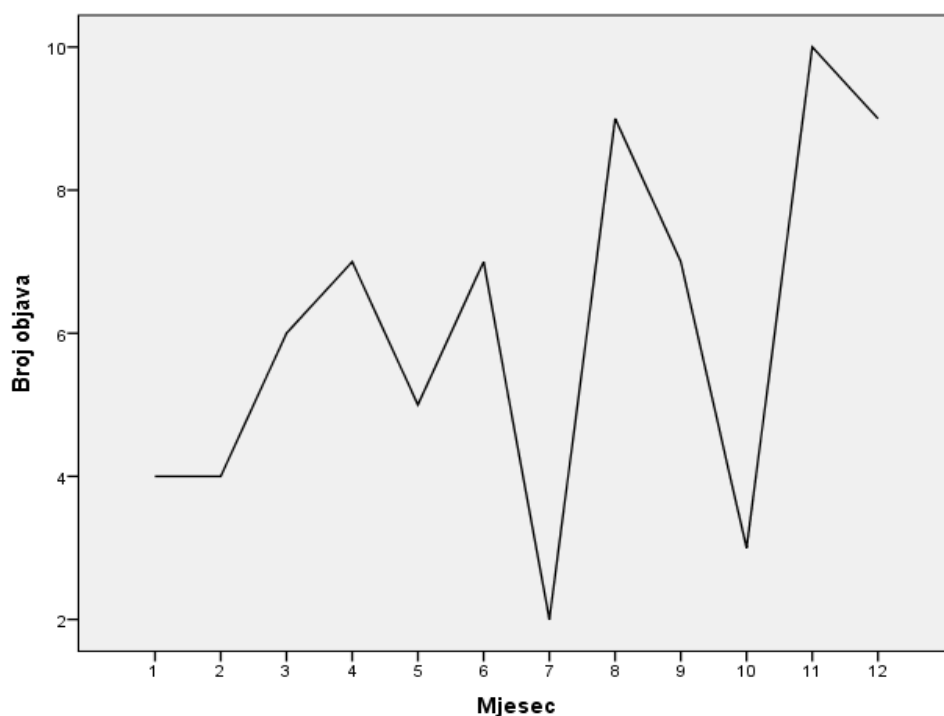
Prilozi koji su označeni kao „površni“ su oni koji se zadržavaju samo na deskripciji pojave, događaja ili osobe, a jedan od takvih priloga je: „Vegani upali u restoran i gostima puštali zvukove klanja krava“ (*Index.hr*, 27. 11. 2018.). U tom prilogu riječ je o grupi vegana koja je u restoranu gostima puštala zvukove krava tijekom ubijanja i klanja te poručila gostima da prestanu jesti meso i podijelila uznemirujuće fotografije, a sve je potom objavljeno na internetu. Takav prilog i sve slične njemu koji ne obrađuju temu u širem kontekstu i koji se ne bave uzrocima i posljedicama označili smo „površnima“, a rezultati pokazuju da je takvih priloga (79,5 %), dok je samo 20,5 % tema obrađeno dubinski (Tablica 12).

Tablica 13. *Prikaz rezultata Hi-kvadrat testa za ispitivanje razlika između članaka s obzirom na obradu teme*

obrada teme	N	χ^2	Df	P
površinski	58	28,889	1	0,000
dubinski	15			

Upotrebom Hi-kvadrat testa za ispitivanje razlika u zastupljenosti priloga s obzirom na obradu teme utvrđeno je da razlike postoje te da su statistički značajne na razini značajnosti od 0,05. Drugim riječima, među obrađenim priložima je statistički značajno više priloga u kojima je tema obrađena površinski nego dubinski čime se peta hipoteza (H 5: Obrada tema o veganstvu je površna) u potpunosti potvrđuje (Tablica 13).

Kako bismo odgovorili na šestu postavljenu hipotezu koja glasi da mediji o veganstvu najviše pišu nakon novogodišnjih blagdana, prikazana je učestalost priloga s obzirom na mjesec (Slika 4).



