

# Utjecaj istraživačkog novinarstva na promjene političkog establishmenta na primjeru afere Watergate

---

Mađarić, Jelena

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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:111:469365>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-29**



Repository / Repozitorij:

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Jelena Mađarić

**UTJECAJ ISTRAŽIVAČKOG  
NOVINARSTVA NA PROMJENE  
POLITIČKOG *ESTABLISHMENTA* NA  
PRIMJERU AFERE WATERGATE**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2022.





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA  
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

JELENA MAĐARIĆ

**UTJECAJ ISTRAŽIVAČKOG  
NOVINARSTVA NA PROMJENE  
POLITIČKOG *ESTABLISHMENTA* NA  
PRIMJERU AFERE WATERGATE**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Tanja Grmuša

Zagreb, 2022.

## SAŽETAK

Politička komunikacija razvila se u akademsko polje istraživanja, s temeljima u teorijama i metodama iz komunikacija, političkih znanosti, sociologije, psihologije, marketinga, povijesti, retorike i drugih područja. Njegova multidisciplinarna priroda objašnjava poteškoće u pronalaženju izravne definicije. No, slaže se da je politička komunikacija usmjerena na interakciju između političkih aktera, medija i građana, koja je obilježena svojim uvjerljivim i strateškim karakterom. Politička komunikacija podpodručje je komunikacije i političkih znanosti koje se bavi time kako se informacije šire i utječu na politiku, kreatore politike, medije i građane. Pojam *Watergate* često se povezuje s ilegalnim aktivnostima koje su poduzimali članovi Nixonove administracije. Predsjednik Nixon i njegovi čelni ljudi zlouporabili su državne službe – FBI, CIA i IRS te ih koristili kao političko oružje. Skandal je počeo 17. lipnja 1972. godine provalom u ured Demokratskog nacionalnog odbora, koji se nalazio u kompleksu zgrada *Watergate* u Washingtonu, D.C. Američki predsjednik ulagao je velike napore da prikrije samu aferu, no medije nije mogao kontrolirati. Novinari *The Washington Post*, Bob Woodward i Carl Bernstein otkrili su Nixonovu ulogu u aferi *Watergate*, te je medijski pritisak postao neizdrživ. U srpnju 1974. godine, Predsjednički dom glasao je za opoziv Nixona zbog ometanja pravde, zlouporabe ovlasti i prikrivanja zločina. Richard Nixon podnio je ostavku 9. kolovoza 1974. godine, a afera *Watergate* rezultirala je podizanjem optužnica protiv 69 osoba. U radu se također analizira uloga političara kao aktera medijskog događaja te se analiziraju pojmovi kao što su politička kampanja i istraživačko novinarstvo. Dakle, intencija rada je teorijski prikazati aferu *Watergate*, objasniti ulogu koju je imalo istraživačko novinarstvo te analizirati koji su odjeci i posljedice afere.

**Ključne riječi:** *afera Watergate, predsjednik Nixon, istraživačko novinarstvo, Bob Woodward, Carl Bernstein, The Washington Post.*

## **ABSTRACT**

Political communication has developed into an academic field of research, with foundations in theories and methods from communication, political science, sociology, psychology, marketing, history, rhetoric and other fields. Its multidisciplinary nature explains the difficulty in finding a direct definition. However, he agrees that political communication is focused on the interaction between political actors, the media and citizens, which is characterized by its persuasive and strategic character. Political communication is a subfield of communication and political science that deals with how information spreads and influences politics, policymakers, the media, and citizens. The term Watergate is often associated with the illegal activities undertaken by members of the Nixon administration. President Nixon and his top brass abused the government agencies - the FBI, the CIA and the IRS - and used them as political weapons. The scandal began on June 17, 1972, with the break-in of the office of the Democratic National Committee, which was located in the Watergate building complex in Washington, D.C. The American president made great efforts to cover up the affair itself, but he could not control the media. The journalists of The Washington Post, Bob Woodward and Carl Bernstein revealed Nixon's role in the Watergate affair, and the media pressure became unbearable. In July 1974, the House of Representatives voted to impeach Nixon for obstruction of justice, abuse of power, and cover-up. Richard Nixon resigned on August 9, 1974, and the Watergate Affair resulted in the indictment of 69 people. The paper also analyse the role of politicians as actors in media events and analyses terms such as political campaign and investigative journalism. Therefore, the intention of the paper is to present the Watergate affair theoretically, to explain the role of investigative journalism had, and to analyse the fallout and consequences of the affair.

**Keywords:** *Watergate affair, President Nixon, investigative reporting, Bob Woodward, Carl Bernstein, The Washington Post.*

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b> .....	1
<b>2. POLITIČKA KOMUNIKACIJA</b> .....	2
2.1. <i>Obilježja političke komunikacije</i> .....	2
2.2. <i>Izborne kampanje i politički marketing</i> .....	7
2.3. <i>Upravljanje odnosima s medijima</i> .....	12
2.4. <i>Političari kao akteri medijskog događaja</i> .....	17
<b>3. ISTRAŽIVAČKO NOVINARSTVO</b> .....	20
3.1. <i>Povijesni razvoj istraživačkog novinarstva</i> .....	20
3.2. <i>Specifičnosti istraživačkog novinarstva</i> .....	23
3.3. <i>Etički aspekti obrade teme</i> .....	28
3.3.1. <i>Odgovornost novinara i urednika</i> .....	29
<b>4. AFERA WATERGATE – DOGAĐAJ KOJI JE POTRESAO AMERIČKI POLITIČKI ESTABLISHMENT</b> .....	32
4.1. <i>Manipulacija izbornim procesima</i> .....	33
4.2. <i>Manipulacija tajnim službama</i> .....	36
<b>5. STUDIJA SLUČAJA NAJPOZNATIJE POLITIČKE AFERE - WATERGATE</b> .....	38
5.1. <i>Kronologija političkog skandala</i> .....	38
5.2. <i>Medijsko praćenje iz perspektive The Washigton Posta</i> .....	42
5.3. <i>Uloga istraživačkog novinarstva u promjeni političkog establišmenta</i> .....	46
5.4. <i>Odjeci i posljedice Watergatea</i> .....	49
<b>6. ZAKLJUČAK</b> .....	51
<b>LITERATURA</b> .....	54

## 1. UVOD

Diplomski rad pobliže će objasniti poznati politički skandal u američkoj povijesti, poznatiji pod nazivom *Watergate*. Ne znajući razmjere vlastitog izvještavanja o izborima i važnosti informacija kojima raspolažu, novinari *The Washington Posta*, Bob Woodward i Carl Bernstein, zauvijek su promijenili istraživačko novinarstvo, ali i političku scenu Amerike.

Rad će ispitati ulogu afere *Watergate* u promjeni američkog političkog *establishmenta* 70-tih godina, ali i pokušaj zataškavanja afere od strane Nixonovog tima koji je rezultirao skandaloznom ostavkom američkog predsjednika Richarda Nixona.

Ciljevi ovog diplomskog rada su ispitati ulogu afere *Watergate* u promjeni američkog političkog *establishmenta* 70-tih godina, analizirati doprinos afere *Watergate* razvoju istraživačkog novinarstva i jačanju medija u društvu, te će se također prikazati zloupotreba moći političkih aktera kroz studiju slučaja na primjeru afere *Watergate*.



## 2. POLITIČKA KOMUNIKACIJA

### 2.1. *Obilježja političke komunikacije*

Kako ističe britanski profesor B. McNair, „svaka bi knjiga o političkoj komunikaciji trebala početi priznanjem kako se taj termin pokazao jako teškim za precizno definiranje“ (McNair, 2013: 3).

S obzirom na povezanost politike i političke komunikacije, brojni autori ističu kako je političku komunikaciju vrlo teško definirati (Zerfab i Radojković, 2011: 14). Saxer (1998) smatra se da svaki pokušaj definiranja političke komunikacije suočava s njenom bezgraničnosti i velikom kompleksnosti.

Denton i Woodward (1990: 14), „političku komunikaciju definiraju kao javnu raspravu o alokaciji javnih resursa, službenih vijesti i službenih sankcija.“

S druge strane McNair je „definiciju političke komunikacije pojednostavio u odnosu na Dentona i Woodwarda“ (Tomić, 2003: 31). On je definira kao „komunikaciju kojom se političari i drugi politički akteri služe radi ostvarenja svojih ciljeva“ (McNair: 2003: 2).

„To uključuje:

1. sve oblike komunikacije kojima se služe političari i drugi politički akteri u svrhu ostvarivanja specifičnih ciljeva
2. komunikaciju koju prema tim akterima usmjeravaju nepolitičari kao što su birači i novinski kolumnisti
3. komunikaciju o tim akterima i njihovim aktivnostima koja je vidljiva u medijima“ (McNair, 2003: 4).

McNair (2003: 5) je svojom definicijom obuhvatio „sav politički diskurs“. Pod političkom komunikacijom podrazumijeva i vizualna sredstava kao što su šminka, odjeća, frizura, tj. sve „elemente komunikacije za koje se može reći da tvore politički imidž“ (Tomić, 2003: 58).

„No, postoji nekoliko dijelova ove definicije:

1. politička komunikacija je proces. Ona se ne događa automatski i vođe ne mogu natjerati ljude da komuniciraju – politička komunikacija je kompleksna i dinamična
2. postoje tri glavna aktera u političkoj komunikaciji – vođe, mediji i javnost

3. politička komunikacija je razmjena i tumačenje poruka. Lideri, mediji i građani često tumače poruke sasvim različito, a razlog tome je što obnašaju različite funkcije u društvu
4. poruke se općenito odnose na vladanje ili primjenu javne politike vjeruje se da se politička komunikacija odnosi samo na izbore što nije sasvim točno“ (Tomić, 2003: 60).

„Politička komunikacija događa se kada građani, mediji i lideri vode diskusiju o pitanjima koja se generalno tiču elite ili javnosti“ (Tomić, 2003: 60).

„Faktor koji komunikaciju čini političkom nije izvor poruke nego njen sadržaj i svrha“ (McNair, 2003: 12).

Koncept političke komunikacije odnosi se i na skup profesionalnih praksi i na teorijsku i znanstvenu disciplinu. Kao profesionalna praksa, izraz „politička komunikacija“ sugerira niz komunikacijskih procesa koji su dobili različite oznake poput propagande, izbornog marketinga, političkog marketinga, političke kampanje i političkih odnosa s javnošću.

Politička komunikacija razvila se u akademsko polje istraživanja, s temeljima u teorijama i metodama iz komunikacija, političkih znanosti, sociologije, psihologije, marketinga, povijesti, retorike i drugih područja. Njegova multidisciplinarna priroda objašnjava poteškoće u pronalaženju izravne definicije. No, slaže se da je politička komunikacija usmjerena na interakciju između političkih aktera, medija i građana, koja je obilježena svojim uvjerljivim i strateškim karakterom.

„Politička komunikacija je potpodručje komunikacije i političkih nauka koje se bavi načinom na koji se informacije šire i utječu na politiku i kreatore politike, vijesti i građane. Od pojave World Wide Weba količina podataka za analizu je eksplodirala, a istraživači prelaze na računske metode za proučavanje dinamike političke komunikacije. Posljednjih godina, mašinsko učenje, obrada prirodnih jezika i mrežna analizapostali su ključni alati u potpolju. Bavi se proizvodnjom, širenjem, obradom i učinkom informacija, kako putem masovnih medija, tako i interpersonalno , u političkom kontekstu. To uključuje , između ostalog, proučavanje medija, analizu govora političara i onih koji pokušavaju utjecati na politički proces , te formalne i neformalne razgovore među građanima. Mediji djeluju kao most između vlasti i javnosti. Politička komunikacija može se definirati

kao veza koja se tiče politike i građana i načina interakcije koji povezuju ove grupe jedna s drugom. Bilo da je odnos formiran načinima uvjeravanja, Patosa, Etosa ili Logosa.“ ([https://bahasa.wiki/bs/Political\\_communication](https://bahasa.wiki/bs/Political_communication), pribavljeno, 25. 7. 2022.)

„Proučavanje i praksa komunikacije fokusiraju se na načine i načine izražavanja političke prirode. Robert E. Denton i Gary C. Woodward, dva značajna saradnika na polju, u političkoj komunikaciji u Americi karakteriziraju ga kao načine i namjere pošiljatelja poruka da utječu na političko okruženje. To uključuje javnu raspravu (npr. Politički govori, izvještavanje u medijima i razgovor običnih građana) koja razmatra ko ima ovlaštenja sankcionirati, raspodjelu javnih resursa, ko ima ovlaštenja donositi odluke, kao i društveno značenje poput onoga što nekoga čini Amerikancem. Prema njihovim riječima, "ključni faktor koji komunikaciju čini" političkom "nije izvor poruke, već njen sadržaj i svrha"“ (Denton i Woodward, 1998: 11 prema [https://bahasa.wiki/bs/Political\\_communication](https://bahasa.wiki/bs/Political_communication), pribavljeno, 25. 7. 2022.).

Brian McNair daje sličnu definiciju kada piše da je politička komunikacija „svrhovita komunikacija o politici“ (McNair, 2003: 14). Za McNaira to znači da ovo ne pokriva samo usmene ili pisane izjave, već i vizualne prikaze kao što su odjeća, šminka, frizura ili dizajn logotipa (McNair, 2003: 14). Drugim riječima, također uključuje sve one aspekte koji razvijaju „politički identitet“ ili „*image*“.

Osvrćući se na odnos između političke komunikacije i suvremene izgradnje agende, Vian Bakir definira stratešku političku komunikaciju (SPC) kao „političku komunikaciju koja je manipulativna u namjeri, koristi se društvenim znanstvenim tehnikama i heurističkim sredstvima za razumijevanje ljudske motivacije, ljudskog ponašanja i medija okruženje kako bi se učinkovito informiralo o tome što treba komunicirati – uključujući detalje i sveukupni smjer – a što treba zadržati, s ciljem uzimanja u obzir i utjecaja na javno mnijenje te stvaranja strateških saveza i poticajnog okruženja za vladine politike – kako na u zemlji i inozemstvu“ (Bakir, 2013: 3).

Postoje mnogi akademski odjeli i škole diljem svijeta koji su specijalizirani za političku komunikaciju. Ti su programi smješteni između ostalih u programe komunikologije, novinarstva i politologije. Proučavanje političke komunikacije očito je interdisciplinarno.

Značajan dio literature o političkoj komunikaciji usredotočen je na proizvodne procese, odnosno na način na koji politički akteri generiraju poruke i šire ih putem tradicionalnih medija ili „novih“ medija, uključujući, ali ne ograničavajući se na kontekst izbora.

Prema Norrisu (2000), možemo razmotriti tri različite komunikacijske faze u vezi s kampanjama: predmodernu (od sredine devetnaestog stoljeća do kraja 1950-ih), modernu (od kraja 1980-ih) i postmodernu (od početka 1990-ih).

Dok je u modernom razdoblju političkom komunikacijom dominirala televizija, u postmodernom razdoblju pojavio se internet kao važan novi igrač, koji je pomogao transformirati masovnu medijsku kampanju u „hipermedijsku kampanju“. Obamina predsjednička kampanja 2008. godine pamtit će se kao prvi internetski izbori. Nekoliko autora posvetilo se proučavanju novih tehnologija, posebice korištenja interneta ne samo kod političara, nego i novih društvenih pokreta i samih medija, te istraživanju načina na koji je on promijenio kako političko ponašanje, tako i proizvodnju političkog sadržaja.

Prihvaćajući Habermasovu tezu da je pojava masovnih medija donijela „refeudalizaciju“ javne sfere, neki su autori rođenje interneta vidjeli kao uspon „nove javne sfere“ (Dahlgren & Sparks, 1997: 38).

S druge strane, drugi su autori branili „tezu o normalizaciji“: tezu da politika na internetu nije ništa drugo nego „uobičajena politika“, kojom dominiraju tradicionalni, *offline* igrači (Margolis i Resnick, 2000: 87).

„U eri „permanentne kampanje“ (Blumenthal) politička komunikacija nije ograničena na politički marketing u kontekstu izbora. Politička komunikacija također razmatra ulogu komunikacije u vladanju, uključujući komunikacijske aktivnosti koje utječu na djelovanje izvršnih, zakonodavnih i pravosudnih tijela, političkih stranaka, interesnih skupina, političkih akcijskih odbora i drugih sudionika u političkim procesima. Stoga golema literatura usredotočuje se na proučavanje „profesionalizacije politike“, što se može vidjeti u uspostavi klase političkih konzultanata, stručnjaka za ispitivanje javnog mnijenja te PR i medijskih menadžera“ (Lilleker & Negrine, 2002: 22).

Neki su nazvani "spin doktorima", izrazom koji ima konotaciju manipulacije javnim mnijenjem. Nekoliko autora raspravlja o posljedicama procesa profesionalizacije na strateško komuniciranje političkih stranaka, guvernera, interesnih skupina, pa čak i na samu demokraciju. Unutar medijskog ekosustava koji vidi stalnu tehnološku evoluciju, nedavni rad također je generirao sve veći broj istraživanja o promjenjivoj strukturi industrije vijesti, posebno o ekonomskoj osnovi novinske industrije i pravnoj strukturi koja regulira tisak i emitiranje.

„Politička komunikacija iznimno je složeno polje koje povezuje različite funkcije i uloge aktera u odnosu medija i politike i promatra kako na njih utječe općenitija kultura zemlje“ (Moring i Pfetsch, 2014: 44).

Pitanje o tome što tko odlučuje u interakciji medija i politike ostaje najvažniji test uspješnosti u političkoj komunikaciji. Govoreći u normativnom smislu, postoji jasno prepoznatljiv poticaj koji određuje karakter odnosa: u idealnom slučaju, političke stranke trebale bi mobilizirati građane regrutiranjem političkih kandidata i formuliranjem zajednički dogovorenih politika, dok bi politički novinari trebali osigurati platformu za kritičko i temeljito preispitivanje političkih stavova u interesu zastupljenih građana.

„Iako bi ovaj aranžman još uvijek mogao biti funkcionalan u smislu ispoljavanja različitih stupnjeva oslanjanja i ovisnosti, tj. između političara i tiska, nedavna kretanja u suvremenim europskim demokracijama signaliziraju odstupajuće i zabrinjavajuće tendencije. Jasna napetost, prepoznata globalno, povezuje sve veću upotrebu umreženih komunikacija i slabljenje političkog i građanskog angažmana“ (Grabe i Myrick, 2016: 56).

„Čini se da su konvencionalni oblici društvenog angažmana, poput glasovanja na izborima ili sudjelovanja u udruženjima, u opadanju. Također, čini se da slabi povjerenje javnosti u tradicionalne društvene institucije, što je dodatno obilježje koje pridonosi porastu raznih opreka, sukoba, i nesuglasica koji su već čvrsto ukorijenjeni u dnevnu europsku stvarnost“ (Berg, 2017: 14).

„U cjelini, stečeni dojam o izravnoj korespondenciji između evidentnih promjena i transformacija sustava i nastalih javnih nesigurnosti nije ništa novo. Kao što je primijećeno, osjećaji nesigurnosti i društvenog nezadovoljstva ili čak apatije i nejasnoće proizlaze nesigurnosti i održavaju se općom atmosferom nekontroliranih društvenih promjena“ (Balčytienė, 2015: 27).