Slika 4. Učestalost objava s obzirom na mjesec unutar godine dana

Najveći broj priloga je objavljen u studenom, njih 10 (13,7 %). Slijede ga kolovoz i prosinac s po devet objava (12,3 %). Najmanji broj priloga objavljen je u srpnju (2,7 %) što iznosi dvije objave u mjesec dana (Slika 4). Početak nove godine smatrao se pogodnim za pisanje o veganstvu budući da se pretpostavilo kako mediji taj način prehrane nude kao alternativu za skidanje „blagdanskilograma“, ali i zbog toga što je siječanj poznat kao *Veganuary*, mjesec kada se ljude poziva da isprobaju veganski stil života. U članku „Nezaustavljiv rast veganstva: kako je rubni pokret postao *mainstream*“ (*The unstoppable rise of veganism: how a fringe movement went mainstream*) piše da je *Veganuary* pokrenut 2014. godine i tada se internetom prijavilo 3.300 ljudi, a već 2018. godine broj prijavljenih bio je

168.000 i to samo onih koji su se službeno prijavili na *mreži*, od čega su 84 % registriranih sudionika bile žene, dok je 60 % prijavljenih bilo starije od 35 godina (Hancox, 2018).

Podatci o učestalosti objava o veganstvu s obzirom na mjesec upućuju na zaključak da najveći broj priloga nije objavljen u razdoblju poslije blagdana, odnosno u siječnju koji je rezultirao sa samo četiri objavljena priloga (5,5 %), pa se time šesta hipoteza (H 6: Mediji o veganstvu najviše pišu nakon novogodišnjih blagdana) u potpunosti odbacuje. Niti jedan od siječanjskih priloga nije govorio o *Vegenuaryu* što upućuje na to da novinari ne prate svjetske trendove kada je u pitanju veganstvo.

5. Zaključak

Stručnjaci za pravilnu prehranu ističu da prehrana koja isključuje namirnice životinjskog podrijetla više nije stigmatizirana te da u znanstvenoj zajednici jača percepcija takvog načina prehrane kao važnog elementa u prevenciji kroničnih bolesti. U odnosu na prvotne publikacije to predstavlja promjenu dosadašnje paradigme. Istraživanja predstavljena u radu pokazuju da takav način prehrane ima pozitivan utjecaj na prevenciju i liječenje kroničnih bolesti, ali s druge strane i određene nedostatke poput deficita određenih nutrijenata. Pravilno isplanirana pretežito biljna prehrana uz dodatak određenih vitamina jedan od mogućih prehrambenih obrazaca koji podržavaju optimalno zdravlje, što ne isključuje činjenicu da i prehrana svejeda podupire optimalno zdravlje ako je pravilno isplanirana.

Kada je riječ o istraživanjima u kontekstu medija onda ona pokazuju da u suvremenom svijetu digitalni izvori postaju primarni izvori u potrazi za informacijama što upućuje na to da dnevnoinformativni internetski portali već sada, barem dijelom, preuzimaju ulogu dnevnim novinama. Glavna funkcija dnevnoinformativnih internetskih portala je informiranje publike, neovisno o vrsti sadržaja i neovisno o tome radi li se o novom mediju ili o digitalnom izdanju klasičnog medija. Činjenica je da su mediji važan dio društva koji ujedno i utječu na njega. Primjerice, društveni utjecaj medija očituje se u nametanju određenih trendova, pa kada je riječ o medijskoj moći onda treba uzeti u obzir da mediji kroz prikaz tema bitno utječu na mišljenja, pa čak i stavove ljudi.

Analiza medijskog izvještavanja na hrvatskim dnevnoinformativnim internetskim portalima o veganstvu u 2018. godini pokazala je slabu zastupljenost medijskih objava o veganskoj tematici. Najposjećeniji portali nisu često pisali o veganstvu s obzirom na to da je prosječno po jednom mjesecu objavljeno šest priloga što prosječno po portalu u mjesecu iznosi dvije objave na temu. Portali najviše izvještavaju o veganstvu u kontekstu veganskog aktivizma. Slijedi je tema o osobama iz javnog života koje prakticiraju veganstvo, a zanimljiv podatak govori i o prisutnosti teme o antiveganstvu. U takvim priložima riječ je o osobama koje nisu vegani, ali javno prozivaju, vrijeđaju i prijete onima koji jesu. S obzirom na to da su hipoteze prema kojima je izvještavanje o veganstvu senzacionalističko i površno potvrđene, i to sa statistički značajnom razlikom, a hipoteza prema kojoj je izvještavanje o veganstvu negativno i jednostrano djelomično potvrđena, ukupni rezultat upućuje na zaključak da je pad profesionalnih standarda prisutan u izvještavanju dnevnoinformativnih portala na temu veganstva, a posebice u obliku senzacionalizma i trivijalizacije sadržaja. S druge strane, ono što ide u prilog poštivanju profesionalnih standarda, svakako je podatak da novinari velikim dijelom izbjegavaju vlastite stavove/komentare o veganstvu što znači da su nepristrani. Ali, unatoč tome izvještavanje je senzacionalističko i jednostrano što ne ide u prilog objektivnom izvještavanju o temi. Također, dominira pozitivan prikaz veganstva, ali unatoč takvom prikazu, ono je banalizirano, a edukativnog sadržaja je izrazito malo.