„Značajni slojevi društva emitiraju osjećaje neizvjesnosti koji odražavaju današnju demokraciju; ekonomija; i društvene, kulturne i moralne vrijednosti“ (Bauman i Donskis, 2013: 35).

Ono što se čini novim jest činjenica da su ti trendovi (nezadovoljstva) identificirani u europskim državama koje su dosljedno označene kao čvrste europske demokracije, poput pet nordijskih zemalja sa svojim stabilnim gospodarskim strukturama i općim osjećajem egalitarizma, društvenog povjerenja, zadovoljstva i sreće.

Sve u svemu, identificirani izgledi sugeriraju da bi ono što je ranije bilo prepoznato i poznato kao naizgled „simbiotski odnos” između političara i novinara (Nygren i Niemikari, 2014: 47) trebalo preispitati uzimajući u obzir utjecaj kontekstualno prožetih nijansi u političkoj komunikaciji.

„U političkoj sferi dogodio se jasno prepoznatljiv zaokret od masovne političke pripadnosti prema poduzetničkoj i performativnoj političkoj pripadnosti. I u starijim i u mlađim europskim demokracijama postoje znakovi pomaka od sistemskih ka antisistemskim oblicima političke uključenosti“ (Berg, 2017: 17).

„U proteklom desetljeću masovne stranke u mnogim zemljama diljem Europe postupno su se transformirale u organizacije za kampanje u kojima poduzetnički lideri pokušavaju pobijediti na izborima oblikujući svoje timove lojalnih političara, komunikacijskih savjetnika, marketinških stručnjaka, sponzora, volontera, stručnjaka za politiku i spin doctora“ (Albaek i sur., 2014: 11).

„Te su tendencije posebno uočljive u mlađim europskim demokracijama, gdje su stranke postupno prerasle u političke organizacije koje se oslanjaju na financijske inpute i marketinšku komunikaciju, a ne na podršku javnosti“ (Bajomi-Lázár, 2014: 22).

Pritisnute širokom tržišnošću i medijacijom, političke stranke su sklonije oblikovati svoju medijsku prisutnost te utjecati i kontrolirati medije uspostavljanjem izravnog kontakta s vlasnicima i urednicima medija i guranjem promidžbenih vijesti ili, alternativno, pritiskom na novinare putem curenja informacija i isključivanja – zapisnički brifinzi. Novinari, s druge strane, pokušavaju prodrijeti u politički proces postavljanja dnevnog reda i rasprave te kontrolirati njezin ishod. Ukratko, u političkoj komunikaciji, čini se da su obje strane na pobjedničkoj strani, ali u različitim situacijama.

## *2.2. Izborne kampanje i politički marketing*

„Kako bi se razumjela sama bit izborne kampanje, potrebno je definirati neke osnovne pojmove kao što su komercijalni marketing, politički marketing, izborni marketing, izbornu kampanju te političku komunikaciju koja je pojašnjena u prethodnom potpoglavlju“ (Tomić, 2014: 27).

Ono što je zajedničko svim gore navedenim pojmovima je marketing, a prema Kotleru, marketing je „društveni i upravljački proces kojim putem stvaranja, ponude i razmjene

proizvoda od vrijednosti s drugima pojedinci i skupine dobivaju ono što im je potrebno ili što žele“ (Kotler, 1994: 4). Kotler, nadalje zaključuje kako je marketing „skup tehnika kojima je cilj da određeni proizvod prilagode njegovom tržištu, da s njim upoznaju potrošača, istaknu razlike u odnosu na konkurenciju te da s minimumom sredstava optimiziraju profit od prodaje“ (Bongrand, 1997: 27 prema Tomić, 2009: 42).

Politički marketing s druge se strane ne odnosi samo na komunikaciju, odnose s javnošću i vođenje kampanja. Naime, Tomić navodi (Marshement, 2009: 28 prema Tomić, 2014: 48) politički je marketing kudikamo više od toga. „Stranke se ophode kao poduzeća, koristeći se tržišnim informacijama kako bi utjecale na dizajn političkog proizvoda kojeg nude, postajući orijentirane prema tržištu (ili glasaču) radije nego fokusirane na prodaju“ (Marshement 2009: 28 prema Tomić, 2014: 49).

„Što se tiče izbornih kampanja, uloga političkog marketinga podrazumijeva da su političke stranke i kandidati svjesni svoje razmjene na političkom tržištu. Ono što treba naglasiti je da dobar politički marketing ne znači da će donijeti pobjedu „lošem kandidatu“, kao što ne znači da loš marketing nužno dovodi do poraza dobrog kandidata“ (Tomić, 2014: 33).

„Ono što je nužno za političke aktere je da razumiju način promišljanja mogućih birača, kao i činjenicu da birače privlače konkretna rješenja pojedinih problema u njihovoj okolini. Stoga, krajnji rezultat nije u rukama marketinških i PR stručnjaka, nego u rukama javnosti tj. birača“ (Tomić, 2014: 33).

Politički marketing kao takav počinje kada izborni marketing završava. On prati političku kampanju, a osnovna mu je karakteristika vremensko određenje. Prema Tomiću, izborni marketing prati „izborni proces, kampanju kandidata ili stranaka, a primjenjuje se se prilikom općinskih, gradskih, županijskih, parlamentarnih i predsjedničkih izbora“ (Tomić, 2014: 34). Ono što ulazi u posao izbornog marketinga je aktivan pristup u kampanji, a on prestaje izborom kandidata te prelazi u politički marketing (Tomić, 2014: 13).

Izborna kampanja je važna komponenta političkog marketinga, a prema Tomiću ona je „aktivnost političkih stranaka i kandidata u vrijeme (pred) izborne kampanje“ (Tomić, 2014: 14). Svrha svake kampanje je predvidjeti „kandidate i program, izgraditi stranački i osobni imidž te pridobiti birače kako bi se postigao ostvario izborni cilj“ (Tomić, 2014: 35). Prema toj definiciji izborna kampanja je „planirana i organizirana aktivnost političkih stranaka i

kandidata u predizborno vrijeme sa svrhom predstavljanja kandidata i programa te izgradnja imidža što stranačkog što osobnog, a sve u svrhu pridobivanja birača“ (Tomić, 2014: 35).

„Sama riječ „kampanja” dolazi od francuske riječi „*campagne*” što incijalno znači *vojni pohod*, a takvo vojno značenje pojma izborne kampanje implicira kako se tom pojmu pridavalo veliko značenje“ (Tomić, 2017: 480).

No, sredinom prošlog stoljeća to značenje postaje sve vidljivije, Tomić to pripisuje aktivnostima koje su obilježene sustavnom i agresivnom uporabom sredstava masovnog komuniciranja. Suvremene kampanje profilirale su se pojavom elektroničkih medija, a razlikujemo ih s obzirom na strategiju:

- imidž kampanja
- tematska (issues) kampanja
- imidž/tematska kampanja.

Također, razlikujemo kampanje i s obzirom na vrijednosno usmjerenje odnosno jesu li one pozitivne ili negativne. Pozitivne kampanje svoje birače želi pridobiti tako što naglašavaju pozitivne karakteristike svoje stranke. S druge strane tu je negativna kampanja koja je u potpunosti usmjerena na napade suprotne strane (Tomić, 2017: 480).

No, svaka izborna kampanja mora imati i svoj cilj te se nitko neće kandidirati, a da nema prethodno utvrđeni cilj (Tomić, 2014: 151). Prema Tomiću o ciljevima će ovisiti i sama organizacija, ljudstvo kao i troškovi kampanje (Tomić, 2014: 151). Osnovni cilj izborne kampanje je „maksimizirati izlazak na glasovanje vlastitih članova i simpatizera svoje stranke kao i onih neodlučnih“ (Zetter, 2008: 34, prema Tomić, 2014: 59). Također, potrebno je utvrditi stil same kampanje odnosno kako će se poruke slati i primati.

Kod odabira stila kampanje treba uzeti u obzir i razlike između ruralnih i gradskih područja (Tomić, 2014: 153). Oblik, ali i sam intenzitet kampanje te način komunikacije bit će različit u svakome od spomenutih područja (Tomić, 2014: 153).

Istodobno se koriste i takozvane političke informativne kampanje koje koriste politički akteri, vlade i druge državne institucije. Takve kampanje uključuju pitanja kao što su javno zdravlje, brendiranje, podizanje svijesti i edukacija, antikorupcijske kampanje, ekologija... (Tomić, 2017: 85).

Tomić spomenuti pojam definira kao „organizirani pokušaji da se utječe na nečije uvjerenje o stavovima prema, i/ili ponašanjima u pogledu neke stvari korištenjem masovnih



medija ili drugih komunikacijskih kanala“ (Tomić, 2014: 85). Ciljevi informativne kampanje su informirati, uvjeriti i mobilizirati javnost (Tomić, 2014: 85).

Svaka politička izborna kampanja ima svoju funkciju te je pomno planirana i organizirana. „Funkcija svake izborne kampanje je da osigura uvjete za predstavljanje i promidžbu političkih kandidata, stranaka, programa i ideja s ciljem osiguravanja potpore birača“ (Tomić, 2014: 127). No, sama organizacija izborne kampanje obuhvaća pripremu, organizaciju, realizaciju, praćenje te potencijalne korekcije kampanje. Kako i sam Tomić kaže „u demokratskim društvima bez izbornih kampanja nema ni demokratskih izbora“, a izborne su kampanje „dio izbornoga i političkog procesa koji prethode prijenosu vlasti s naroda, birača na kandidate, odnosno predstavnike u zakonodavnim tijelima“ (Tomić, 2014: 127)

Kako bi izborna kampanja bila uspješna ona iziskuje planiranje, a Newman kaže kako ona obuhvaća „ciljane aktivnosti kandidata ili političke stranke na području izborne jedinice“ (Newman, 1994: 129, prema Tomiću, 2014: 60). Tomić, s druge strane, upozorava kako se planiranjem kampanje definira postojeća funkcija kandidata i stranke, te je važno da se planiranje izborne kampanje temelji na činjenicama i validnim i konkretnim pretpostavkama (Tomić, 2014: 129). Uz planiranje i organiziranje vrlo je važno i definirati izbornu strategiju. Kreiraju ih politički konzultanti surađujući sa stranačkim vodstvom ili kandidatom, a strategija je zapravo „skup planova za prilagodbu pravila, kandidata, biračkog tijela, problema i resursa jedni drugima“ (Tomić, 2017: 403). Temelji se na snagama i slabostima kandidata u očima potencijalnih glasača (Tomić, 2017: 403).

U marketingu se spomenuti pojam odnosi na: *product*/proizvod, *promotion*/promociju, *price*/cijenu i *place*/mjesto. U političkom kontekstu ti pojmovi imaju drugačije značenje. U političkoj strategiji *proizvod* se odnosi na pitanje politike koju kandidat/stranka zagovaraju. Promocija, u ovom kontekstu *push marketing*, služi za izgradnju volonterske mreže koja će se baviti svakodnevnim aktivnostima. Cijenu ili *pull marketing* koriste mediji kao što su radio, televizija, novine, e-mail te svaki drugi oblik promocije. Njegov je cilj privući glasače tako da rade promociju izravno za njih. Posljednje P je *polling*/ispitivanje javnog mišljenja, a predstavlja analizu podataka i istraživanje koje se koristi kako bi se testirale nove ideje i vidjelo hoće li one biti uspješne (Tomić, 2017: 404 - 410).

Bez obzira na činjenicu da svi ovi pojmovi imaju i teorijske i konceptualne nijanse, svi se slažu s idejom da su političke komunikacije namjerne i ciljno vođene u izornoj kampanji, kao i u podršci kreiranju vladine politike. Štoviše, bilo da se usmjere na kontrolirane medije,

kao što su govori, oglasi, debate ili strategije društvenih medija, ili nekontrolirane medije, kao što su vijesti u tisku ili na televiziji, mediji se smatraju kamenom temeljcem svake političke komunikacijske strategije.

Politički akteri, poput korporacija ili drugih organizacija, ne mogu si priuštiti zanemarivanje medija, to jest načina na koji mediji oblikuju pitanja i aktere. To je razlog zašto su se i studije odnosa s javnošću i političke komunikacije posebno bavile konstrukcijom političke reputacije i njezinim utjecajem na percepciju i akcije dionika, nešto što se također naziva „upravljanje imidžem“. U tom se smislu odnosi s javnošću koriste u istraživanjima političke komunikacije da upućuju na svrhovite aktivnosti političkih aktera da utječu na medijsku agendu. To je također poznato, u kritičnijoj perspektivi, kao „pakiranje politike“ i „taktika spinovanja“ (Franklin, 2004: 24).

Također, u okviru discipline političkog marketinga, odnosi s javnošću često su svodeni na upravljanje odnosima s medijima. Oni su tako uz reklamu jednostavno još jedan marketinški alat koji omogućuje postizanje postavljenih političkih ciljeva. U tom kontekstu nekoliko autora vidi politički marketing kao dio „postmoderne“ ili posljednje faze profesionalizacije političkih kampanja (Norris, 2000: 27).

Međutim, ako se shvati kao komunikacijski menadžment, politički odnosi s javnošću ne mogu se ograničiti samo na strategiju odnosa s medijima. Odnosi s javnošću omogućuju razvijanje komunikacije i odnosa između političke organizacije i različitih publika kako na internoj razini, što se tiče unutarstranačke komunikacije, tako i na vanjskoj razini, kroz odnose uspostavljene s novinarima, naravno, ali i sa stranačkim članovima, simpatizerima, lobističkim skupinama, donatorima i građanima općenito. U političkoj domeni, kao i u poslovnoj domeni, unatoč važnosti odnosa s tiskom, doprinos odnosa s javnošću misiji organizacije daleko nadilazi ovu suštinski taktičku funkciju.

U širem smislu, glavna sličnost između političke komunikacije i odnosa s javnošću je u tome što se oboje referira na odnose koji se stvaraju kroz komunikaciju (Grandov, Laketa i Jakupić, 2017: 102). Razlika je u tome što istraživanje političke komunikacije posvećuje više pozornosti pitanjima i sukobima moći (ili zlouporabi moći) od istraživanja odnosa s javnošću (Strömbäck i Kioussis, 2011: 78).

Moć i borbe za moć u središtu su politike, koja je suparnička po svojoj prirodi, a uz to su i središnje u političkoj komunikaciji. U teoriji i istraživanju odnosa s javnošću postoji snažna tendencija da se pretpostavi da se svi sukobi mogu riješiti i da bi odnosi između

organizacija i javnosti trebali biti obostrano korisni. Kao akademsko područje istraživanja i profesionalizirane prakse, političko bi komuniciranje imalo koristi od uključivanja teorija odnosa s javnošću i istraživanja i obrnuto. Također, potrebno je obogaćivanje istraživanjem u povezanim područjima istraživanja poput političkog marketinga. Suprotno onome što bi se moglo zamisliti, nekoliko je mostova izgrađeno između ovih različitih škola mišljenja (Strömbäck, Mitrook i Kioussis, 2010: 78).

Zapravo, jedna od glavnih pretpostavki discipline strateškog komuniciranja je upravo ta da se komunikacijske aktivnosti svih vrsta organizacija mogu najbolje promatrati iz integrativne perspektive. Tri su glavna razloga da se pridružite ovoj pomalo ambicioznoj ideji. Prvo, u politici kao i u poslovnom kontekstu, danas je sve teže razlikovati tradicionalne komunikacijske aktivnosti.

Drugo, također je izazovno definirati koji medij ili metoda imaju najveći utjecaj na ponašanje pogođene publike. Hibridizacija medija, ekologija novih medija i konvergencija medija, da spomenemo samo neke, središnji su pojmovi u ovoj raspravi. Treće, integrativna perspektiva koja gleda dalje od disciplinarnih razlika u potrazi za zajedničkim točkama mogla bi otvoriti nove puteve sveobuhvatnijem razumijevanju komunikacijskog fenomena u politici.

### *2.3. Upravljanje odnosima s medijima*

McNair je pojam upravljanja medijima ocrtao kao „aktivnosti čija je namjena održavati pozitivan odnos između političara i medija, priznajući potrebe koje imaju jedni prema drugima, te istodobno iskorištavajući institucionalne značajke obiju skupina aktera radi ostvarivanja maksimalne koristi“ (2003: 130). Za političare to zahtjeva da medijskoj organizaciji daju što žele u pogledu vijesti ili zabave, a da istodobno vrše stanovit utjecaj na to kako se nešto medijski posreduje i predstavlja publici (McNair, 2003: 130).

U svim izbornim kampanjama postoje dva pristupa medijima: slobodni i plaćeni pristup.

Slobodni pristup medijima postoji kada kandidat ili političke stranke nastupaju u javnosti pred biračkim tijelom, kada iznose program ili određeni stav. Takvi nastupi su zanimljivi medijima i oni ih prenose (Tomić, 1996: 27-28). Plaćeni pristupi medijima obično se koriste kao sredstvo pojačane propagande i promidžbe određenih kandidata ili stranaka prema biračkom tijelu. Uglavnom se velika količina novca troši upravo na ovaj pristup,

kandidati daju veliki novac za oglase u sustavu reklamiranja, a najviše na radijske i televizijske kampanje (Tomić, 1996: 27-28).

Uloga medija u političkoj komunikaciji neizostavan je element, a pojavom masovnih medija politička komunikacija postaje lakša i brža. Kako bismo što bolje shvatili pojam masovnih medija i masovne komunikacije valja ih definirati. Masovni mediji prema McQuailu su podskup masovne komunikacije, a masovno komuniciranje opisuje kao „komunikaciju koja se odnosi na masovnu publiku, a uz pomoć nje može se ostvariti kontakt istodobno s velikim brojem ljudi“ (Tomić, 2014: 428). Pod masovnim medijima podrazumijevaju se četiri najutjecajnija masovna medija: tisak, film, radio i televizija (Tomić, 2014: 429).

Mediji ili oni koji u njima rade važni su politički akteri. Oni „poruke političkih organizacija prenose, ali ih i mijenjaju kroz različite procese kreiranja vijesti i interpretacija“ (McNair, 2003: 51). Također, mediji samostalno daju izjave o politici u obliku komentara, uvodnika i pitanja u intervjuima. Izjave kao takve mogu imati značajan utjecaj na šire političko okruženje (McNair, 2003: 51).

Pojava radija i televizije uzrokovala je svojevrsnu krizu u novinarstvu koja se riješila nakon aktivnog istraživanja mogućnosti kanala (Tomić, 2014: 430). Kako Tomić piše spomenuta kriza bila je riješena tek kada je bilo „uočeno da se radiom ne mogu prenositi vizualne poruke niti prezentirati slikarska djela, kao što se ni novinarskim vizualnim kanalom ne može posredovati glazbena poruka, na osnovi poštivanja komparativnih prednosti svakog medija kriza je bila završena“ (Tomić, 2014: 430).

Spominjući komunikacijske kanale, Denton i Woodward navode četiri komunikacijska kanala: tiskani mediji, elektronički mediji, osobni kontakt i izložbeni mediji, no danas svakako treba nadodati i internet kao peti komunikacijski kanal. Tomićeva rečenica vrlo jasno prikazuje važnost raznolikost komunikacijskih kanala: „Previše komunikacijskih kanala vodi iskrivljivanju poruke, premalo komunikacijskih kanala vodi blokiranju poruke, a ako nema dovoljno kanala, teći će i premalo informacija“ (Tomić, 2014: 432). Upravo raznolikost komunikacijskih kanala zahtjeva strateško planiranje medija u političkoj komunikaciji. Kako bi politička komunikacija bila uspješna vrlo je važno odlučiti koliko, kako i gdje će se koristiti pojedini komunikacijski kanali kako bi se postigao cilj (Tomić, 2014: 432).