S obzirom na to da smo nastojali utvrditi kakvo mišljenje javnosti o veganstvu stvaraju portali, dolazimo do zaključka da javnosti nije pružena prilika upoznavanja veganstva kao što je ono prikazano na temelju znanstvenih istraživanja u radu, nego kroz trivijalnu tematiku. Veganstvo je prikazano u kontekstu veganskih aktivista i javnih osoba, a ne u okviru etičkog odnosa prema životinjama, zdravlja i ekologije. Privlačenje pažnje senzacijama rezultira zanemarivanjem informativne i edukativne funkcije medija, a time i interesa publike koji teže informaciji i edukaciji. Neispunjavanjem osnovnih funkcija medija kada je u pitanju veganstvo dodatno se smanjuje interes i znanje publike o toj temi, dok nedovoljno razvijen diskurs o veganstvu pokazuje slabi interes urednika i novinara hrvatskih dnevnoinformativnih internetskih portala za temu što služi jačanju neznanja kod građana. Slijedom navedenoga, nameće se važnost jačanja profesionalnih standarda novinarstva.

Određena ograničenja u istraživanju pojavila su se zbog malog uzorka, odnosno zbog sveukupno samo 73 novinarska priloga u godini dana na temu veganstva. Iako ovo istraživanje pokazuje da postoje brojne teme kada je riječ o veganstvu o kojima bi se moglo izvještavati kvalitetno i edukativno, a to su svakako i teme iz područja ekologije, etičkog pristupa prema životinjama i zdravlja o njima je u 2018. godini na hrvatskim dnevnoinformativnim internetskim portalima bilo jako malo riječi, a o nekima od njih niti toliko.

Za daljnja istraživanja na temu veganstva uputno bi bilo provesti (osim metode analize sadržaja) i istraživanja publike (ankete, grupne diskusije ili dubinske intervju) kako bi se došlo do spoznaja o mišljenju publike na temu veganstva. Također, kada je riječ o analizi sadržaja bilo bi korisno proširiti uzorak: obuhvatiti duži vremenski period i veći broj dnevnoinformativnih internetskih portala, kao i konstruirati analitičku matricu s više klasifikacijskih kategorija.

Popis literature

Literatura

- Aramini, Michele (2009.) *Uvod u bioetiku*, 2. izdanje, Zagreb: Kršćanska sadašnjost.
- Baltic, Milan Z. – Boskovic, Marija (2015.) »When man met meat: meat in human nutrition from ancient times till today«, *Procedia Food Science*, 5, 6-9.
- Baroni, Luciana – Cenci, L. – Tettamanti, Massimo – Berati, Marina (2006.) »Evaluating the environmental impact of various dietary patterns combined with different food production systems«, *European Journal of Clinical Nutrition*, 1-8.
- Benković, Vanesa – Balabanić, Ivan (2010.) »Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala«, *Medijska istraživanja*, 16 (2): 43-56.
- Bestvina Bukić, Ivana – Stanković, Boris (2019.) »Financijska analiza poslovanja internetskih portala u Republici Hrvatskoj«, u: Vlasta Piližota, Ivana Bestvina Bukvić, Miljenko Brekalo, Marina Đukić, Martin Engstler, Boris Alexander Kühnle, Lucija Ljubić, Burkard Michel, Željko Pavić, Dáša Mendelová, Andrej Brník, Lars Rinsdorf, Martin Solík, Ján Višňovský, Ivana Žužul (ur.) *Mediji i medijska kultura – europski realiteti*, Osijek: Akademija za umjetnost i kulturu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, str. 316-328.
- Brautović, Mato (2011.) *Online novinarstvo*, Zagreb: Školska knjiga d.d.
- Calvert, Samantha (2014.) *Ripened by human determination: 70 years of The Vegan Society*, The Vegan Society.
- Castells, Manuel (2003.) *Internet galaksija: razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Cole, Matthew – Morgan, Karen (2011.) »Vegaphobia: derogatory discourses of veganism and the reproduction of speciesism in UK national newspapers«, *The British Journal of Sociology*, 62 (1): 134-153.
- Craig, J. Winston (2009.) »Health effects of vegan diets«, *The American Journal of Clinical Nutrition*, 89 (5): 1627S-1633S.
- Čerepinko, Darijo – Gamberožić, Joško (2019.) »Internet, senzacionalizam i lažne vijesti: kako provjeravamo informacije«, u: Vlasta Piližota, Ivana Bestvina Bukvić, Miljenko Brekalo, Marina Đukić, Martin Engstler, Boris Alexander Kühnle, Lucija Ljubić, Burkard Michel, Željko Pavić, Dáša Mendelová, Andrej Brník, Lars Rinsdorf, Martin Solík, Ján Višňovský, Ivana Žužul (ur.) *Mediji i medijska kultura – europski realiteti*, Osijek: Akademija za umjetnost i kulturu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, str. 35-46.
- Djekic, Ilija (2015.) »Environmental impact of meat industry – current status and future perspectives«, *Procedia Food Science*, 5, 61-64.
- Fjorović, Anuška (2013.) »Lokalno online novinarstvo: portali na području Dubrovnika«, *Medianali*, 7 (13): 37-51.

- Garcia, Ada L. – Koebnick, Corinna – Dagnelie, Peter C. – Strassner, Carola – Elmadfa, Ibrahim – Katz, Norbert – Leitzmann, Claus – Hoffmann, Ingrid (2007.) »Long-term strict raw food diet is associated with favourable plasma β -carotene and low plasma lycopene concentrations in Germans«, *British Journal of Nutrition*, 99 (6): 1293-1300.
- Gavranović, Ante (2011.) *Poslovno novinarstvo između etike i zarade*, Zagreb: Dnevnik d.o.o.
- Grmuša, Tanja (2016.) »Analiza medijskoga izvještavanja u hrvatskim dnevnim novinama na primjeru kampanje za izbore za Europski parlament 2014.«, doktorski rad, Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Hojsak, Iva – Niseteo, Tena – Kolaček, Sanja – Despot, Ranka – Jadrešin, Oleg – Jelić, Nevenka – Konjik, Vlatka – Močić-Pavić, Ana – Palčevski, Goran – Senečić-Čala, Irena – Tješić-Drinković, Duška – Vuković, Jurica – Žaja, Orjena – Mišak, Zrinjka (2018.) »Vegetarijanska i veganska prehrana u dječjoj dobi – smjernice Hrvatskog društva za pedijatrijsku gastroenterologiju, hepatologiju i prehranu Hrvatskoga liječničkog zbora«, *Liječnički vjesnik*, 140 (11-12): 279-284.
- Jurčić, Daniela (2017.) »Teorijske postavke o medijima – definicija, funkcije i utjecaj«, *Mostariensia*, 21 (1): 127-136.
- Jurić, Hrvoje (2009.) »Kulturna zoologija: što je životinja čovjeku i što je čovjek životinji«, *Socijalna ekologija*, 18 (1): 80-82.
- Jurić, Lena – Jurić, Darko (2012.) *Snaga sirovog: recepti za vitalnost i dugovječnost*, Zagreb: Planetopija.
- Kaluđerović, Željko (2009.) »Bioetički pristupi životinjama«, *Socijalna ekologija*, 18 (3-4): 311-322.
- Kanižaj, Igor – Skoko, Božo (2010.) »Mitovi i istine o novinarskoj profesiji – imidž novinara u hrvatskoj javnosti«, *Medijske studije*, 1 (1-2): 20-39.
- Kardov, Kruno (2000.) »Oslobođenje životinja (Peter Singer)«, *Diskrepancija*, 1 (1): 68-70.
- Knezović, Katica – Maksimović, Iva (2016.) »Manipulativna moć masovnih medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete«, *Diacovensia*, 24 (4): 645-666.
- Kodeks časti hrvatskih novinara* (2009.), HND.
- Kwanbunjan, Karunee – Koebnick, Corinna – Strassner, Carola – Leitzmann, Claus (2000.) »Lifestyle and Health Aspects of Raw Food Eaters«, *The Journal of Tropical Medicine and Parasitology*, 23 (1): 12-20.
- Labaš, Danijel – Marinčić, Petra (2016.) »Mediji kao sredstvo zabave u očima djece«, *Medianali*, 12 (15): 1-32.
- Labaš, Danijel – Uldrijan, Ivan (2010.) »Može li dobro novinarstvo biti nemoralno? Pitanje odnosa kvalitete, etike i medijske pismenosti«, u: Danijel Labaš (ur.) *Mediji i društvena odgovornost*, Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, str. 85-106.
- Lamza Posavec, Vesna (2004.) *Metode društvenih istraživanja*, skripta, Zagreb.