S druge strane McNair smatra kako je odnos medija i političkog procesa dijalektički i uključuje akciju i reakciju. Stoga političke organizacije imaju velik interes razumjeti kako

mediji funkcioniraju, ali i kako da kroz njih najbolje ostvare svoje komunikacijske ciljeve (McNair, 2003: 51).

Svakom političkom akteru u cilju je ostvariti uspješne odnose s medijima, a danas je to mjerljivo tako da se „utvrđuje koliko su uspješni u postizanju ciljeva i koliko su učinkovita ulaganja u tom području“ (Tomić, 2017: 304). Kako bi se izmjerila uspješnost odnosa s medijima potrebno je pratiti broj i materijale koji su objavljeni u medijima (Tomić, 2017: 304). Ona se mjeri tako što se „količina medijskog vremena ili prostora, koju je dobila organizacija, pomnoži s cijenom oglasa za jedinicu vremena ili prostora u tim medijima“ (Verčič, 2004: 304, prema Tomić, 2017: 44).

Kako bi se najbolje objasnio odnos između sustava medija i sustava politike valja se dotaknuti teorije instrumentalizacije. Predstavnicima spomenute teorije kreću od premise kako su mediji postali važni za politički sustav, no taj se razvoj odvijao usporedno s gubitkom slobode medijskog sustava (Tomić, 2017: 304). Sukladno spomenutoj teoriji mediji postaju politički ovisni (Kunczik, Zipfel 2006: 58). Za primjer možemo uzeti razne političke *talk show* emisije koje interpretiraju i analiziraju političke teme, a često i kroz humor kritiziraju ponašanje političara, dok neke emisije imaju izravan politički utjecaj koji propagira određena politička stajališta.

Što se tiče političkog utjecaja na medije, Herbert Schatz također zagovara to stajalište, a svoj teoretski pristup naziva „modelom teorije usmjeravanja jer politika pokušava usmjeravati medije i njihove političke funkcije prema vlastitoj političkoj koristi“ (Kunczik, Zipfel 2006: 58).

„Povećano zanimanje političkog sustava za medije (prije svega za televiziju) i za njihovo izvještavanje, temelji se na povećanim zahtjevima i problemima političkog sustava uz istodobnu ograničenost resursa (prije svega financijskih sredstava) za njihovo ostvarenje. Umjesto da osigura lojalnost i povjerenje građana u sustav materijalnim sredstvima koja se gotovo više ne mogu priskrbiti, politika sve više koristi nematerijalne i simbolične čine, tj. strategije političkog PR-a, koji bi trebali potaknuti dojam kompetentnog rješavanja problema. Prema Schatzovu mišljenju, mediji u tom smislu političkom sustavu nude znatan potencijal usmjeravanja“ (Schatz 1982 prema Kunczik, Zipfel 2006: 58).

S druge strane Kepplinger smatra da je „sustav masovne komunikacije dijelom postao funkcionalnom pretpostavkom za ostale sustave što vrijedi za unutarnju i za vanjsku politiku. Prema njegovu mišljenju, političke institucije i akteri imaju samo ograničene mogućnosti

izravna obraćanja stanovništvu. Njihov pristup javnosti u znatnoj je mjeri postao ovisnim o masovnim medijima. Mediji imaju ključno mjesto u političkim procesima jer ne samo da komentiraju i kritiziraju političke odluke nego ih svojim izvješćima i pripremaju“ (Kepplinger 1982 prema Kunczik, Zipfel 2006: 59). „Mediji definiraju okvir u kojem se te odluke drže prihvatljivima i sposobnima za konsenzus, tj. mediji, kako on misli, imaju znatan utjecaj na legitimitet i provedbu političkih odluka“ (Kepplinger 1982 prema Kunczik, Zipfel 2006: 59). Kepplinger konstatira kako su masovni mediji prerasli u „političku moć koja više samo ne reagira nego velikim dijelom agira a i time što kao samostalna moć definira područje politički mogućeg ona indirektno i vlada“ (Kepplinger 1982 prema Kunczik, Zipfel 2006: 66). S jedne strane, mediji odlučuju kako će gledatelji interpretirati određene vijesti u političkom smislu te na taj način usmjeriti gledanost na određenu prizmu političkog gledišta.

Analiza sadržaja poruka koje proizvode različiti politički akteri, a prenose mediji, klasična je grana istraživanja političkog komuniciranja. Najveći izvori političke komunikacije su javni govori, televizijsko političko oglašavanje, tiskano oglašavanje, politički plakati, televizijske debate i internetske stranice, osobito tijekom izbornih razdoblja. Ova se grana istraživanja temelji na disciplinama retorike ili lingvistike za proučavanje tema, metafora, jezika i političkog simbolizma, a koristi se uglavnom kvalitativnim metodama.

Proučavanje političkih poruka plodnije je u izbornim razdobljima. Razlog tome svakako leži u važnosti odabira službenih zastupnika demokracije i brizi o kvaliteti poruka koje se nude građanima koji te predstavnike biraju.

Zanimanje za proučavanje predsjedničkih izbora, a ne lokalnih/regionalnih izbora proizlazi iz snažne prisutnosti sjevernoameričkih istraživača na tom području. Ističu se i neke međunarodne komparativne studije, prije svega o temama vezanim uz Europsku uniju, poput europskih izbora. Budući da se izborne poruke u medijima emitiraju u različitim formatima, komparativne studije izvještavanja o politici također su tema koja se stalno ponavlja.

Najčešći oblik komparativnog proučavanja vijesti o politici fokusiran je na medijski sektor određene zemlje i bavi se plaćenim oglašavanjem, objavljenim priopćenjima za javnost, kolumnama mišljenja u novinama ili samim televizijskim izvješćima. Proučavanje uloga koje različiti mediji imaju u izvještavanju o kandidatima i njihovim izbornim programima također je popularna vježba. Kao što je slučaj s fenomenom personalizacije politike u medijima, pitanja osobnosti i slavne osobe sada su postala dio političke scene. Analiza tona i kvantitete

poruka koje se nose u informativnim medijima, odnosno, drugim riječima, proučavanje ravnoteže stranaka u izvještavanju uvijek je bilo u središtu velike pozornosti.

Prenošenje političkih poruka putem medijskih kanala snažno je istraživačko područje i ima mnogo drugih pristupa. Jedan od primjera je proučavanje odnosa između političara i novinara, posebno u pogledu pristupa vladinim informacijama i vladine kontrole nad medijima. Također, postoje različita istraživanja o izvještavanju koje mediji posvećuju političkim institucijama koje pripadaju različitim granama vlasti: izvršnoj (predsjednici, vlade), zakonodavnoj (parlament) i sudskoj (sudovi).

Još jedna tema koja se ponavlja i koja može biti predmetom komparativne studije, često iz dijakronijske perspektive, jest izvješćivanje o političkim pitanjima i zastupljenosti društvenih manjina u medijima u posljednjim desetljećima. Proučavanje postavljanja agende proširuje se na mnoga druga pitanja, kao što je izvještavanje o političkim skandalima. Utjecaj negativnog publiciteta na rezultate izbora također je predmet popularnog istraživanja.

Proučavanje potencijalnih učinaka izloženosti različitim vrstama političkih poruka jedno je od najplodnijih područja istraživanja političke komunikacije. Mnogi se autori posvećuju razumijevanju načina na koji se na članove publike utječe u smislu percepcija, stavova i ponašanja kada su izloženi različitim vrstama posredovanih poruka, bilo da su sadržane u oglasu ili vijestima.

Neki istraživači proučavaju utjecaj na percepciju i mišljenje o političkim temama (poznavanje tema ili prepoznavanje političkog vođe), drugi na političke stavove i političke vrijednosti (podrška dana određenoj stranci ili cilju) ili na političko ponašanje (tj. glasovanje namjera). Teorije masovne komunikacije inspirirale su značajan broj studija o obradi političkih informacija. Teorija postavljanja agende pokazala se jednom od najsnažnijih teorija (McCombs i Shaw, 1972: 67).

Osnovne pretpostavke ove teorije su da nam mediji ne govore kakve bismo stavove ili mišljenja trebali imati (o čemu da mislimo), ali nam govore na koja se pitanja trebamo usredotočiti (o čemu da razmišljamo). To znači da kada vidimo da se o nekoj temi izvještava u medijima - i da se o njoj izvještava opetovano i s velikim naglaskom – s medijima dijelimo stajalište da to pitanje ima legitimitet i stoga ga stavljamo na naše vlastite mentalne planove.

Određivanje dnevnog reda je stoga stvaranje javne svijesti i zabrinutosti za istaknuta pitanja putem medija. Pretpostavka da medijska agenda prethodi javnoj agendi stajalište je blisko teoriji čuvara vrata. Ova teorija naglašava ulogu urednika u otvaranju „vrata“ samo

određenim pričama ili temama, a to su one koje se pridružuju medijskoj agendi i stoga dopiru do javnosti. Nekoliko je autora također povezal o istraživanja o postavljanju agende sa studijama medijskog uokvirivanja (engl. *framing*). Istraživanja u području kadriranja procjenjuju način na koji novinari organiziraju svijet i uvjetuju članove publike da razumiju vijesti i događaje.

Osnova teorije okvira je da mediji usmjeravaju pozornost na određene događaje i zatim ih smještaju u polje značenja. Središnja ideja iza okvira je kontekstualizacija: uokviriranje stavlja informacije u situacijski ili kulturni kontekst koji ocrta kako ljudi procjenjuju informacije, shvaćaju značenja i poduzimaju radnje. U početku primijenjeno na proučavanje vijesti u tisku i na TV-u, opseg istraživanja u polju teorije postavljanja agende proširio se na učinke komunikacije u „novim“ medijima, posebno na prilike za interakciju i političko sudjelovanje koje oni pružaju. Neki su istraživači polagali nade u internet da će povećati građanski angažman, osobito među mladim biračima. Drugi vide nove tehnologije kao samo još jedan alat za elite na vlasti da zadrže svoj položaj hegemonije.

Među mnogim drugim važnim teorijama za proučavanje učinaka medija ističu se teorija spirale šutnje (Noelle-Neumann, 1974: 78) i teorija korištenja medija i zadovoljstva (Blumler i Katz, 1974: 98). Teorija spirale šutnje sugerira da ljudi mogu biti ušutkani kada su medijske poruke o javnim pitanjima u suprotnosti s njihovim vlastitim uvjerenjima, čak i ako zapravo imaju većinsko mišljenje. Teorija korištenja medija i zadovoljstva razmatra psihološke koristi korištenja medija (tj. zabavu, nadzor i društvenu korisnost). Omogućuje analizu učinaka političke kampanje iz perspektive javnosti, a ne aktera kampanje.

#### *2.4. Političari kao akteri medijskog događaja*

Države utemeljene na principima i etici očekuju od svojih političara da poštuju načela i moral, ali i da daju primjer ostalima, a posebno ako je to mjesto predsjednika (Afify, 2018: 3). Tijekom povijesti bilježimo značajan broj političara koji su se zatekli u epicentru medijskog interesa, a njihovi skandali krasili su naslovnice novina diljem svijeta. Kontroverza i skandal dva su različita pojma koji se vrlo često miješaju. Kontroverza implicira na nepopularnost. Na primjer, mnoge su odluke kontroverzne, mnoge su nepopularne, ali to ih ne čini skandalima. Kršenje zakona je skandal (Afify, 2018: 4).

Richard Nixon i Bill Clinton samo su neka od političkih imena koja su se našla u središtu medijskih događaja te su obojica bila suočena s optužbama za opoziv.



Bill Clinton i njegov skandal poznatiji pod nazivom „Monica Lewinsky“ učinio ga je drugim predsjednikom u povijesti koji se suočio s optužbama za opoziv. Dom zastupnika tijekom prosinca 1998. godine inicirao je podizanje optužnice protiv predsjednika Clintona, što je rezultiralo suđenjem u Senatu na temelju dviju optužnica: kleveta i ometanje pravde. Spomenute optužbe nastale su iz prijave za seksualno uznemiravanje podnesene od strane Paule Jones. Clinton je tijekom suđenja s Paulom Jones zaniijekao bilo kakav seksualan odnos s gospođicom Lewinsky.

No, tu nije stao, nakon što su se mediji „dokopali“ priče, Clinton je održao konferenciju za medije. New York Times 27. 1. 1998. prenosi njegovu izjavu u članku pod naslovom „*The President under fire: the overview: Clinton Emphaticall Denies an Affair With Ex-Intern: Lawyers Say He is Distracted by Events*“. James Bennet, autor spomenutog članka napisao je kako je suženih očiju i jednim kažiprstom u zraku, predsjednik Clinton ljutito zaniijekao da je imao seksualne odnose s Monicom S. Lewinsky, bivšom pripravnicom u Bijeloj kući. Clinton je također odbacio optužbe da je nagovarao gospođu Lewinsky da laže pod prisegom o njihovoj vezi – „Nikad nikome nisam rekao da laže, niti jedan put, nikada. Ove optužbe su lažne i moram se vratiti raditi za američki narod“ (Bennet, 1998: 18). No, nakon samo sedam mjeseci od prvog obraćanja američkoj javnosti, predsjednik Clinton je 18. 8. 1998. godine ipak priznao spornu aferu te da nije bio iskren jer je želio zaštititi sebe i svoju obitelj od sramote, pisao je *The Washington Post* prije 24 godine. „Imao sam odnos s gospođicom Lewinsky koji nije bio prikladan. Namjeravam povratiti svoj obiteljski život za svoju obitelj. To se ne tiče nikoga osim nas, čak i predsjednici imaju privatne živote. Vrijeme je da se prestane s potjerom osobnog uništenja i zabadanjem u privatni život i da se nastavi s našim nacionalnim životom“ rekao je Clinton (Baker, 1998: 29).

Nakon cijelog skandala predsjednik Clinton nije samo nastavio obnašati predsjedničku dužnost, već je dobio i drugi mandat.

S druge strane Ricard Nixon 37. američki predsjednik, nakon *Watergate* skandala podnio je ostavku. Nixona se teretilo za ometanje pravde i zloupotrebe ovlasti. *Watergate* je bio jedan od najvećih političkih skandala u američkoj povijesti. Sve je započelo 1972. godine provalom Nixonove administracije u sjedište Demokratskog nacionalnog odbora u stambeno-poslovnom kompleksu *Watergate* u Washingtonu gdje su petorica provalnika bila uhićena (HINA 2021 prema Jutarnji list, 2022). Nakon što je *The Washington Post* prvi objavio priču, glasnogovornik Bijele kuće, Ron Ziegler odgovorio je da predsjednik neće imati komentar na

trećerazredni pokušaj provale. Nakon same provale počele su se otkrivati brojne aktivnosti koje su ukazale na Nixonovu zloupotrebu ovlasti.

No, postavlja se pitanje zašto je Nixon dao ostavku, a Clinton nije? Docentica fakulteta za politički menadžment na Sveučilištu George Washington, Lara Brown kaže kako je važno mjesto i vrijeme u povijesti predsjedništva. „Watergate je došao za petama Vijetnamskog rata, veliki gubitak života u kombinaciji s osjećajem da nema načina za pobjedu, ali i objavljivanje Pentagonovih dokumenata, doprinijelo je padu povjerenja u vladu kaže Lara Brown (Kennedy, 2018: 46). Također, napominje kako se tijekom Clintonovog mandata povjerenje u vladu počelo povećavati.

Profesor Rottinghus, dodaje kako su razlike u gospodarstvu također odigrale ulogu. Tijekom Clintonovog predsjedništva gospodarstvo je raslo. „Ekonomija je bila snažan čimbenik u opstanku Clintona. S obzirom da je američko gospodarstvo u procvatu, birači nisu bili voljni ukloniti aktualnog predsjednika s dužnosti. Partijsko jedinstvo bilo je još jedan čimbenik opstanka Clintona. Nixon je postupno izgubio potporu svojih republikanskih saveznika dok je Clinton zadržao relativno snažnu podršku svojih demokratskih saveznika u Kongresu, čak i konzervativnih članova“ (Kennedy, 2018: 49).

Jedna od razlika, a možda i najbitnija je ta što je Clintonov skandal bio osobni, a Nixon je zloupotrebljavao političku moć.

Bio seksualni skandal ili politički, mediji su imali svoju ulogu u spomenutim političkim aferama.

Masovni mediji više ne reagiraju samo na događaje, nego i utječu na njih, ali i indirektno vladaju (Kepplinger 1982 prema Kunczik, Zipfel 2006: 59). Prema Kepplingeru (1982) mediji imaju snažan utjecaj na kredibilitet i implementaciju političkih odluka. Pritisak novinara te zasićenost medijskog prostora doveo je i do pritiska javnosti koja je zahtijevala konkretne odgovore. Upravo zbog predanog istraživačkog rada novinara predsjednici su bili prisiljeni dati ostavku ili priznati optužbe.

### 3. ISTRAŽIVAČKO NOVINARSTVO

„Novinarstvo se razvilo, kao i mnoge druge djelatnosti, pod utjecajem globalizacije, industrijalizacije i urbanizacije. Interpretira se kao djelatnost javnog priopćenja s pomoću javnih glasila, a podrazumijeva umijeće skupljanja, izbora, oblikovanja i objavljivanja informacija“ (Hrvatska enciklopedija, 1999). Razlikujemo deskriptivno, analitičko, interpretativno i istraživačko novinarstvo.

No, što točno razlikuje istraživačko novinarstvo od „običnog“ novinarstva? Istraživačko novinarstvo je „kopanje“ ispod površine, a „obično“ novinarstvo prenošenje informacija (Miroslavljević, Vilović i Kunczik, 2009: 8).

Istraživačko novinarstvo kao takvo bilo je jedan od odgovora novinarstva na restrikcije, a prema Sanji Modrić definira se kao „razotkrivanje informacija koje se svjesno skrivaju, a od iznimnog su javnog interesa“ (Bešker, Obad i Modrić, 2004: 8). Prema Hugu (2000: 52) istraživački novinar je „osoba koja se, bez obzira na medij u kome djeluje, bavi otkrivanjem istine.“

„Bitna je karakteristika istraživačkog novinarstva angažman na ciljevima koji su korisni za zajednicu i legitimiraju zakonito i društveno poželjno ponašanje“ (Modrić, 2004: 8). Zadatak takvog novinara je da poveže prikupljene informacije o osobi ili događaju koji prati bez pomoći subjekta o kojem piše priču (Modrić, 2004: 8).

#### 3.1. Povijesni razvoj istraživačkog novinarstva

Kao središnje mjesto i godina koji se smatraju ishodištima za istraživačko novinarstvo smatra se Engleska 1720., kada su dvojica liberala, John Trenchard i Thomas Gordon pod pseudonimom *Cato* u *London Journal* objavili svoja Katonova pisama. Pisma su sadržavala detalje o radu parlamentarnog povjerenstva s ciljem da se razjasni skandal oko financiranja Kraljevske vojske (Bešker, 2004: 50).

Prije istraživačkog novinarstva prethodila su pripovijedanja poput Odiseje. No, razvitkom pisanja nastale su i razlike između priča i činjenica (De Burgh, 2000: 41). Romanopisac, Charles Dickens također je bio novinar koji je u 19. stoljeću pisao o djeci u domovima. No, prvi slučaj istraživačkog novinarstva koji je ostavio posljedice na politički *establishment* je Emile Zola i njegovo otvoreno pismo „j'accuse“ tadašnjem predsjedniku o aferi *Dreyfus* (Bešker, 2004: 51). Zola je otišao korak dalje od svojih kolega kao što su Balzac

i Dickens te je spojio poznavanje i promatranje stvari. Tako je nastao dokumentarni realizam koji je iznjedrio prve istraživačke novinare (De Burgh, 2000: 54).

Početak 19. stoljeća u Engleskoj, vlasti su još uvijek mogle kontrolirati novine porezima, prijetnjama i sudskim procesima. Sedamdesetih godina 19. stoljeća situacija se promijenila. Novine su postale relativno neovisne od političara. Razlog pojave neovisnosti, pripisuje se rastućoj moći poslovnih klasa koje su se suprotstavljale političkoj eliti da kontroliraju informacije (De Burgh, 2000: 49). Promjene u tehnologiji omogućile su štampanje većeg broja novina, a prihodi od oglašavanja ugasili su potrebu za političkim dotacijama (De Burgh, 2000: 50). Na daljnji razvoj istraživačkog novinarstva utjecala je pojava objektivnosti, a četiri glavna pristupa koja to omogućuju su – politički, ekonomski, tehnološki i institucionalni.

Američki građanski rat privukao je najveći broj novinara te se tada počeo prvi puta koristiti telegraf. Cijene telegrafa bile su vrlo visoke, a svaka se riječ trebala platiti. Što je izvještaj bio sažetiji to je bio jeftiniji. Od novinara se tražilo da njihovi tekstovi sadrže minimalno činjenica te da se argumenti mogu vrlo brzo uočiti (De Burgh, 2000: 56). Prihvatanje objektivnosti dovelo je novinarsku struku da koriste posebne tehnike odnosno da promatraju događaje i da istražuju izvore. Upravo im je ovaj pristup donosio nove čitatelje, ali i percepcija novinara se promijenila. Od nepouzdanih polemičara postali su savjetnici koji utječu na mišljenja drugih (De Burgh, 2000: 58).

Spominjući istraživačko novinarstvo u ovom periodu neizostavno je ime britanskog novinara Williama Steada i njegove priča „Djevičanski danak modernog Babilona“ o trgovini mladih djevojaka i prostituciji (Barišić, 2020: 18). Tadašnje zakonodavne vlasti nisu bile zainteresirane za priču sve do trenutka kada je priča postala javna. Članak je bio predmet oštih rasprava i komentara u brojnim drugim novinama, a uspjeh ove priče pripisuje se njegovom stilu pisanja – spajanje visokog morala sa senzacionalnim opisima (De Burgh, 2000: 61). Zahvaljujući njemu stvoreno je istraživačko novinarstvo.

Amerika i njihovo ustavno pravo koje je zajamčeno Prvim amandmanom omogućilo im je medijsku otvorenost. Njihovo (Woodward i Bernstein) istraživačko novinarstvo mijenjalo je političku klimu u državi, posebno su se istaknuli Robert Woodward i Carl Bernstein čiji su članci rezultirali ostavkom američkog predsjednika Richarda Nixona (Bešker, 2004: 51). Također, vrlo su značajni bili i novinari kao što su Seymour Hersh, Neil Sheehan, Hendrick Smith, Harold Evans.

De Burgh (2000) za novinarstvo kaže da predstavlja prvu grubu skicu povijesnih događanja što bi značilo da istraživačko novinarstvo daje početan okvir o zakonodavstvu – ukazuje na slabosti društvenih propisa i načine na kojih ih imućni zaobilaze.

Manca Košir (1995) također tvrdi: „S demokratizacijom postkomunističkih društava novinarstvo je dobilo nove zadaće. Kao u zemljama s razvijenim masovnim komunikacijama, trebali bi i u "državama u tranziciji" masovni mediji obavljati svoju temeljnu ulogu: nadzor i kontrolu. Novinarima je namijenjena uloga "pasa čuvara" koji budno prate ponašanje državnih organa, političkih, gospodarskih i financijskih centara moći, kao i utjecajnih pojedinaca. U ime građanskih i ljudskih prava, u ime javnosti i za javnost moraju nadzirati da li je djelovanje moćnika u skladu sa zakonima i društvenim moralom“ (Košir, 1995: 53).

U nešto modernijoj fazi istraživačkog novinarstva dva su imena svojevrzni sinonimi za istraživačko novinarstvo – Robert Woodward i Carl Bernstein. Novinari *The Washington Posta* koji su zaslužni za otkrivanje afere *Watergate* koja je rezultirala ostavkom predsjednika Nixona. Vjerojatno ni jedna druga novinarska grana nije toliko prepoznatljiva po priči kao što je istraživačko novinarstvo povezano s *Watergateom*. Upravo ova afera pokazala se prekretnicom u istraživačkom novinarstvu. Woodward i Bernstein koristili su se raznim tehnikama prilikom istraživanja kako bi došli do informacija o provali u središte Demokratskog nacionalnog odbora.

Zahvaljujući njihovom radu afera je dobila pozornost široke javnost i prerasla je u skandal. Zanimanje javnosti za njihov rad, ali i za istraživačko novinarstvo dodatno je potaknuto uključivanjem insajderskog anonimnog izvora pod imenom „Duboko grlo“. No, iako je *Watergate* najpoznatija tema istraživačkog novinarstva, ono je postojalo i mnogo prije. Spomenuta afera nije bila jedino dostignuće istraživačkog novinarstva prošlog stoljeća. Janisch razlikuje dva razdoblja istraživačkog novinarstva. Prvi je bio oko 1900. godine kada su u Americi objavljeni istraživački članci koji su se bavili društvenom nepravdom i radnim uvjetima, a predsjednik Roosevelt je skovao pojam „*muckraker*“ za označavanje istraživačkih novinara (Janisch 1997 prema Klapproth 2015: 67).

Vijetnamski rat započeo je drugu eru istraživačkog novinarstva, na čijem je vrhuncu afera *Watergate* zadobila neviđenu pozornost javnosti. U to vrijeme „istraživačko novinarstvo“ kao koncept postaje moderna te se ta praksa etablira kao vitalni dio modernog novinarstva (Pilger 2005 prema Klapproth 2015: 68).

### *3.2. Specifičnosti istraživačkog novinarstva*

Kao što je spomenuto u prethodnom poglavlju postoje četiri vrste novinarstva, a vrlo često se pojam istraživačkog novinarstva miješa s pojmom opisnog novinarstva. Opisno novinarstvo objavljuje sve ono što je korisno i sve što je zanimljivo ili kako kaže Boyd (1994) sve što sadrži bliskost, relevantnost, neposrednost, dramatičnost...

Istraživačko novinarstvo također mora zadovoljiti spomenute kriterije, no ono također mora imati stanoviti moralni kriterij – „vrijedno je istraživanje ono što je i vrijedno i zanimljivo, ali što istodobno u korisniku budi jasno opredjeljivanje za ili protiv“ (Bešker, 2004: 33). Stoga, ono što istraživačko novinarstvo razlikuje od ostalih vrsta je faktor društvene važnosti, „istraživačko izvještavanje ne odnosi se na izolirane incidente, nego na sustavne probleme“ (Fleeson, 2000: 6).

Ono što istraživačko novinarstvo prema De Burghu (2000: 17) „mora činiti:

- identificirati sramnu ili čak ilegalnu praksu kao moralno nesnosnu
- otkriti zloupotrebu vlasti odnosno moći
- propitati činjenice na kojima se temelje tvrdnje
- provjeriti je li pravosuđe bilo pristrano i/ili korumpirano
- provjeriti je li zakon bio zaobiđen i duh zakona izdan
- razotkriti jaz između izjave i prakse otkriti skrito“ De Burgh (2000: 17).

Opisno novinarstvo karakterizira oštro opažanje, primjereno objašnjenje, energičnost, hipoteze i otvorena pitanja. Ono također proizlazi iz „potrebe da se bolje razumiju događaji i fenomeni, da se jasnije i obuhvatnije odgovori na pitanje zašto i kako“ (Bešker, 2004: 35).

Istraživačko novinarstvo isto tako odgovara na spomenuta pitanja, no ono ne smije ići dalje od činjenica te ih se strogo mora držati (Bešker, 2004: 35). Specifičnost kod ove vrste novinarstva je ta što u sebi sadrži bitne elemente ostalih novinarskih žanrova, ali upotreba elemenata je drugačija i podređena je njegovoj svrsi (Bešker, 2004: 35).

S druge strane jedan od najžešćih kritičara istraživačkog novinarstva Bernard Ingham vjeruje da istraživačko novinarstvo „nije struka, već duhovno ustrojstvo arogantnih, privilegiranih i podrugljivih novinara, koji izvještavaju o tekućim događajima i svoje želje za

visokim rejtingom i plaćama iskazuju gnjusnim tvrdnjama o svojoj odgovornosti prema društvu, naciji, gledateljima, istini“, onim za kojima on ne vidi nikakvo opravdanje (Ingham 1991 prema De Burgh 2007: 355).

Charles Moore, urednik *Daily Telegrapha*, smatra istraživačko novinarstvo odvlačenjem pozornosti od stvarnih zadataka novinarstva, a to su izvještavanja i analize – „ima viših težnji od razotkrivanja korupcije. One se sastoje u informiranju ljudi, u objašnjenju vijesti na način koji oni smatraju zanimljivim, časnim i važnim“ (1998: 46).

De Burgh (2007) pak smatra da je istraživačko izvještavanje potrebno i drugačije zbog toga što ne mora slijediti način na koji će prikazati informacije te na koji način će ih obrađivati. Ono ima temu koju novinar mora javnosti predstaviti kao vrijednu interesa (De Burgh, 2007: 18).

Novinarsko istraživanje svakako je kompleksan oblik novinarstva, zbog toga što ono mora sadržavati elemente reportaže, komentara, izjava i intervjua, a vrlo često i ostalih vrsta novinarstva (Bešker, 2004: 26). „Ta je raznovrsnost zadana činjenicom da se novinarsko istraživanje ne bavi samo činjenicama ili događajima već nastoji zaći u vijest i preko nje istražiti razloge, uzroke, prethodna i slična zbivanja te moguće posljedice, ispitujući neku aktualnu društvenu temu“ (Bešker 2004: 26). Istraživačko novinarstvo za razliku od druge vrste novinarstva ne mora slijediti isti plan, a kako bi neka tema bila vrijedna medijskog prostora, prema Boydu ona mora biti značajna, aktualna i dramatična (De Burgh, 2000: 22). No, kako odabrati priču? Jedan od načina je promatrati medije, a drugi je način da novinar obrati pažnju na eventualne promjene u njegovom okruženju, ali i slušanje žaljenja drugih.

No, koja je glavna razlika između istraživačkog novinarstva i bilo koje druge vrste novinarstva? Na primjer, informativni programi dobivene informacije obrađuju u vrlo kratkom roku, a svoje informacije uglavnom dobivaju od svojih stalnih izvora – vlada, kompanija, policija. Istraživačko novinarstvo samostalno mora doći do informacija i odlučiti hoće li koristiti dobivene informacije te njihov rad ovisi o sakupljenim materijalima.

Novinar koji izvještava odlučuje se za jedan događaj i njegovo izvještavanje je uobičajeno i razumljivo. Njihovo je umijeće u sposobnosti da stvore novi sadržaj koji odgovara ciljanoj publici te da stvore objektivnu sliku o svijetu. Rad istraživačkih novinara ipak je malo drugačiji. Njihov zadatak je da se bave otkrivanjem istine te da utvrde postoji li i odstupanje od istine te koliko je to odstupanje (De Burgh, 2000: 17). Bilo konvencionalno

novinarstvo ili istraživačko, zasnivaju se na pitanjima – tko, što, gdje i kako, no „zašto” u istraživačkom novinarstvu postaje „kako” (Hunter 2007: 10).

Za novinarstvo se često kaže da predstavlja prvu grubu skicu povijesnih događanja što bi značilo da istraživačko novinarstvo daje početnu okvirnu sliku o zakonodavstvu time što ukazuje na slabosti društvenih propisa i na načine koje ih bogati, moćni i korumpirani mogu zaobilaziti (De Burgh, 2007: 7), stoga je zadatak istraživačkog novinarstva da pomno istraži takve radnje te da sve činjenice predstavi javnosti. „Takvim načinom, istraživačko novinarstvo pridonosi slobodi izražavanja i razvoju medija“ (Bešker, 2004: 8).

„Istraživačko novinarstvo oblik je novinarstva u kojem novinari dubinski istražuju jednu temu od interesa, kao što su teški zločini, politička korupcija ili korporativna zlodjela, a istraživački novinar može provesti mjesec ili godine istražujući i pripremajući izvješće“ (Tomić, 2014: 421). Stručnjaci ponekad koriste izraze „izvješćivanje psa čuvara“ ili „izvješćivanje o odgovornosti“ (Kunczik, Zipfel 2006: 43).

Definicija istraživačkog novinarstva je višestruka (Houston, 2010: 28). Također, poznato je kao razotkrivajuće novinarstvo, kontradiktorno novinarstvo, dubinsko novinarstvo, lažno novinarstvo, zagovaračko novinarstvo, javno servisno novinarstvo, čuvarsko novinarstvo i novinarstvo bijesa. Ovi nazivi imaju različite definicije, koje odražavaju brojne koncepcije. Među laicima pojam istraživačko novinarstvo priziva sliku kriminalističkog izvještavanja. Za neke je svaka vijest istraživačka jer zahtijeva istraživanje prije nego što novinar može napisati vijest. Međutim, dnevne vijesti i istraživačke vijesti razlikuju se, posebice u pogledu njihove dubine, tema koje pokrivaju, fokusa, pa čak i tehnika prikupljanja informacija.

*Investigative Reporters and Editors* (IRE), najveće svjetsko neprofitno udruženje istraživačkog novinarstva, definiralo je istraživačko novinarstvo kao „sustavno, dubinsko i originalno istraživanje i izvještavanje, koje često uključuje otkrivanje tajni, veliku upotrebu javnih zapisa i računala potpomognuto izvještavanje, s fokusom na društvenu pravdu i odgovornost“ (Global Investigative Journalism, 2018).

Ova definicija jasno klasificira standarde za istraživačka izvješća u smislu specifičnih kriterija, procesa izvještavanja i fokusa koji razlikuje ovo novinarstvo od ostalih. Znanstvenici poput Andersona i Benjaminsona (1976), Greena (1981), Ullmana i Honeymana (1983), Gainesa (1998), Feldsteina (2006) i Houstona (2010) pristali su na ovu definiciju (prema Tomić, 2014). Većina znanstvenika koji podržavaju ovu koncepciju naglašavaju važnost



inicijative izvjestitelja u pronalaženju problema i samostalnom provođenju istrage, a ne izvještavanja o istragama koje provode vlasti.

Međutim, postoje znanstvenici poput Waisborda (2000.) koji tvrde da je američki model istraživačkog novinarstva izuzetno utjecajan, ali nije jedina moguća paradigma. Ustvrdio je da značenje istraživačkog novinarstva varira ovisno o različitim medijskim tradicijama i uvjetima novinarske prakse u zemlji.

IRE definicija koja je uvelike zakopana s američkim vrijednostima i kulturama ne odgovara Južnoj Americi jer ima drugačije političko, društveno i medijsko okruženje. Na primjer, objasnio je da zahtjev „to bi trebao biti izvorni rad izvjestitelja, a ne proizašao iz informacija koje je dao netko drugi“ (Global Investigative Journalism, 2018) u američkoj definiciji ne odgovara medijskom i novinarskom okruženju u Južnoj Americi. Nepostojanje Zakona o slobodi informacija (FOI – *Freedom of information*) sprječava novinare da dobiju informacije bez pomoći izvora. Budući da nemaju luksuz pregledavati vladine zapise koji bi pomogli njihovoj istrazi, curenje informacija ključno je za južnoameričke novinare. Ova situacija također je primjenjiva na druge zemlje, posebno demokracije u razvoju poput Malezije, Singapura i Tajlanda koje nemaju Zakon o slobodi informacija. U tim zemljama nije važno kako novinari dolaze do informacija, već koliko su društveno relevantni rezultati njihovih ekspertiza.

Protest, Cook, Doppelt, Ettema, Gordon, Leff i Miller (1991) rekli su da je to čvršći način za razlikovanje istraživačkog novinarstva od drugih vrsta novinarstva. Znanstvenici poput Etteme i Glassera (1988) odlučili su da je istraživačko novinarstvo zapravo novinarstvo bijesa jer su rezultati istraživačkog novinarstva često doveli do poboljšanja javnosti i usko su povezani s izgradnjom agende. Budući da je zanat rođen u Sjedinjenim Američkim Državama, bio je uglavnom američki fenomen, prakticirao se i istraživao uglavnom u toj zemlji.

Armao (2000: 36), koji je opisao istraživačko novinarstvo kao literaturu razotkrivanja, rekao je da je ono „iznjedrila kultura rođena u neslaganju i njegovana zakonima koji štite kritičare vlade i osiguravaju pristup javnim postupcima i dokumentima. Novinari diljem svijeta oponašaju tehnike i vrijednosti vijesti koje su naučili u ovoj zemlji.“

Međutim, znanstvenici i praktičari diljem svijeta imaju različite percepcije o istraživačkom novinarstvu, pod utjecajem različitih poticaja poput njihovih vrijednosti, čimbenika i iskustva u bavljenju istraživačkim novinarstvom u njihovom medijskom okruženju.

Prema Hallinu i Manciniju (2004), ti se poticaji ne mogu odvojiti od novinarske prakse budući da utječu na svaki korak od prikupljanja informacija do pisanja, stoga novinari oponašaju američko shvaćanje, ali mijenjaju praksu kako bi odgovarala njihovom medijskom okruženju.

„UNESCO definira istraživačko novinarstvo kao razotkrivanje stvari koje netko na poziciji moći namjerno skriva, bilo da je riječ o slučajnosti, iza kaotične mase činjenica i okolnosti – te analizu i izlaganje javnosti svih relevantnih činjenica“ (Barišić, 2020: 23).

Istraživačko novinarstvo oblik je novinarstva u kojem novinari dublje istražuju jednu priču koja može otkriti korupciju, revidirati vladine politike ili korporativne kuće, ili skrenuti pozornost na društvene, ekonomske, političke ili kulturne trendove.

Za razliku od konvencionalnog izvještavanja, gdje se izvjestitelji oslanjaju na materijale koje dostavljaju vlada, nevladine organizacije i druge agencije, istraživačko novinarstvo ovisi o materijalu prikupljenom na vlastitu inicijativu izvjestitelja. Praksa ima cilj razotkriti javne stvari koje se inače skrivaju, bilo namjerno ili slučajno. Istraživačko novinarstvo zahtijeva od novinara da se duboko udubi u problem ili temu od javnog interesa. Javni interes odnosi se na kvalitetu prema kojoj će zajednica biti u nepovoljnijem položaju zbog nepoznavanja ovih informacija ili će imati koristi (bilo materijalno ili putem informiranog donošenja odluka) od poznavanja tih informacija. Ponekad informacije koje koriste jednoj zajednici mogu naškoditi drugoj.