- Lundahl, Outi (2018.) »Dynamics of positive deviance in destigmatisation: celebrities and the media in the rise of veganism«, *Consumption Markets & Culture*, 23 (3): 241-271.
- Malović, Stjepan (2005.) *Osnove novinarstva*, Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
- Mancilla, Alejandra (2016.) »Veganism«, *Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics*.
- McLuhan, Marshall (2008.) *Razumijevanje medija: mediji kao čovjekovi proizvođači*, Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
- Milas, Goran (2009.) *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*, 2. izdanje, Zagreb: Naklada Slap.
- Newman, Nic – Fletcher, Richard – Kalogeropoulos, Antonis – Levy, David A. L. – Kleis Nielsen, Rasmus (2018.) *Digital News Report 2018*, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Ornish, Dean – Scherwitz, Larry W. – Billings, James H. – Gould, K. Lance – Merritt, Terri A. – Sparler, Stephen – Armstrong, William T. – Ports, Thomas A. – Kirkeeide, Richard L. – Hogeboom, Charissa – Brand, Richard J. (1998.) »Intensive Lifestyle Changes for Reversal of Coronary Heart Disease«, *Journal of American Medical Association*, 280 (23): 2001-2007.
- Porter, Lori (2016.) »Raw Vegan Diets«, *Cinahl Information Systems*.
- Povelja Ujedinjenih naroda o zaštiti životinja (Universal declaration of animal rights), 15. kolovoza 1978.
- Schuler, Kate (2018.) *Kako postati vegan: zašto, kako i sve što vam treba kako biste lako postali vegan*, Zagreb: Planetopija.
- Skoko, Božo – Vrdoljak, Nikola (2018.) »Stvarni dosezi news portala – međudnos čitanosti, vjerodostojnosti i utjecaja«, *Hum*, 13 (19): 79-97.
- Steinfeld, Henning – Gerber, Pierre – Wassenaar, Tom – Castel, Vincent – Rosales, Mauricio – de Haan, Cees (2006.) *Livestock's long shadow: environmental issues and options*, Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Štalić, Zvonimir – Sorić, Maroje – Mišigoj-Duraković, Marjeta (2016.) *Sportska prehrana*, Zagreb: Znanje d.o.o.
- Štalić, Zvonimir (2009.) »Vegetarijanska prehrana, nutritivni status vitamina B skupine i razina homocisteina kao čimbenici rizika za pojavu osteoporoze«, disertacija, Zagreb: Prehrambeno-biotehnološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Štalić, Zvonimir, *Vegetarijanska prehrana*, interna skripta.
- Šola, Ivica – Čičak, Andreja (2013.) »Nasilje medija: cinizam samoregulacije, Analiza primjene etičkog kodeksa Jutarnjeg lista«, *Crkva u svijetu*, 48 (1): 107-124.
- Taft, Casey (2015.) *Mama, tata, ja sam vegan: vodič za razumijevanje vegana u obitelji*, Čakovec: Dvostruka Duga d.o.o.

Tomašić, Adriana (2010.) »Vjerodostojnost medijskih objava na javnome radiju«, *Medianali*, 4 (7): 127-138.

Vranešić Bender, Darija (2007.) »Vegetarijanstvo (Vegetarianism)«, *Hrana i zdravlje*, 3 (9): 1-6.

Wimmer, Roger D. – Dominick, Joseph R. (2011.) *Mass Media Research*, 9. izdanje, Boston: Wadsworth.