Na primjer, stanovnici šuma mogu zahtijevati bolje cijene ako znaju tržišnu vrijednost drveća koje tvrtke za sječu žele prodati. Naravno, industrija sječe ne želi da se ove informacije otkriju jer će cijene stabala rasti. Priča ne mora utjecati na cijelu zemlju i doista, 'javni interes' često se razlikuje od nacionalnog interesa.

Potonji izraz ponekad koriste vlade kako bi opravdale nezakonite, opasne ili neetične radnje ili kako bi obeshrabrile novinare da izvještavaju o značajnom problemu. Istraživačko novinarstvo nije instant rješenje. Razvija se kroz priznate faze planiranja, istraživanja i izvješćivanja te se mora pridržavati prihvaćenih standarda točnosti i dokaza. Osnova istraživačke priče je proaktivan rad novinara i, gdje to mogućnosti dozvoljavaju, njegovog tima. Nakon što dobiju savjet o priči, novinari razvijaju hipoteze, planiraju dodatna istraživanja, odlučuju o relevantnim pitanjima i odlaze ih istražiti. Moraju prikupljati dokaze svjedočeći i sami analizirajući odgovore, tako da idu znatno dalje od puke provjere dojava.

Konačna priča trebala bi otkriti nove informacije ili sastaviti prethodno dostupne informacije na nov način kako bi se otkrio njihov značaj. Jedan izvor može pružiti fascinantna otkrića, pristup uvidima i informacijama koje bi inače bile skrivene, ali sve dok se priča iz tog izvora ne uspoređi s drugim izvorima – iskustvenim, dokumentarnim i ljudskim – i dok se ne istraži njezino značenje, to se ne može klasificirati kao istraživanje.

### *3.3. Etički aspekti obrade teme*

Kao što je navedeno u prethodnim poglavljima, istraživačko novinarstvo bavi se otkrivanjem informacija koje su od javnog interesa, a svjesno se skrivaju (Sušić, 2016: 14). Istraživačko novinarstvo temelji se na činjenicama, a potraga za istima može potrajati i nekoliko mjeseci. Istraživačko novinarstvo kao takvo ima veliku odgovornost. Na primjer, interpretativno novinarstvo prenosi stav svojeg autora, dok s druge strane istraživački novinar svoje pisanje temelji striktno na činjenicama (Bešker, 2004: 47).

Njihov je posao da dubinski obrade temu te da tragaju za nedostupnim informacijama što vrlo često traje nekoliko mjeseci prije nego što se priča može objaviti javnosti. Sami moraju doći do problema teme o kojoj pišu i do dokaza koji će potkrijepiti njihovu hipotezu (Adamić, 2020: 14). Istraživačko novinarstvo posjeduje posebnu vrstu odgovornosti odnosno kako navodi Bešker „novinar postaje odgovoran za učinak svog rada na orijentaciju ljudi, na njihovu svijest, pa i na njihovu akciju“ (2004: 35).

Novinari istraživači, prema Adamić se često pronalaze u beznadnim situacijama, a ponekada se oslanjaju i na metode koje su moralno upitne (Adamić, 2020: 16). Upotreba takozvanih „moralno upitnih“ metoda opravdava se kao dobrobit za javnost odnosno viši cilj. No, vrlo često dolazi do nerazlikovanja interesa javnosti i prolaznog senzacionalizma (Adamić, 2020: 17).

S druge stran, De Burgh se ne slaže s navedenim. Njegovo mišljenje je da se novinari pozivaju na moralne norme, a kršenje istih zasigurno bi šokiralo javnosti. U tom kontekstu oni su takozvani „čuvari granica“, a De Burgh nastavlja „novinari su između poštovanja i kršenja normi, što znači da je predstava o novinaru istraživaču, kao o nekome tko neustrašivo istupa izvan postojećeg ustrojstva i optužuje društvo, romantična“ (De Burgh, 2000: 26).

Bešker pak kaže da svaki novinar ima dvojbe, čak i onaj najiskusniji. „Bilo da se radi o etičkim ili zakonskim dvojbama one su uvijek prisutne, no svakako je poželjno da je zakon etičan, a ne samo moralan“ (Bešker, 2004: 48).

Ključan aspekt novinarske etike je odgovornost, što prema sebi, kolegama ili javnosti, ali odgovornost mora biti sveprisutna. Prema etičkom kodeksu Društva profesionalnih američkih novinara, zadatak novinara je da „pridonesu cilju traženja istine i osiguravanjem poštenog i sveobuhvatnog izvještavanja o događajima i različitim pitanjima“ (Etički kodeks, Društvo profesionalnih američkih novinara, 2016). Kodeks također „propisuje:

- provjeriti točnost informacija iz svih izvora i uložiti napor da izbjegnenu nenamjernu pogrešku
- namjerno iskrivljavanje apsolutno je nedopušteno
- osobama koje se pojavljuju kao činitelji vijesti pružiti mogućnost da odgovore na optužbe o svom djelovanju
- identificirati izvore kad god je to moguće
- javnost u najvećoj mogućoj mjeri ima pravo na informaciju o pouzdanosti izvora informacija“ (Etički kodeks, Društvo profesionalnih američkih novinara, 2016).

Između ostaloga etičan novinar trebao bi se kloniti plagijata, čuvati identitet izvora te bez obzira na zapreke trebao bi istraživati podatke koje su u javnom interesu (Bešker, 2004: 48).

### *3.3.1. Odgovornost novinara i urednika*

Prema Zakonu o medijima, „novinar se definira kao fizička osoba koja se bavi prikupljanjem, obradom, oblikovanjem ili razvrstavanjem informacija za objavu putem medija“ (Zakon o medijima, 2004), a glavni urednik je „novinar ovlašten za uređivanje medija kojeg imenuje nakladnik“ (Zakon o medijima, 2004). Jedna od najveće ali i najpoznatije medijske kuće – BBC svojim novinarima napominje da vode brigu o samom sadržaju vijesti te da ne popuste pred pritiskom tabloidizacije (Malović, 2005: 3).

Pitanje koje se vrlo često povlači je gdje je granica između slobode izražavanja i slobode medija. Prema američkom učenju, sloboda tiska je neograničena, nema ispravka kao

ni odgovora na informaciju. Europa je ipak nešto drugačija u shvaćanju spomenutih pojmova. Sloboda medija može biti ograničena, postoji pravo na odgovor i ispravak (Radolović, 2006: 8). Najbolji način kako da se utvrdi ta sporna granica je opravdani interes javnosti. Što znači da u „svakom konkretnom slučaju u kojem postoji opravdani interes javnosti da bude upoznata s osobnim ili obiteljskim životom pojedinca, sloboda izražavanja smatra se važnijom od prava na zaštitu privatnosti“ (Jakovljević, 2017: 25).

„Prema UNESCO-ovoj deklaraciji Međunarodna načela profesionalne etike u novinarstvu kaže da se u novinarstvu informacija shvaća kao društveno dobro, a ne kao roba, što znači da novinar dijeli odgovornost za informaciju koju prenosi i da je stoga odgovoran ne samo onima koji kontroliraju medije, nego, u konačnici, najširoj javnosti, uključujući i različite društvene interese“ (prema Malović, 2005: 4). „Društvena odgovornost novinara iziskuje da on u svim prilikama postupi u skladu s osobnom savješću“ (Jakovljević, 2017: 25).

No, realnost je ipak nešto drugačija. Radolović (2006) tvrdi kako su mediji trgovačka društva koja rade za profit, a ostvaruju je prodajom informacija kao robe. No, prema autorovom mišljenju to ne mora nužno biti loše, a kao „pozitivne faktore navodi:

- privatna inicijativa jamči veću poduzetnost, produktivnost i efikasnost u radu
- mediji kao trgovačka društva privatnog prava ne opterećuju državni proračun (jer je sva dobit njihova, ali su njihovi i svi rizici lošeg poslovanja, pa i rizik stečaja)
- međusobna konkurencija (mnoštvo i pluralizam medija) treba jamčiti veću profesionalnu kvalitetu medija
- privatna inicijativa (privatno vlasništvo nad medijima) također jamči (ili treba jamčiti) slobodu medija“ (Radolović, 2006: 11).

Prema Kodeksu časti novinara, oni u svom „djelovanju poštuju, štite i promiču temeljna ljudska prava i slobode, a osobito načelo jednakosti svih građana, također su obavezni iznositi točnu, potpunu i provjerenu informaciju“ (Etički kodeks, Društvo profesionalnih američkih novinara, 2016).

Zakon o medijima u čl. 27. kaže da „novinar ima pravo izražavati vlastito stajalište o događajima, pojavama, osobama, predmetima i djelatnostima, a Kodeks časti navodi kako urednik ne smije od novinara zatražiti da radi protiv profesionalnih načela“ (Zakon o medijima, 2004).

Također, novinar ima pravo odbiti napisati priču. U slučaju namjernog ili slučajnog objavljivanja netočnih informacija te ako je pravna ili fizička osoba smatrala te informacije uvredljivim ima pravo tražiti od glavnog urednika ispravak informacija.

No, kako i sam Zakon o medijima propisuje „svrha ispravka je ispravljanje netočne ili nepotpune informacije“ (Zakon o medijima, 2004, čl. 40,) stoga „ispravak se odnosi samo na netočne navode, a sam ispravak se mora objaviti na način da je iz naslova vidljivo o čemu se radi“ (Zakon o medijima, 2004).

Mediji danas imaju vrlo značajnu ulogu, oni nisu samo prenositelji informacija, već je njihova uloga postala ozbiljnija (Malović, 2005: 3).

Oni su također „dužni poštovati privatnost, dostojanstvo i čast građana, a posebno djece i mladeži“ (Zakon o medijima, 2004, čl. 16. st. 1. prema Jakovljević, 2017: 26). Nedopustivo je da novinar bio on istraživač ili reporter prenosi neistinu (Zakon o medijima, 2004). Njegova odgovornost je da provjeri vjerodostojnost dobivenih informacija. „Vjerodostojnost je jedino zbiljsko oružje kojim novinar raspolaže“ (Bešker, 2004: 43).

#### **4. AFERA WATERGATE – DOGAĐAJ KOJI JE POTRESAO AMERIČKI POLITIČKI *ESTABLISHMENT***

Pojam *Watergate* često se povezuje s ilegalnim aktivnostima koje su poduzimali članovi Nixonove administracije. Ilegalne aktivnosti koje se vežu uz Nixona su prisluškivanje političkih protivnika i ljudi koje je predsjednik smatrao sumnjivima. Nixon i njegovi bliski suradnici koristili su FBI (Savezni istražni ured), CIA-u (Središnje obavještajne agencija) te IRS (Službu unutarnjih prihoda) u svrhu istraga aktivističkih grupa i političkih aktera (Afify, 2018: 31). Skandal je počeo u jutarnjim satima 17. lipnja 1972. godine provalom u ured Demokratskog nacionalnog odbora, koji se nalazio u kompleksu zgrada *Watergate* u Washingtonu, D.C.

Smatra se da je to bila druga provala u kojoj su petorica provalnika htjela promijeniti mikrofone za prisluškivanje. Spomenuta provala povezana je reizborom predsjednika Nixona u kojoj je tražio povjerenje birača za drugi mandat. Provalnici su bili uhvaćeni u prisluškivanju telefona i krađi dokumenata.

Nixon je u kolovozu 1972. godine održao govor u kojem se zaklinjao kako ni on ni njegovo osoblje u Bijeloj kući nisu umiješani u provalu. Većina birača mu je vjerovala, a Nixon je u studenom 1972. godine ponovno dobio predsjedničke izbore. No, uz sve napore koje je predsjednik ulagao da prikrije zločin nije mogao kontrolirati znatiželju medija. Novinari *The Washington Posta*, Bob Woodward i Carl Bernstein otkrili su Nixonovu ulogu u aferi *Watergate*, te je medijski pritisak postao neizdrživ.

Vrhovni sud tražio je od Nixona da preda snimke ilegalno snimljenih razgovora, no on je odugovlačio s predajom istih. U srpnju 1974. godine, Predsjednički dom glasao je za opoziv Nixona zbog ometanja pravde, zlouporabe ovlasti i prikrivanja zločina. Richard Nixon podnio je ostavku 9. kolovoza 1974. godine. Predsjedničku funkciju preuzeo je Gerald Ford koji je nekoliko mjeseci kasnije pomilovao Nixona za sve zločine koje je počinio tijekom svojeg mandata. (Zeifman, 1995: 7). Afera *Watergate* rezultirala je podizanjem optužnica protiv 69 osoba.

Ovo poglavlje baviti će se Nixonovom manipulacijom izbornim procesom, kao i manipulacijom tajnim službama.

#### 4.1. Manipulacija izbornim procesima

Kao što je napisano u prethodnom poglavlju Nixon i njegovi čelni ljudi zlouporabili su državne službe – FBI, CIA i IRS te ih koristili kao političko oružje. Glavni državni odvjetnik John Mitchell i savjetnik predsjednika John Dean smatrali su kako im trebaju politički obavještajni podaci za Odbor ponovnog izbora predsjednika. Mitchell je 1971. godine odstupio s mjesta državnog odvjetnika te preuzeo mjesto ravnatelja povjerenstva. Nedugo nakon toga, odobren je plan provale u sjedište Nacionalnog demokratskog odbora kako bi se osigurali dokumenti o strategiji kampanje (Afify, 2018: 27). Na dan provale, 17. svibnja 1972. uhićeno je petero muškaraca. Provalnici su uhvaćeni kao stavljaču nadzorne kamere. Jeb Magruder, potpredsjednik Odbora za ponovni izbor predsjednika, uništio je sve dokumente i dao lažne iskaze. Bijela kuća također je blokirala daljnju istragu FBI-ja pod krinkom kako je to bila operacija nacionalne sigurnosti koju je poduzela CIA.

Magruder je kasnije svjedočio kako je državni odvjetnik Mitchell odobrio plan koji je razvio Gordon Liddy, no Mitchell je porekao optužbu. Gordon Liddy bio je financijski savjetnik Odbora za ponovni izbor predsjednika te je svoj plan provale predstavio Mitchellu, Magruderu i John Deanu, tadašnjem savjetniku predsjednika (Afify, 2018). Sam plan uključivao je mnoge nezakonite radnje protiv demokratske stranke. Prema Deanu, to je značilo „početnu scenu najgoreg političkog skandala dvadesetog stoljeća i početak kraja Nixonovog predsjedništva“ (Afify, 2018: 33).

Afify (2018) nadalje piše kako je Mitchell plan smatrao nerealnim, a pretpostavlja se da je dva mjeseca kasnije odobrio manje ambiciozan plan provale u sjedište Demokratskog nacionalnog odbora (Afify, 2018: 35). Cilj provale bilo je fotografiranje dokumenta kampanje i instaliranje uređaja za prisluškivanje u telefone. Liddy je bio taj koji je bio voditelj operacije, no on tvrdi kako je bio prevaren od Deana i bivših službenika CIA-e Howarda Hunta i Jamesa McCorda koji je obavljao funkciju koordinatora sigurnosti. John Mitchell podnio je ostavku na mjestu državnog odvjetnika te ju zamijenio s funkcijom predsjednika Odbora za ponovni izbor predsjednika.

McCord je u svibnju bivšem agentu FBI-ja Alfredu C. Baldwinu izdao naredbu da prati telefonske razgovore, a sve u svrhu ponovnog izbora predsjednika Nixona. McCord je 11. svibnja 1972. godine rezervirao hotelsku sobu koja se nalazila preko puta *Watergate* kompleksa, a pripreme za provalu počele su 28. svibnja 1972. (Afify, 2018: 34). Popravljeni uređaji za prisluškivanje zbio se 17. lipnja kada su i uhvaćena petorica



provalnika koje je regrutirao Howard Hunt, a kasnije zajedno s Liddyjem osuđeni su za zavjeru, provalu i kršenje saveznih zakona (Afify, 2018: 36).

Nadalje, 29. rujna 1972. godine mediji su izvijestili kako je John Mitchell dok je bio glavni državni odvjetnik kontrolirao tajnu republikansku zabavu koja se koristila za prikupljanje podataka protiv demokrata, no on je demantirao sve optužbe (Afify, 2018: 36). No, 1. kolovoza otkriveno je kako je ček od 25.000 dolara položen na račun jednog od provalnika. Sporni ček bio je donacija Kennetha Dahlberga, a njegova izjava novinarima *The Washington Posta* bila je: „U procesu prikupljanja sredstva skupio sam nešto gotovine... pa se sjećam da sam položio gotovinu dok sam bio na Floridi i dobio sam blagajnički listić na svoje ime. Nisam htio nositi svu tu gotovinu u Washington“ (Bernstein, Woodward, 1972: 7).

FBI je 10. listopada 1972. izvijestio je kako je *Watergate* bio dio masovne kampanje političkog špijuniranja i sabotaze u ime Nixonovog odbora za reizbor (Afify, 2018: 36). Također, otkrili su kako „obavještajni rad“ Nixonovog odbora uključuje praćenje članova obitelji demokratskih kandidata, prikupljanje dosjea o njihovim osobnim životima, proizvodnji lažnih medijskih natpisa (Bernstein, Woodward, 1972: 7). Istog dana *Washington Post* objavljuje članak „FBI otkrio da su Nixonovi pomoćnici sabotirali demokrate.“ Autori članka, Carl Bernstein i Bob Woodward izvijestili su o utvrđivanju incidenta prisluškivanja od službe FBI-ja. Spomenuti novinari također su napisali kako je sam *Watergate* proizašao iz kampanje političkog špijuniranja i sabotaze koju je vođena iz Bijele kuće i Odbora za reizbor predsjednika. Aktivnosti su prema informacijama FBI-ja i Ministarstva pravosuđa bile usmjerene na sve glavne demokratske predsjedničke kandidate i predstavljale su osnovnu strategiju pokušaja reizbora Nixona.

Bernstein i Woodward također su napisali kako su federalni agenti utvrdili kako su stotine tisuća dolara u Nixonovoj kampanji izdvojene za plaćanje tajne kampanje s ciljem diskreditiranja pojedinačnih demokratskih predsjedničkih kandidata i ometanja njihovih kampanja. Unatoč izjavi FBI-ja i mnogim novinarskim člancima, Nixon je ponovno bio izabran za predsjednika Amerike, a njegovo zataškavanje afere *Watergate* je započelo. U listopadu 1972. mediji su objavili priču kako je Mitchell služeći kao državni odvjetnik kontrolirao tajni republikanski fond koji je korišten za prikupljanje informacija o demokratima te je i osobno odobravao isplate.

U veljači 1973. godine Senat je izglasao istragu afere *Watergate*. John Dean, tada već bivši savjetnik predsjednika rekao je Senatu i saveznim tužiteljima da su aspekti zataškavanja afere *Watergate* razmatrani s predsjednikom Nixonom ili u prisustvu s Nixonom.