Zakon o zaštiti životinja, 4. listopada 2017.

Zgrabljic Rotar, Nada (ur.) (2011.) *Digitalno doba: masovni mediji i digitalna kultura*, Zadar: Sveučilište u Zadru.

Internetski izvori

24sata (2015.) »Hvala vam svima! I Vlada RH čestitala 10. rođendan 24sata«, *24sata.hr*, <https://www.24sata.hr/news/hvala-vam-svima-i-vlada-rh-cestitala-10-roendand-24sata-408382> (stranici pristupljeno 30. travnja 2020.).

24sata.hr, <https://www.24sata.hr/impresum/> (stranici pristupljeno 30. travnja 2020.).

»Definition of veganism«, *The Vegan Society*, <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism> (stranici pristupljeno 7. svibnja 2020.).

Hancox, Dan (2018.) »The unstoppable rise of veganism: how a fringe movement went mainstream«, *The Guardian*, <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/apr/01/vegans-are-coming-millennials-health-climate-change-animal-welfare> (stranici pristupljeno 24. siječnja 2020.).

Index (2017.) »15 GODINA Povijest Indexa«, *Index.hr*, <https://www.index.hr/vijesti/clanak/15-godina-indexa-povijest/1011291.aspx> (stranici pristupljeno 30. travnja 2020.).

Index.hr, <https://www.index.hr/impresum> (stranici pristupljeno 30. travnja 2020.).

»Jutarnji list slavi peti rođendan« (2003.), *Index.hr*, <https://www.index.hr/vijesti/clanak/jutarnji-list-slavi-peti-rodjendan/129584.aspx> (stranici pristupljeno 30. travnja 2020.).

Jutarnji.hr, <https://www.jutarnji.hr/Impresum/> (stranici pristupljeno 30. travnja 2020.).

McGregor, Joan (2018.) »What philosophers have to say about eating meat«, *The Conversation*, <https://theconversation.com/what-philosophers-have-to-say-about-eating-meat-100444> (stranici pristupljeno 15. siječnja 2020.).

Müller, Nina – Ude, Christian (2019.) »'Na ubrzanom tržištu Styria je jamac neovisnog novinarstva'«, *24sata.hr*, <https://www.24sata.hr/news/na-ubrzanom-trzistu-styria-je-jamac-neovisnog-novinarstva-648738> (stranici pristupljeno 30. travnja 2020.).

Reuters Institute Digital News Report, <http://www.digitalnewsreport.org/> (stranici pristupljeno 5. travnja 2019.).

Popis tablica i grafičkih prikaza

Tablice

Tablica 1. Količina priloga o veganstvu na analiziranim portalima.....	26
Tablica 2. Prosječni broj priloga o veganstvu po mjesecu.....	26
Tablica 3. Frekvencija tema priloga o veganstvu unutar godine dana.....	27
Tablica 4. Konotacija priloga o veganstvu u analiziranim medijima.....	30
Tablica 5. Autori priloga o veganstvu u analiziranim medijima.....	31
Tablica 6. Stavovi/komentari autora priloga o veganstvu s obzirom na konotaciju.....	32
Tablica 7. Izvori informacija priloga o veganstvu na analiziranim portalima.....	33
Tablica 8. Opremljenost priloga o veganstvu na analiziranim portalima.....	34
Tablica 9. Prikaz Hi-kvadrat testa za ispitivanje razlika između priloga o veganstvu s obzirom na funkciju priloga.....	36
Tablica 10. Zastupljenost priloga s obzirom na smjer manipulacije (<i>pro et contra</i>).....	36
Tablica 11. Tip naslova o veganstvu u analiziranim priložima.....	37
Tablica 12. Prikaz priloga s obzirom na obradu teme.....	38
Tablica 13. Prikaz rezultata Hi-kvadrat testa za ispitivanje razlika između članaka s obzirom na obradu teme.....	38

Grafički prikazi

Slika 1. Zastupljenost priloga o sirovoj biljnoj prehrani na analiziranim portalima.....	29
Slika 2. Zastupljenost informacija i stavova/komentara od strane autora priloga.....	32
Slika 3. Funkcija priloga o veganstvu u analiziranim medijima.....	35
Slika 4. Učestalost objava s obzirom na mjesece unutar godine dana.....	39