*The Washington Post* je toga dana objavio kako će Dean svjedočiti pod prisegom na saslušanju afere *Watergate* bez obzira na to hoće li imati imunitet ili ne. Nixon je tražio ostavke savjetnika bijele kuće John Deana, šefa osoblja Boba Haldemana i savjetnika predsjednika za unutarnje poslove Johna Ehrlichmana. Dean je kasnije svjedočio i rekao da vjeruje kako su se razgovori u Ovalnom uredu snimali (Afify, 2018: 42). Također, otkrio je kako je predsjednik dao obećanje Huntu da će ga pomilovati i da nije problem prikupiti milijun dolara ako neće otkrivati detalje *Watergatea*. Nakon šokantnog Deanovog iskaza, predsjednik je krenuo s rapidnim promjenom svoje administracije. Novim državnim odvjetnikom postaje Elliot Richardson, a njegov prvi zadatak bio je da odredi posebnog savjetnika za istragu *Watergate* koji bi bio neovisan od Ministarstva pravosuđa. Pozicija je pripala Archibaldu Coxu (Afify, 2018 : 44).

Od 17. svibnja 1973. godine kreće televizijsko praćenje afere *Watergate*, a jedan od ključnih iskaza je bio onaj pomoćnika Bijele kuće Alexandera Butterfielda, a izjavio je kako u Bijeloj kući postoji novi sistem koji automatski snima sve u Ovalnom uredu, kabinetu i drugim prostorijama (Afify, 2018: 51). Cox je nakon spomenutog iskaza tražio da mu se dostave sve snimke, no Nixon je to odbijao i pozivao se na izvršnu privilegiju. Inzistirao je da Cox oduustane od snimaka, no bezuspješno. Nixon je 20. listopada 1973. naredio glavnom državnom odvjetniku Richardsonu i zamjeniku državnog odvjetnika Williamu Ruckelshausu da otpuste Coxa, no obojica su to odbila i dali su ostavke, a ovaj događaj je zapamćen kao „masakr u subotu navečer”. Dužnost državnog odvjetnika nadalje je obnašao Robert Bork koji je otpustio Coxa, a njegovu dužnost preuzeo je Leon Jaworski (Andrews, 2013).

1973. godine sudac Sirica naredio je predaju spornih snimaka te se otkriva da je 18 i pol minuta izbrisano. Odbor za pravosuđe u travnju 1974. godine traži predaju preostalih snimaka, predsjednik Nixon na nacionalnoj televiziji obznanjuje kako će Bijela kuća predati prijepis snimaka. Jaworski uz prijepis traži i snimke, nudi im se kompromis da treća strana posluša snimke i usporedi ih s dostavljenim prijepisom, no Bijela kuća odbija. Godinu dana kasnije, 1974. godine Jaworski traži od Vrhovnog suda da odobri njegov zahtjev o predaji 64 snimke koji je bio i odobren. Dobivene snimke danas su poznate kao „*smoking gun*”, u kojoj Nixon i Haldeman, nekoliko dana nakon provale u *Watergate*, razgovaraju o korištenju CIA-e

u svrhu sprječavanja FBI-jeve istrage. Nakon što je snimka dospjela u javnost, predsjednik Nixon, 8. kolovoza 1974. godine daje ostavku putem televizijskog obraćanja.

#### 4.2. Manipulacija tajnim službama

Curenje informacija u tisak tijekom 1969. godine o tajnim američkim zračnim bombardiranjima u neutralnoj Kambodži, Nixonova administracija bila je primorana prisluškivati telefon Henryja Kissingera, tadašnjeg pomoćnika predsjednika za nacionalnu sigurnost. Također, valja spomenuti i antiratne prosvjede tijekom 1970. godine u Washingtonu koji su bili vrlo slični onim prosvjedima koji su srušili predsjednički mandat predsjednika Johnsona ili je barem tako mislio Nixon i njegova administracija. Spomenuti prosvjedi probudili su strah u Nixonu od potencijalnog gubitka drugog predsjedničkog mandata, a kako ništa ne bi propustili slučaju, Nixon i njegova administracija odlučili su se za domaći nadzor te regrutirali tajne agente. No, nakon samo pet dana plan prisluškivanja, domaći nadzor je ukinut iz ureda predsjednika Nixona.

Bijelu kuću dodatno je uznemirilo objavljivanje Pentagonovih dokumenta tijekom 1971. godine u *New York Timesu* koji su se odnosili se na odluke Ministarstva obrane tijekom Vijetnamskom rata. Upravo ovaj događaj potaknuo je Bijelu kuću da osnuje jedinicu „vodoinstalatera“, operativaca obučenih za sigurnost i obavještajne poslove koji bi spriječili curenje informacija. Takozvane „vodoinstalater“ činili su E. Howard Hunt, bivši agent CIA-e, Gordon Liddy, bivši agent FBI-a koji je u Bijeloj kući radio kao savjetnik Odbora za reizbor predsjednika. Spomenuta jedinica predvodila je aferu *Watergate*, no prije poznate afere, prvi posao provale je onaj u ured doktora Fieldinga, psihijatra Daniela Ellsberga, zviždača koji je objavio Pentagonove dokumente. Cilj provale bio je da osiguraju informacije koje bi Ellsberga teretile za kazneni progon.

1972. godine, John Mitchell, John Dean i Jeb Magruder održali su sastanak na kojem je Liddy predstavio proračun za elektronički nadzor, fotografiranje dokumenata i druge aktivnosti za nadolazeću predsjedničku kampanju. Plan je prvobitno bio odbijen kao preskup, no revidirajući ga odobren je. Plan je bio usmjeren na prisluškivanje. Primarni cilj spomenutog plana bio je prisluškivanje sjedišta Demokratskog nacionalnog odbora, a posebno ured predsjednika Lawrencea O'Briena, kojeg je Nixonova administracija smatrala najvećom konkurencijom. Nakon same provale u kompleks *Watergate* slijedio je zataškavanje, a John Dean je bio njen koordinator te naposljetku i ključna osoba koja je otkrila detalje same afere i

postojanje snimaka koje su rezultirale ostavkom predsjednika Nixona. Nakon samo četiri mjeseca nakon ostavke predsjednika Nixona, novinar *New York Timesa*, Seymour Hersh razotkrio je postojanje dugogodišnjeg CIA-inog obavještajnog programa koji je bio usmjeren na građane SAD-a. Izvješće o nezakonitim radnjama spomenute agencije popularno se naziva „*family jewels*“.

Neke od najznačajnijih promjena inspiriranih *Watergateom* dogodile su se kada je Kongres počeo reformirati nacionalne zakone o privatnosti, nadzoru i obavještajnim poslovima, kako bi spriječio buduće administracije i agencije od sličnih zlouporaba ovlasti (Graff : 2022: 17). Nadalje, 1975. godine Kongres je osnovao posebno tijelo koje je trebalo ispitati zloupotrebu ovlasti nacionalnih obavještajnih agencija. *Watergate* je promijenio američke obavještajne zakone te su čak osnovani i stalni odbori za nadzor obavještajnih službi u Senatu i Zastupničkom domu. Predložen je i Zakon o obavještajnoj službi vanjskih poslova kojeg je potpisao Jimmy Carter 1978. godine (Maranzani, 2017: 11). Maranzani nadalje objašnjava kako je ključna komponenta zakona bila stvaranje Suda za nadzor stranih obavještajnih službi, suda zaduženog za preispitivanje zahtjeva od strane policijskih i obavještajnih agencija kao što su FBI i CIA koje traže dopuštenje za poduzimanje nadzora prisluškivanja bilo koje strane sile ili agenta strane sile unutar SAD-a.

Senator Idaha Frank Church predvodio je odbor za istraživanje drugih mogućih radnji koje su američke obavještajne agencije poduzimale bez znanja Kongresa, a Otis Pike, predstavnik New Yorka vodio je sličnu istragu (Graff, 2022: 18). Otkrili su špijuniranje CIA-e domaćih političara te izvođenje atentata u inozemstvu, što je dodatno poljuljalo ionako poljuljano povjerenje u vladu. Nakon *Watergatea* implementirane su mnoge reforme i režimi nadzora obavještajnih ovlasti (Graff, 2022: 19).

## 5. STUDIJA SLUČAJA NAJPOZNATIJE POLITIČKE AFERE - WATERGATE

### 5.1. *Kronologija političkog skandala*

U ovom poglavlju koristit će se studija slučaja kojom će se dubinski analizirati afera *Watergate*. Njena kronologija, tko je sve bio umiješan, medijsko praćenje same afere, uloga istraživačkog novinarstva te koje su bile posljedice *Watergatea*. Politički skandal *Watergate* trajao je od 1971. godine pa sve do 1974. godine kada je predsjednik Nixon dao ostavku. Njegov predsjednički mandat počinje 1968. godine, a kronologija političkog skandala prema Woodwardu i Bernsteinu (1989: 17) izgleda ovako:

1968.

- 5. studenog, Richard Nixon izabran je za predsjednika Amerike
- 20. siječnja, Nixonova inauguracija

1969.

- 12. svibnja, odvija se prvo od 17 prisluškivanja

1970.

- 23. srpnja, predsjednik odobrava Hustonov plan za proširenjem domaćih obavještajnih aktivnosti, no nakon pet dana, plan je poništen

1971.

- 13. lipanj, *New York Times* počinje objavljivati Pentagonove dokumente autora Daniela Ellsberga
- 3. listopada, Howard Hunt i Gordon Liddy provaljuju u ured Ellsbergovog psihijatra

1972.

- 17. lipnja, pet muškaraca, od kojih je jedan radio za CIA-u uhićeno je u 2:30 ujutro pokušavajući prisluškivati urede Demokratskog nacionalnog odbora u kompleksu *Watergatea*
- 20. lipnja, putem telefonskog poziva predsjednik Nixon i John Mitchell, voditelj kampanje razgovaraju o uhićenju provalnika

- 23. lipnja, predsjednik i Haldman formulirali su plan da CIA spriječi istragu FBI-a i zataškaju *Watergate* provalu
- 15. rujna, Hunt, Liddy i pet *Watergate* provalnika optuženi su
- 7. studenog, predsjednik Nixon osvaja svoj drugi mandat

1973.

- od 8. do 30. siječnja, suđenje sedmorici optuženih za *Watergate* provalu. Svi su se izjasnili da se osjećaju krivima osim Liddy i McCorda koji su kasnije osuđeni od strane porote
- 7. veljače, Senat glasa 70-0 za uspostavu odbora za istraživanje *Watergatea*
- 27. veljače, početni sastanak između Deana i predsjednika Nixona u kojem pričaju o zataškavanju afere
- 21. ožujka, presudni sastanak između predsjednika i Deana. Raspravljalo se o načinu osiguranja šutnje provalnika i svih onih koji su upleteni u aferu. Kasnije tog dana odvjetnik Howarda Hunta prima 75 000 dolara
- 4. svibnja, Dean daje povjerljive dokumente iz Bijele kuće sucu
- 18. svibnja, Archibald Cox imenovan je tužiteljem od strane predsjednika Nixona
- 17. svibnja, Senatsko povjerenstvo za *Watergate* započinje sa saslušanjem na nacionalnoj televiziji
- 22. svibnja, predsjednik ponovno negira saznanja o provali u *Watergate* ili pokušaju prikrivanja afere. No, priznaje da je stopirao prvobitnu istragu o provali i da je odobrio plan prisluškivanja novinara, ali sve te radnje bile su na temelju nacionalne sigurnosti
- 3. lipnja, *The New York Times* i *Washington Post* objavljuju članak u kojem indiciraju da će Dean svjedočiti protiv predsjednika
- 25. - 29. lipnja, Dean svjedoči protiv predsjednika
- 23. srpnja od Nixona se traži da preda snimke sudu
- 25. srpnja, predsjednik se poziva na svoje povlastice te odbija predati snimke
- 29. kolovoza, sudac odlučuje da predsjednik mora predati snimke razgovora
- 10. listopada, potpredsjednik Agnew podnosi ostavku

- 12. listopada, Gerald Ford postaje potpredsjednik
- 20. listopada, „subotnji masakr“ u kojem je otpušteni Cox, a Richardson i zamjenik glavnog državnog odvjetnika William Ruckelshaus podnose ostavku
- 21. studenog, odvjetnici Bijele kuće otkrivaju suci 18 i pol minutni nedostatak na snimci. Sudac Sirica isti dan dijeli tu informaciju s javnosti

1974.

- 30. travnja, Bijela kuća objavljuje 1200 stranica editiranih prijepisa Nixonovih snimaka odboru za pravosuđe, no odbor inzistira da se snimke predaju
- 24. srpnja, Vrhovni sud presuđuje 8-0 da predsjednik mora predati snimke
- 27. srpnja, pravosudni odbor predstavničkog doma donosi odluku o opozivu predsjednika te ga se tereti za ometanje pravde u pokušaju prikrivanja afere Watergate
- 29. srpnja, članak opoziva predsjednika prolazi
- 30. srpnja, treći i posljednji članak opoziva predsjednika prolazi
- 8. kolovoza, predsjednik u televizijskom obraćanju objavljuje svoju ostavku
- 9. kolovoza, predsjednik Nixon podnosi ostavku, Gerald Ford postaje predsjednik

Aferu *Watergate* činili su provalnici, organizatori, zaposlenici Bijele kuće, odvjetnici te zviždač koji je pomagao novinarima *Posta* da razotkriju cijelu aferu javnosti. Neki od aktera afere su (Popovici, 1987: 12):

- **PROVALNICI**

James McCord, bivši službenik CIA-e i agent FBI-a. U vrijeme provale obnašao je dužnost direktora sigurnosti Odbora za ponovni izbor predsjednika. McCors je bio optužen za zavjeru, provalu i prisluškivanje. Virgillio Gonzalez, kubanski izbjeglica kojeg je regrutirao E. Howard Hunt. Proveo je u zatvoru godinu dana.

- **ORGANIZATORI**

E. Howard Hunt, biviši operativac CIA-e, bio je član neformalnog tima Bijele kuće zadužene za sprječavanje „curenja“ povjerljivih informacija. Osuđen je bio za provalu, urotu i

prisluškivanje. Gordon Liddy, bivši agent FBI-ja koji je u Bijeloj kući radio kao savjetnik Odbora za reizbor predsjednika. Bio je odgovoran za planiranje i nadgledavanje provale u *Watergate*. Osuđen je za urotu, provalu i prisluškivanje sjedišta Demokratskog nacionalnog odbora te je proveo četiri i pol godine u zatvoru.

- ZAPOSLJENICI BIJELE KUĆE

John Dean, kao savjetnik Bijele kuće od 1970. do 1973. pomogao je prikriti umiješanost Nixonove administracije s aferom *Watergate*, Nixon ga je otpustio. Postao je jedan od prvih administrativnih dužnosnika koji je otkrio zataškavanje implicirajući Nixona. Dean je optužen za ometanje pravde i odslužio je četiri mjeseca zatvora. John Mitchell, državni odvjetnik te od 1972. direktor Odbora za ponovni izbor predsjednika. Mitchell je odobrio provalu i prisluškivanje sjedišta Demokratskog nacionalnog odbora. Osuđen je na 19 mjeseci zatvora zbog zavjere. Jeb Stuart Magruder, potpredsjednik Odbora za ponovni izbor predsjednika, sudjelovao je u planiranju provale u *Watergate*, a kasnije ju pokušao zataškati (History News, 2013). Osuđen je za krivokletstvo, a proveo je sedam mjeseci u zatvoru. Alexander Butterfield, zamjenik šefa osoblja Bijele kuće. Kontrolirao je tajni sustav snimanja koji je Nixon instalirao u Ovalnom uredu. Otkrio je postojanje snimki tijekom ispitivanja senatskog odbora.

- ODVJETNICI

Archibald Cox, specijalni tužitelj za istragu afere *Watergate*. Otpušten je tijekom subotnjeg napada. Otpušten je nakon što je inzistirao da mu Nixon omogući neograničen pristup snimkama razgovora koji su doveli do provale u sjedište Demokratskog nacionalnog odbora.

- ZVIŽDAČ

Mark Felt, poznatiji kao „Duboko grlo“. Tajni izvor koji je pomogao novinarima *The Washington Posta* da otkriju aferu *Watergate*. Felt je bio viši dužnosnik FBI-a.

- SENATOR

Sam Ervin, predsjednik senatskog odbora *Watergate*.



- NOVINARI

Bob Woodward i Carl Bernstein, novinari *The Washington Posta*. Izvještavali su o aferi *Watergate* američku javnost.

### 5.2. Medijsko praćenje iz perspektive *The Washigton Posta*

18. lipnja 1972. godine *The Washington Post* objavljuje članak kako je tim provalnika uhićen u uredima Demokratske stranke, što je zaintrigiralo mlade novinare *The Washington Posta*, Carla Bernsteina i Boba Woodwarda. Spomenutim člankom započeo je lanac događaja koji je doveo do ostavke američkog predsjednika i zauvijek promijenilo američku politiku.

Drugog dana, 19. lipnja 1972. objavljuju priču pod naslovom „Pomoćnik za sigurnost među petoricom uhićenih u aferi prisluškivanja“, izvijestili su kako je provalnik James McCord imao poseban ugovor za pružanje sigurnosnih usluga republikanskom nacionalnom odboru. Unutar nekoliko tjedana Woodward i Bernstein izvijestili su da je velika porota, koja je istraživala provalu tražila svjedočenje dvojice muškaraca koji su radili u Bijeloj kući, bivšeg službenika CIA-e Howarda Hunta i bivšeg agenta FBI-ja Gordona Liddyja.

U Miamiu je Bernstein doznao kako je ček od 25.000 dolara za Nixonov reizbor položen na bankovni račun jednog od provalnika što je rezultiralo udarnim člankom „Osumnjičenik za provalu dobio sredstava za kampanju“, sam članak otkrio je da je sporni ček izdala floridska banka na ime Kennetha H. Dahlberga, predsjedavajućeg za financiranje kampanje za Srednji zapad. Dahlberg je rekao kako je ček predao početkom travnja rizničaru Odbora za reizbor predsjednika ili samom Mauriceu Stansu, bivšem ministru trgovine koji je služio kao Nixonov glavni prikupljač sredstava. Ovim člankom, *The Washington Post* je prvi puta povezo provalu s Nixonovim fondom za kampanju.

Tražeci ili povjeravajući informacije Woodward se oslanjao na informacije svog tajnog izvora poznatijeg pod nazivom „Duboko grlo“ odnosno Marka Felta, visokog dužnosnika u Federalnom istražnom uredu. Felt je imao pristup FBI-jevim izvješćima o istrazi provale te je mogao potvrditi ili zaniijekati ono što su drugi izvori dojavljivali novinarima *The Washington Posta*.

Tijekom jeseni 1972. Nixon se pripremao za svoj drugi predsjednički mandat, a Bernstein i Woodward izvještavali su kako je glavni državni odvjetnik John Mitchell kontrolirao tajni fond koji je plaćao kampanju za prikupljanje informacija o demokratima te

kako Nixonovi pomoćnici vode masovnu kampanju političkog špijuniranja, a sve u svrhu Nixonovog reizbora. Ostale novine ignorirale su priče, a birači su 1972. godine ponovno izabrali Nixona za predsjednika Amerike. Bijela kuća oštro je osuđivala izvještavanje *The Washigton Posta*, nazivajući ga pristranim i nadasve pogrešnim.

Tijekom ljeta 1973. godine afera *Watergate* je bila pravi nacionalni skandal i predmet dviju službenih istraga, jednu je vodio specijalni tužitelj Archibald Cox, a drugu senator Sam Ervin koji je presjedao sedmeročlanim istražnim odborom zaduženim za istragu afere. *The Washington Post* također nastavlja svoje izvještavanje, a 3. lipnja 1973. objavljuju članak „Dean tvrdi da je Nixon znao za plan zataškavanja“ u kojem kažu da je bivši predsjednički savjetnik John Dean rekao istražiteljima Senata i saveznim tužiteljima da su aspekti zataškavanja *Watergatea* razmatrani s predsjednikom Nixonom u najmanje 35 prilika između siječnja i travnja (Bernsteina, Woodwarda, 1973). Najsenzacionalnije otkriće dogodilo se tijekom srpnja 1973. godine kada je pomoćnik Bijele kuće Alexander Butterfield rekao odboru da Nixon ima tajni sustav snimanja koji snima njegove telefonske pozive i razgovore u Ovalnom uredu.

Prema pisanjima *The Washigton Posta*, Butterfield je svjedočio kako je snimanje započelo u proljeće 1971. i da je namijenjeno snimanju stvari za potomstvo, za Nixonovu knjižnicu (Mayera, 1973). Nixon je odbio objaviti snimke pozivajući se na izvršnu privilegiju, a *The Washington Post* piše „predsjednik Nixon jučer je pripremio pozornicu za veliku ustavnu konfrontaciju odbivši predati snimke“ (Kilpatrick, 1973: 32). Predsjednik odbora Sam Ervin za istragu *Watergate* iskazao je duboko žaljenje što je došlo do ovakve situacije „mislim da je tragedija *Watergate* najveća tragedija koju je ova zemlja ikada pretrpjela“ (Kilpatrick, 1973: 32) prenio je *The Washington Post*, 24. srpnja 1973. godine. U istom članku prenose se i riječi predsjednika Nixona „snimke su u potpunosti u skladu s onim što znam da je istina i što sam izjavio da je „istina no, kao i u svakoj doslovnoj snimci neformalnih razgovora, oni sadrže komentare koje bi osobe s različitim perspektivama i motivacijama neizbježno protumačile na različite načine. Nadalje, u njima je nedvojbeno isprepletano mnoštvo vrlo iskrenih i vrlo privatnih komentara o širokom rasponu pitanja i pojedinca, koji su potpuno izvan istrage Odbora“ (Kilpatrick, 1973: 32).

Prema pisanju *The Washigton Posta* i autorici članka Carroll Kilpatrick stvorena je pozornica za veliku ustavnu borbu između odlučnog predsjednika koji ne želi predati dokumente i materijale, te Odbora Senata i saveznog tužitelja koji su odlučni u svom naumu. Nadalje, autorica piše kako se vjerovalo da će konačnu arbitražu morati provesti Vrhovni sud.

Čak i da sud presudi protiv predsjednika, nema neovisnu moć da ga prisili na djelovanje, nego podliježe ovlastima opoziva Kongresa.

Nakon dugotrajnih pregovora, Bijela kuća je pristala dostaviti pisane sažetke snimljenih razgovora, no Cox odbija, a Nixon naređuje njegovo otpuštanje. *The Washington Post* 21. listopada 1973. godine prenosi kako je došlo do najpragmatičnijeg vladinog preokreta u krizi *Watergate*, predsjednik Nixon je razriješio dužnosti posebnog tužitelja Coxa i prihvatio ostavke glavnog državnog odvjetnika Elliota Richardsona i zamjenika glavnog državnog odvjetnika Williama Ruckelshausa. Predsjednik je također ukinuo ured posebnog tužitelja i predao Ministarstvu pravosuđa cjelokupnu odgovornost za daljnju istragu i kazneni progon osumnjičenika i optuženika u *Watergateu*. Ovaj dramatičan razvoj događaja objavljen je u Bijeloj kući u 20:25h nakon što je Cox odbio prihvatiti ili pridržavati se uvjeta sporazuma koji su izdali predsjednik i senatski odbor *Watergatea* prema kojem bi sažeti materijali s vrpce Bijele kuće bili predani Coxu i odboru Senata, stoji u članku iz 1973. godine. Spomenuti članak prenio je i izjavu Coxa „Hoće li naša vlada i dalje biti vlada zakona, a ne ljudi, sada je na Kongresu i konačno na američkom narodu. „Glasnogovornik Bijele kuće, Ziegler obratio se medijima i pročitao predsjednikovu izjavu, „Predsjednik je otpustio Coxa jer je odbio poslušati upute koje mu je predsjednik dao u petak navečer preko glavnog državnog odvjetnika. Prkosio je predsjednikovim uputama u vrijeme ozbiljne svjetske krize“ (Kilpatrick, 1973: 23).

Nakon otpuštanja Coxa i ostavki Richardsona i Ruckelshausa zahtjevi za opoziv predsjednika Nixona povećavali su se. *The Washington Post* prenio je kako su izvori unutar Bijele kuće izvijestili da se radi o šoku među predsjedničkim pomoćnicima i da smatraju kako je sada neizbježno da će Kongres pokrenuti njegov opoziv (Witcover, 1973: 23). Također su izvijestili kako je jedan od članova Odbora za pravosuđe Zastupničkog doma, Jerome Waldie optužio Nixona „jednim divljim potezom uklonio je nekoliko preostalih ljudi vidljivih integriteta u administraciji. Objavljivanje vrpce o *Watergateu* ne ostavlja nikakvu sumnju o umiješanosti predsjednika“ (Witcover, 1973: 18).

Nixonov kredibilitet pretrpio je još jedan udarac, 20. studenog kada su njegovi odvjetnici obavijestili saveznog suca da na jednoj od ključnih snimci nedostaje 18 i pol minuta. Sporna snimka sadržavala je razgovor između predsjednika i bivšeg šefa osoblja Bijele kuće Haldemana.

Specijalni tužitelj, Jaworski i senatski odbor za *Watergate* nastavili su zahtijevati da Bijela kuća preda snimke i transkripte. Javna podrška Nixona je slabila, a Odbor za pravosuđe Zastupničkog doma počeo je razmatrati konačnu sankciju za predsjednika – opoziv. Kako bi umirio svoje kritičare, Nixon u travnju 1974. godine objavljuje 1200 stranica transkripta razgovora između njega i njegovih suradnika, što je prema riječima *The Washington Posta*, izazvalo još više bijesa. Nixonova obrana počela se raspadati u svibnju kada je savezni sud presudio u korist Jawoksijeva da se dostave snimke iz Bijele kuće. Nixonovi odvjetnici žalili su se na odluku, no 24. srpnja, 1974. godine Vrhovni je sud jednoglasno naredio Bijeloj kući da preda snimke. Dva dana kasnije Odbor za pravosuđe odobrio je jedan članak o opozivu o kojem će glasati cijeli Dom. Nakon samo tjedan dana od objave snimaka pokazalo se da je Nixon igrao vodeću ulogu u zataškavanju od samog početka, a ova je snimka eliminirala i ono malo što je preostalo od Nixonove podrške.

8. kolovoza 1974. godine Nixon je najavio svoju ostavku. *The Washigton Post* je 9. kolovoza 1974. godine izvijestio kako je nakon dvije godine žučne rasprave oko *Watergate* skandala, predsjednik Nixon popustio pred pritiscima javnosti i čelnika svoje stranke da postane prvi predsjednik u američkoj povijesti koji je podnio ostavku. „Poduzimajući ovu akciju, nadam se da ću ubrzati početak procesa ozdravljenja koja je tako očajnički potrebna Americi“ rekao je predsjednik Nixon prema pisanju *The Washington Posta* (Woodward i Bernstein, 1972: 10). Također, izjavio je da je odlučio da mora podnijeti ostavku kada je zaključio da više nema dovoljno jaku političku bazu u Kongresu. Izjavljujući da nikada nije odustajao, Nixon je rekao da je napuštanje dužnosti prije isteka mandata „odvratno svakom instinktu u mom tijelu, ali kao predsjednik, moram staviti interes Amerike na prvo mjesto“ (Woodward i Bernstein, 1972: 11).

Potpredsjednik Ford prisegnuo je kao novi predsjednik i dovršio preostale dvije i pol godine predsjedničkog mandata, a ostavku Nixona nazvao je „jednim od najtužnijih incidenata kojima sam svjedočio“ (Woodward i Bernstein, 1972: 15).

Iako je predsjednik Nixon priznao da su neke od njegovih prosudbi bile pogrešne, nije priznao zločine ni prekršaje za koje ga je Pravosudni odbor Predstavničkog doma optužio u opozivu.

### 5.3. Uloga istraživačkog novinarstva u promjeni političkog establishmenta

Nakon provale u *Watergate* dvojica mladih novinara *The Washington Posta*, Carl Bernstein i Robert Woodward dobili su zadatak da poprate provalu. U početku se priča nije činila nešto značajnom ili da bi mogla utjecati na cijelu naciju, ali kako su spomenuti novinari sve dublje kopali, počeli su nalaziti poveznice s Bijelom kućom te su održavali priču živom izuzev žestokom napadu Nixonove administracije (De Luigi. 2016: 26). Osim što je skandal bio značajan u političkom smislu, *Watergate* ima veliki značaj i za novinarstvo. Bernstein i Woodward otkrili su američkoj javnosti kako je njihova vlada bila korumpirana. Izvještavanje o aferi promijenilo je je način na koji su Amerikanci, a potom i svijet gledali političare. Prije Drugog svjetskog rata i sve do Vijetnamskog rata, većina Amerikanaca nije preispitivala predsjednikove odluke, no nakon *Watergatea* to se promijenilo, a mediji su postali oružje koje pomaže javnosti (Hollis, 2019: 33).

Prije 46 godina, 9. kolovoza 1974. godine, *The Washington Post* objavio je tada najveći naslov na naslovnoj stranici u svojoj povijest „Nixon podnosi ostavku“. Taj datum obilježio je i kraj predsjedničkog mandata Richarda Nixona i početak četiri desetljeća rasprave o tome kakvu je ulogu imalo novinarstvo u otkrivanju skandala *Watergate* i kako je sama afera utjecala na novinarstvo. Koliko god je *Watergate* bio važan u političkoj povijesti, možda je jednako tako važan i za povijest novinarstva. Novinari *The Washington Posta*, Woodward i Bernstein iznjedrili su „najspektakularniji čin“ ozbiljnog novinarstva 20. stoljeća“ (Woodward i Bernstein, 1972: 15), rekao je medijski kritičar Ben Bagdikian za novine. Marvin Kalb, viši suradnik u Harvardskom centru za tisak, politiku i javnu politiku, vjeruje da je izvještavanje *The Washington Posta* bilo apsolutno kritično za stvaranje atmosfere u Washingtonu i unutar vlade, a izvještavanje novinara *The Washington Posta* predstavlja prekretnicu američkog novinarstva (Feldstein, 2004 : 2).

No, Woodward odbacuje navode koji tvrde da su mediji srušili Nixona, „Tisak uvijek igra ulogu, bilo svojom pasivnošću ili agresivnošću, ali pogrešno je prenaglašavati medijsku pokrivenost“ (Woodward i Bernstein, 1972: 14). Prema Kutleru, autoru *The Wars of Watergate*, televizija i novine prateći aferu možda su potaknuli istragu, no kako se sama afera razvijala mediji su prenosili ono što je već bilo poznato istražnim vlastima. Kutler smatra da je izvještavanje o *Watergateu* samo pametno razrađena strategija objavljivanja informacija, a ne medijska istraga. Bernstein pak smatra da je medijsko izvještavanje odigralo veliku ulogu u davanju informacija na raspolaganje javnosti. Također, rekao je kako su njihove uloge novinara mitologizirane i da se previše pojednostavljuje ono što se dogodilo. Kutler nastavlja

kako je lokalno izvještavanje, osobito u *The Washington Postu*, pomno pratila rad FBI-ja, oslanjajući se na njihova izvješća (Feldstein, 2004: 2).

No, drugi akademski stručnjaci minimiziraju utjecaj novinarstva. U analizi anketnih podataka koji mjere takozvane „medijske učinke“ na javno mnijenje, znanstvenici za komunikaciju Gladys i Kurt Lang napisali su da je tisak bio glavni pokretač kontroverze samo u njenoj ranoj fazi, odnosno kada je *The Washington Post* povezao provalnike iz *Watergatea* s Nixonovim operativcima (Feldstein, 2004: 3).

Nadalje, zaključili su kako je novinarstvo možda pomoglo pripremiti javnost prije vremena za Nixonovu smjenjivanje, ali Kongres je bio taj koji je prisilio predsjednika na ostavku, a ne mediji. Povjesničar David Greenberg pak smatra da je na početku afere bilo nejasno hoće li FBI istraživati zločine izvan same provale te da je *The Washington Post* održao *Watergate* na životu. Rad Bernsteina i Woodwarda oblikovao je način na koji se *Watergate* odvijao jer nije sigurno bi li Senat ili FBI nastavili istraživati aferu bez medijskog pritiska (Feldstein, 2004: 3). Novinarska struka slaže se kako su suci i Senat bili pod utjecajem tiska. Novinar *CBS Newsa* Dan Rather smatra kako bi došlo do zataškavanja afere *Watergate* da tisak nije obavio svoj posao. Rather tvrdi kako ni Kongres ni sudovi nisu imali pojma o zločinima u *Watergateu* i da su se savezni tužitelji opametili tek nakon stalnog novinarskog izvještavanja (Feldstein, 2004: 1).

*The Washington Post* se tijekom svog izvještavanja suočio s javnim napadima i privatnim zastrašivanjem koje je provodila Nixonova administracija. John Mitchell, Nixonov državni odvjetnik prijetio je Bernsteinu i urednici *The Washington Posta*, Katharine Graham. No, Nixonova administracija je na različite načine istraživala, prisluškiivala i revidirala porezne prijave brojnih novinara. Sveukupno, više od pedeset novinara našlo se na posebnoj listi „neprijatelja“ Bijele kuće. Nixonovo ministarstvo pravosuđa, također je podnijelo antimonopolske tužbe protiv svih triju televizijskih mreža (Feldstein, 2004: 5).

Mark Feldstein, u svojem radu o ulozi medija u *Watergateu* navodi kako nema spora da je *The Washington Post* predvodio druge medije u izvještavanju o aferi. Također, poziva se na kvantnu analizu profesora Louisa Liebovicha sa Sveučilišta u Illinoisu, *The Washington Post* je objavio oko 200 članaka o *Watergateu*, više nego dvostruko više od svog najjačeg konkurenta *New York Timesa*. Liebovich je u svojoj analizi otkrio kako je *The Washington Post* svoje priče najčešće objavljivao na prvoj stranici, a osim toga njihove su priče češće bile istraživačke prirode i otkrivale su nove pojedinosti o tajnim aktivnostima kojima je upravljala

Bijela kuća, a druge novinske kuće rijetko su proizvodile vlastite priče (Feldstein, 2004: 4). Vodstvo *The Washington Posta* je smanjilo obujam praćenja afere, budući da su i ostali novinari otkrivali zločine Nixona i njegove administracije. Politolog, Larry Sabato sa Sveučilišta u Virginiji smatra kako su premalo zasluga dobili ostali novinari, a previše novinari *The Washington Posta*.

*Los Angeles Times* također je prenosio vijesti istog kalibra kao Bernstein i Woodward, a prema riječima istraživačkog novinara James Polka „LA Times se nije čitao u Washingtonu kao *The Washington Post* i stoga nisu imali isti stupanj utjecaja“ (Feldstein, 2004: 5). Bivši savjetnik Bijele kuće, John Dean rekao je „ljudi misle da je *The Washington Post* razriješio slučaj, a zapravo nije. Ne želim ništa oduzeti od *Posta*, to su bile jedine novine koje su u ranim fazama izvještavale o Watergateu“ (Feldstein, 2004: 5). Prema Deanu, stvarna vrijednost novina bila je u tome što su učinile dovoljno da priču održe živom dajući legitimitet onima u vladi koji su istraživali skandal (Feldstein, 2004: 6).

No, kakav je učinak *Watergate* imao na novinarstvo nakon Nixonove ostavke? Izvršni urednik *The Washington Posta*, Leonard Downie kaže kako je skandal doveo do agresivnijeg izvještavanja o Bijeloj kući. Istraživački novinar, Polk vjeruje da se politika više promijenila kao rezultat *Watergatea*, nego što se novinarstvo promijenilo, a administracije danas, grčevito čuvaju svoje informacije. Bernstein se pak žali da je utjecaj *Watergatea* na novinarstvo prebrzo nestao i da je istraživačko novinarstvo od javnog interesa ubrzo zamijenjeno karijerističkim impulsom koji je naglašavao glamur umjesto obavljanja potrebnog rada (Feldstein, 2004: 7). Iako se smatra da je *Watergate* utjecao na razvijanje istraživačkog novinarstva, prema Tomiću postoji takozvana nulta hipoteza kojoj su naginjali Woodward i Bernstein. Woodward je komentirao kako *Watergate* nije bio definirajući moment nove ere novinarstva, već samo jeka u povijesti (Tomić, 2014: 534). Bernstein je pak izjavio „Watergate nije imao efekt kakvom smo se nadali. Nismo vidjeli nikakve značajne pomake u novinarstvu još od Nixonove ostavke“ (Tomić, 2014: 534).

Izvještavanje u ovolikom obujmu ne bi se dogodilo da nije bilo slobode medija predvođenih Woodwardom i Bernsteinom, koji su pomogli razotkriti laži i kriminalna djela koja su se događala u Nixonovoj administraciji. Jedan od glavnih poslova novinara je razotkrivanje tajni vlade koje javnost zaslužuje znati, a oni su upravo to i činili te će zauvijek ostati zapamćeni kao novinari koji su srušili korumpiranu vladu (Tulisa, 2017: 3).

#### 5.4. *Odjeci i posljedice Watergatea*

Posljedice skandala *Watergate* otvorile su vrata Kongresa, ali su također pridonijele tome da zakonodavno tijelo postane manje upravljivo. Skandal je pomogao promijeniti način na koji su novinari i vladini dužnosnici međusobno komunicirali, od tada odnos postaje neprijateljski.

*Watergate* je zajedno s Vijetnamskim ratom označio crtu razdvajanja između starog i novog, od razdoblja u kojem su Amerikanci vjerovali svojoj vladi do razdoblja u kojem je to povjerenje bilo slomljeno, izjavio je Julian Zelizer, profesor na Sveučilištu Princeton za *The Washington Post* (Woodward i Bernstein, 1972: 25).

Garrett M. Graff, autor knjige „*Watergate: A New History*”, opisuje *Watergate* također kao crtu razdvajanja u povijesti, događaj koji je premjestio Washington iz uspavane prijestolnice u glavni grad kojim vladaju neprijateljski nastrojeni mediji i stanovništvo koje je skeptično prema vladi i političarima (Balz, 2022: 45). Bivši državni odvjetnik Elliot Richardson rekao je kako je „*Watergate* dao značajan doprinos, barem do te mjere da ima mnogo dužnosnika koji postaju uvjereni da je poštena politika otvorena, iskrena politika – najbolja politika“ (Voort, 2017: 55). Ista misao dolazi od republikanca Roberta Griffina „mislím da smo trebali naučiti da moramo imati otvoreno predsjedništvo i da ljudi moraju znati što se događa.“ Upravo je to vrsta predsjedništva koju je Gerald Ford obećao provoditi (Voort, 2017: 13).