Prilozi

Matrica analize sadržaja

1. Portal:

1. *Index.hr*
2. *24sata.hr*
3. *Jutarnji.hr*

2. Mjesec objave:

1. siječanj
2. veljača
3. ožujak
4. travanj
5. svibanj
6. lipanj
7. srpanj
8. kolovoz
9. rujan
10. listopad
11. studeni
12. prosinac

3. Glavna tema priloga:

1. prelazak na veganski način prehrane
2. odustajanje od veganskog načina prehrane
3. prednosti veganske prehrane
4. nedostaci veganske prehrane
5. primjer ozdravljenja putem veganskog načina prehrane
6. primjer obolijevanja zbog veganskog načina prehrane
7. osobe iz javnog života i veganstvo
8. „obični“ ljudi i veganstvo
9. mršavljenje putem veganskog načina prehrane
10. debljanje putem veganskog načina prehrane
11. veganski aktivizam/veganski aktivisti (udruge, peticije, prava životinja, prosvjedi, prijetnje, uznemiravanje i slično)

12. aktivizam protiv veganstva/vegana, antiveganstvo (prijetnje, prozivanje, provokacije, osude, vrijeđanje, ismijavanje, uznemiravanje i slično)
13. veganski proizvodi
14. sirova biljna prehrana (*raw food*)
15. općenito o veganstvu/veganima

4. Dubina obrade teme:

1. površinski (zadržava se samo deskripcija pojave, događaja ili osobe)
2. dubinski (ulazi u uzroke, predviđa posljedice, obrađuje temu u širem kontekstu)

5. Funkcija priloga:

1. informacija
2. edukacija
3. senzacija
4. promocija (reklama)
5. manipulacija

6. Ako se radi o manipulaciji, smjer manipulacije (*pro et contra*):

1. za veganstvo (*pro*)
2. protiv veganstva (*contra*)

7. Tip naslova:

1. informativan (nepristran, objektivan) – temelji se na podacima iz članka, uravnotežen, ne prenosi govor mržnje, ne donosi osude, doslovno prenosi citate
2. senzacionalistički (pristran, subjektivan) – sve suprotno od informativnog, prozivanje, neujednačenost, ignoriranje etičkih pravila, prenošenje govora mržnje, kriva interpretacija podataka, sugestivna oprema, vrijeđa, opominje, manipulacija, nema navodnih znakova, privlači pozornost
3. kritički – iz poznatih argumenata kritizira, ali ne vrijeđa, nije mu cilj destruktivnost već afirmativnost, upućuje na propuste, poziva na akciju

8. Veza između naslova i teksta:

1. naslov odgovara tekstu
2. naslov ne odgovara tekstu
3. naslov odgovara i ne odgovara tekstu

9. Autor priloga:

1. novinar – potpisan punim imenom i prezimenom (uključuje i kolumniste)
2. novinar – potpisan inicijalima
3. redakcijski izvještaj (bez potpisa ili potpis redakcije)
4. agencijska vijest (*AFP, DPA, HINA, Reuters*)
5. promotivni ili sponzorirani prilog

10. Broj izvora informacija u tekstu:

1. navodi se samo jedan izvor
2. navode se dva izvora
3. navode se tri ili više izvora
4. intervju s jednim izvorom

11. Informacije i stavovi/komentari (odnosi se na autora, ne na izvore):

1. u tekstu su navedene samo informacije
2. u tekstu je naveden samo stav/komentar
3. u tekstu postoje informacije, stav/komentar

12. Ako je u tekstu iznesen stav/komentar autora o veganstvu/veganima, on je:

1. pozitivan
2. negativan
3. kombinacija pozitivnog i negativnog stava/komentara
4. neutralan

13. Prikaz veganstva/vegana u tekstu:

1. dominira povoljan/pozitivan (odobravajući) prikaz veganstva/vegana
2. dominira nepovoljan/negativan (kritika, osuda, ismijavanje i slično) prikaz veganstva/vegana
3. zastupljen je povoljan i nepovoljan prikaz veganstva/vegana
4. neutralan prikaz veganstva/vegana (članak se zadržava na deskripciji)

14. Opremljenost priloga (fotografija, video, anketa):

1. fotografija
2. kombinacija fotografija i videa
3. kombinacija fotografija i ankete