No, nakon pomilovanja Nixona naišao je na mnoge kritike. Prema pisanju *New York Timesa*, predsjednik Ford je povrijedio Ustav, a taj su čin okarakterizirali kao čin favoriziranja koji može samo razbjesniti sugrađane koji su mislili da će se zakoni nacije napokon provoditi bez straha i naklonosti (Voort, 2017: 15). *Watergate* nije promijenio samo politiku, nego je promijenio i novinarstvo. Istraživačko novinarstvo proširilo se i na većinu stranih medija, a Woodward i Bernstein postali su globalno poznati.

Na isti način na koji je javnost gubila povjerenje u institucije, novinari su gubili povjerenje u državne dužnosnike, te sve skeptičnije gledali na izjave vladinih dužnosnika (Balz, 2022: 47). Skandal *Watergate* zauvijek je promijenio predsjedništvo Sjedinjenih Američkih Država, ali i način na koji su Amerikanci vidjeli istraživačko novinarstvo i ulogu tiska u razotkrivanju Nixonovih postupaka. Koliko god je spomenuta afera bila važna u političkoj povijesti, jednako je važna i u novinarskoj povijesti. Zasiurno je *Watergate* jedan od najpoznatijih i najpopularnijih slučajeva istraživačkog novinarstva, a upravo je ova



politička afera iznjedrila drugačiju vrstu izvještavanja, agresivnije izvještavanje s manje poštovanja prema establišmentu (Shepard, 2012: 8). Skandal se nije ticao samo povjerenja u vladu, već je utjecao i na cijelu novu generaciju novinara, ali i na same medije. Woodward i Bernstein, odigrali su ključnu ulogu u pomaganju svrgavanja predsjednika Richarda Nixona koji je i podnio ostavku 1974. godine. Kao rezultat toga, cijela je jedna generacija odabrala novinarsku struku upravo zbog njih dvojice.

Prva ostavka predsjednika u povijesti Amerike potaknula je pitanja koliko ovlasti predsjednik ima i koristi li ih na pravi način. To je doba također donijelo cijeli niz reformi uključujući strožu regulaciju aktivnosti kampanja, političkih doprinosa i lobiranja, jači savezni etički zakon i stvaranje stalnog neovisnog posebnog tužitelja koji će istraživati zlodjela najviših dužnosnika. Nixonova administracija bila je prepuna neetičkog i nedemokratskog ponašanja. Tajna i potencijalno nezakonita uporaba vojne sile, nezakonitih doprinosa kampanji, domaće špijuniranje, otvoreno podmićivanje i zlouporaba vladinog aparata za napad na političke protivnike, samo su neke od ilegalnih radnji koje su otkrivene tijekom afere, iako se razdoblje nakon *Watergatea* općenito shvaća kao doba reformi.

Tijekom 1970. godine došlo je do masovne promjene američkog sustava financiranja kampanja, uključujući stvaranje Savezne izborne komisije i uvođenje ograničenja koliko novaca političke kampanje mogu prikupiti i potrošiti. Uvedeni su i novi zakoni koji štite od zlouporabe izvršne vlasti, uključujući Zakon o privatnosti, koji je ograničavao vladinu upotrebu osobnih podataka. Također, primjenjivao se i zakon o nadzoru stranih obavještajnih službi koji je ograničavao ovlasti obavještajnih agencija da špijuniraju američke građane (Berger, Tausanovitch, 2018: 17). Općenito, te su reforme nastojale osigurati etičniju, transparentniju vladu koja se bori protiv korupcije u politici te koja želi zaštititi svoje građane od vladine zloupotrebe ovlasti.

## 6. ZAKLJUČAK

*Watergate* je bio jedan od najvećih političkih skandala u američkoj povijesti. Pojam *Watergatea* često se povezuje s ilegalnim aktivnostima koje su poduzimali članovi Nixonove administracije. Ilegalne aktivnosti koje se vežu uz Nixona su prisluškivanje političkih protivnika i ljudi koje je predsjednik smatrao sumnjivima. Nixon i njegovi bliski suradnici koristili su FBI (Savezni istražni ured), CIA (Središnje obavještajne agencija) te IRS (Službu unutarnjih prihoda) u svrhu istraga aktivističkih grupa i političkih aktera (Afify, 2018: 31).

Države utemeljene na principima i etici očekuju od svojih političara da poštuju načela i moral, ali i da daju primjer ostalima, a posebno ako je to mjesto predsjednika (Afify, 2018: 3). Tijekom povijesti bilježimo značajan broj političara koji su bili u središtu medijskog zanimanja, a njihovi skandali krasili su naslovnice novina diljem svijeta.

Sve je započelo 1972. godine provalom Nixonove administracije u sjedište Demokratskog nacionalnog odbora u stambeno-poslovnom kompleksu *Watergate* u Washingtonu, gdje su petorica provalnika bila uhićena. Richard Nixon 37. američki predsjednik, nakon *Watergate* skandala podnio je ostavku.

Jeb Magruder, potpredsjednik Odbora za ponovni izbor predsjednika, uništio je sve dokumente i dao lažne iskaze. Bijela kuća također je blokirala daljnju istragu FBI-a pod krinkom kako je to bila operacija nacionalne sigurnosti koju je poduzeo CIA. Gordon Liddy, financijski savjetnik Odbora za ponovni izbor predsjednika svoj plan provale predstavio je Mitchellu, Magruderu i John Deanu, tadašnjem savjetniku predsjednika. Sam plan uključivao je mnoge nezakonite radnje protiv demokratske stranke. Prema Deanu, to je značilo „početnu scenu najgoreg političkog skandala dvadesetog stoljeća i početak kraja Nixonovog predsjedništva“ (Afify, 2018: 33).

FBI je 10. listopada 1972. izvijestio je kako je *Watergate* bio dio masovne kampanje političkog špijuniranja i sabotaze u ime Nixonovog odbora za reizbor (Afify, 2018 : 36). Također, otkrili su kako „obavještajni rad“ Nixonovog odbora uključuje praćenje članova obitelji demokratskih kandidata, prikupljanje dosjea o njihovim osobnim životima i proizvodnji lažnih medijskih natpisa (Bernstein, Woodward, 1972). Aktivnosti su, prema informacijama FBI-ja i Ministarstva pravosuđa, bile usmjerene na sve glavne demokratske predsjedničke kandidate i predstavljale su osnovnu strategiju pokušaja reizbora Nixona.

Nixon je bio ponovno izabran za predsjednika Amerike, a njegovo zataškavanje afere *Watergate* je započelo. U veljači 1973. godine Senat je izglasao istragu afere *Watergate*. John

Dean, tada već bivši savjetnik predsjednika rekao je Senatu i saveznim tužiteljima da su aspekti zataškavanja afere *Watergate* razmatrani s predsjednikom Nixonom ili u prisustvu s Nixonom. *The Washington Post* je toga dana objavio kako će Dean svjedočiti pod prisegom na saslušanju *Watergate* afere bez obzira na to hoće li imati imunitet ili ne. Nakon šokantnog Deanovog iskaza, predsjednik je krenuo s rapidnom promjenom svoje administracije.

Od 17. svibnja 1973. godine kreće televizijsko suđenje afere *Watergate*, a jedan od ključnih iskaza je bio onaj pomoćnika Bijele kuće Alexandra Butterfielda. Izjavio je kako u Bijeloj kući postoji novi sistem koji automatski snima sve u Ovalnom uredu, kabinetu i drugim prostorijama. Cox je nakon spomenutog iskaza tražio da mu se dostave sve snimke, no Nixon je to odbijao i pozivao se na izvršnu privilegiju. Inzistirao je da Cox odustane od snimaka, no bezuspješno. Nixon je 20. listopada 1973. naredio glavnom državnom odvjetniku Richardsonu i zamjeniku državnog odvjetnika Williamu Ruckelshausu da otpuste Coxa, no obojica su to odbila i dali ostavke, a ovaj događaj je zapamćen kao „masakr u subotu navečer“.

1974. godine Jaworski, nasljednik Coxa traži od Vrhovnog suda da odobri njegov zahtjev o predaji 64 snimaka koji je bio i odobren. Dobivene snimke danas su poznate kao „*smoking gun*“, u kojoj Nixon i Haldeman, nekoliko dana nakon provale u *Watergate*, razgovaraju o korištenju CIA-e u svrhu sprječavanja FBI-jeve istrage. Nakon što je snimka dospjela u javnost, predsjednik Nixon, 8. kolovoza 1974. godine daje ostavku putem televizijskog obraćanja.

Osim što je skandal bio značajan u političkom smislu, *Watergate* ima veliki značaj i za novinarstvo. Bernstein i Woodward, novinari *The Washington Posta* otkrili su američkoj javnosti kako je njihova vlada bila korumpirana. Izvještavanje o aferi promijenilo je je način na koji su Amerikanci, a potom i svijet gledali na političare. Istraživačko novinarstvo kao takvo bilo je jedan od odgovora novinarstva na restrikcije, a prema Sanji Modrić definira se kao „razotkrivanje informacija koje se svjesno skrivaju, a od iznimnog su javnog interesa“ (Bešker, Obad i Modrić, 2004: 8).

Woodward i Bernstein iznjedrili su „najspektakularniji čin“ ozbiljnog novinarstva 20. stoljeća“, rekao je medijski kritičar Ben Bagdikian, a Marvin Kalb, viši suradnik u Harvardskom centru za tisak, politiku i javnu politiku, vjeruje da je izvještavanje *The Posta* bilo apsolutno kritično za stvaranje atmosfere u Washingtonu i unutar vlade, a izvještavanje novinara *The Posta* predstavlja prekretnicu američkog novinarstva (Feldstein, 2004: 2). No, drugi akademski stručnjaci minimiziraju utjecaj novinarstva. U analizi anketnih podataka koji

mjere takozvane „medijske učinke“ na javno mnijenje, znanstvenici za komunikaciju Gladys i Kurt Lang napisali su da je tisak bio glavni pokretač kontroverze samo u njenoj ranoj fazi, odnosno kada je *Post* povezo provalnike iz *Watergatea* s Nixonovim operativcima (Feldstein, 2004: 3).

Posljedice skandala *Watergate* otvorila su vrata Kongresa, ali su također pridonijele tome da zakonodavno tijelo postane manje upravljivo. To je doba također donijelo cijeli niz reformi uključujući strožu regulaciju aktivnosti kampanja, političkih doprinosa i lobiranja, jači savezni i etički zakon. Skandal je pomogao promijeniti način na koji su novinari i vladini dužnosnici međusobno komunicirali, od tada odnos postaje neprijateljski. *Watergate* nije promijenio samo politiku, nego je promijenio i novinarstvo. Istraživačko novinarstvo proširilo se i na većinu stranih medija, a Woodward i Bernstein postali su globalno poznati. Izvještavanje u ovolikom obujmu ne bi se dogodilo da nije bilo slobode medija predvođenih Woodwardom i Bernsteinom, koji su pomogli razotkriti laži i kriminalna djela koja su se događala u Nixonovoj administraciji.

## LITERATURA

### Knjige:

1. Bešker, I., Modrić S. (2004.) *Istraživačko novinarstvo*. Zagreb: Press data, medijska agencija HND.
2. De Burgh, H. (2007.) *Investigative Journalism*, New York: Routledge
3. Denton, Robert E., Jr. (1990). *Political communication in America*, New York: Praeger.
4. Kotler, P. (1994). *Upravljanje marketingom*, Zagreb: Informator.
5. Kunczik, M., Mirosavljević, M., Vilović, G. (2009.) *Istraživačko novinarstvo*, Sarajevo: Friedrich-Ebert-Stiftung.
6. Kunczik, M., Zipfel, A. (2006.) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zageb: Zaklada Friedrich Ebert.
7. Newman, B.I. (1994.) *The marketing of the President – Political Marketing as Campaign Strategy*, London: Sage Publications
8. Tomić, Z. (2000.) *Izborni marketing*, Mostar: Sveučilište u Mostaru, Centar za studije novinarstva.
9. Tomić, Z. (2014.) *Politički marketing – načela i primjene*, Mostar/Zagreb/Sarajevo: Sveučilište u Mostaru, Synopsis.
10. Tomić, Z. (2017.) *Politički odnosi s javnošću*, Zagreb/Sarajevo: Synopsis.

### Znanstveni članci

1. Jakovljević, D. (2017.) „Neimovinska šteta prouzročena informacijom objavljenom u medijima“, *Pravnik: časopis za pravna i društvena pitanja*, 51 (101): 21-42 <https://hrcak.srce.hr/file/276637>, (pribavljeno 12. 5. 2022.)
2. Malović, S. (2005.) „Uloga novinara u društveno odgovornom poslovanju“, *Politička misao: časopis za politologiju*, 52 (4): 91-96, <https://hrcak.srce.hr/file/32884>, (pribavljeno 23. 4. 2022.)
3. Peruško, Z. (2013.) „Politička komunikacija: na razmeđu medijskih i političkih studija“, *Politička misao: časopis za politologiju*, 50 (2): 7-9, <https://hrcak.srce.hr/103947>, (pribavljeno 17. 3. 2022.)
4. Radolović, A. (2007.) „Odnos prava osobnosti i medijskog prava“, u: Ž. Bartulović (ur.), *Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci*, 28 (1): 267-315 <https://hrcak.srce.hr/file/40015>, (pribavljeno 8. 3. 2022.)

## Mrežni izvori:

1. (pribavljeno: 10. 7. 2022.).
2. Afify, N. (2018) „The presidential scandals: from John Kennedy to Donald Trump“, <https://www.scribd.com/document/395970886/The-Presidential-Scandals> (pribavljeno 7. 2. 2022.)
3. „Bug Suspect Got Campaign Funds“, portal *The Washinton Post*, <https://www.washingtonpost.com/politics/bug-suspect-got-campaign-funds/2012/06/06/> (pribavljeno: 22. 6. 2022.).
4. „Dean Alleges Nixon Knew of Cover-up Plan“, portal *The Washinton Post*, [https://www.washingtonpost.com/politics/dean-alleges-nixon-knew-of-cover-up-plan/2012/06/04/gJQAgyCJV\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/dean-alleges-nixon-knew-of-cover-up-plan/2012/06/04/gJQAgyCJV_story.html) (pribavljeno: 24. 6. 2022.).
5. „Effects of Watergate: The Good and the Bad“, portal *US News*, <https://www.usnews.com/news/articles/2014/08/08/effects-of-watergate-the-good-and-the-bad> (pribavljeno: 10. 6. 2022.).
6. „Nixon resigns“, portal *The Washinton Post*, <https://www.washingtonpost.com/wp-srv/politics/special/watergate/part3.html> (pribavljeno: 29. 6. 2022.).
7. „The government acts“, portal *The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/wp-srv/politics/special/watergate/part2.html> (pribavljeno: 27. 6. 2022.).
8. „The Post investigates“, portal *The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/wp-srv/politics/special/watergate/part1.html> (pribavljeno: 4. 7. 2022.).
9. „The Watergate Story“, portal *The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/wp-srv/politics/special/watergate/timeline.html> (pribavljeno: 2. 7. 2022.).
10. „Why Clinton Survived Impeachment While Nixon Resigned After Watergate“, portal *History*, <https://www.history.com/news/clinton-impeachment-lewinsky-scandal-nixon-resigned-watergate> (pribavljeno:10. 6. 2022.).
11. „Watergate“ (2018.) *Encyclopedia*, <https://www.encyclopedia.com/history/united-states-and-canada/us-history/watergate-affair> (pribavljeno: 20. 6.- 2022.).

12. Adamović, I. (2014.) „Etika u istraživačkom novinarstvu“, *portal Društvo za komunikacijsku i medijsku kulturu*, <https://djecamedija.org/etika-u-istrazivackom-novinarstvu/>. (pribavljeno: 20. 5. 2022.).
13. Andrews, E. (2013./2021.) „What Was the Saturday Night Massacre? An attack by President Nixon on his own Justice Department came with grave consequences“ , *portal History News*, <https://www.history.com/news/what-was-the-saturday-night-massacre>. (pribavljeno: 20. 5. 2022.).
14. Baker, P., Harris, J. F. (1998.) „Clinton Admits to Lewinsky Relationship, Challenges Starr to End Personal „Prying““, *portal The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/politics/clinton-impeachment/clinton-admits-lewinsky-relationship-challenges-starr-end-personal-prying/> (pribavljeno: 10. 6. 2022.).
15. Balz, D. (2022.) „Watergate happened 50 years ago - Its legacies are still with us“, *portal The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/06/12/watergate-trust-government-reforms/>. (pribavljeno: 11. 5. 2022.).
16. Barišić M. (2020.) „Istraživačko novinarstvo u službi društvenog progresa: sredstvo za ostvarivanje socijalne pravde“, diplomski rad, <https://repozitorij.aukos.unios.hr/islandora/object>, (pribavljeno: 4. 7. 2022.).
17. Bennet, J. (1998.), „THE PRESIDENT UNDER FIRE: THE OVERVIEW; Clinton Emphatically Denies an Affair With Ex-Intern: Lawyers Say He Is Distracted by Events,portal“ *portal New York Times*, <https://www.nytimes.com/1998/01/27/us/president-under-fire-overview-clinton-emphatically-denies-affair-with-ex-intern.html> (pribavljeno: 10. 5. 2022.).
18. Berger, S., Tausanovitch, A. (2018.) „Lessons From Watergate – Preparing for Post-Trump Reforms“, *portal Cap*, <https://www.americanprogress.org/article/lessons-from-watergate/> (pribavljeno: 12. 5. 2022.).
19. Berkowitz, B., Moriarty, D. (2022.) „How the Watergate scandal broke to the world: A visual timeline“, *portal The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/history/interactive/2022/timeline-watergate-scandal-revelations/> (pribavljeno: 30. 5. 2022.).
20. Bernstein, C., Woodward, B. (1972.) „Bug Suspect Got Campaign Funds“, *portal The Washington Post*, [https://www.washingtonpost.com/politics/bug-suspect-got-campaign-funds/2012/06/06/gJQAYtJKJV\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/bug-suspect-got-campaign-funds/2012/06/06/gJQAYtJKJV_story.html) (pribavljeno: 5. 6. 2022.).

21. Bernstein, C., Woodward, B. (1972.) „FBI Finds Nixon Aides Sabotaged Democrats“ portal *The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/wp-srv/national/longterm/watergate/articles/101072-1.htm> (pribavljeno: 5. 6. 2022.).
22. Bernstein, C., Woodward, B. (1972.) „GOP Security Aide Among Five Arrested in Bugging Affair“, portal *The Washington Post*, [https://www.washingtonpost.com/politics/gop-security-aide-among-five-arrested-in-bugging-affair/2012/06/07/gJQAYTdzKV\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/gop-security-aide-among-five-arrested-in-bugging-affair/2012/06/07/gJQAYTdzKV_story.html), (pribavljeno: 7. 6. 2022.).
23. Bernstein, C., Woodward, B. (1973.) „Dean Alleges Nixon Knew of Cover-up Plan“, portal *The Washington Post*, [https://www.washingtonpost.com/politics/dean-alleges-nixon-knew-of-cover-up-plan/2012/06/04/gJQAgpyCJV\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/dean-alleges-nixon-knew-of-cover-up-plan/2012/06/04/gJQAgpyCJV_story.html) (pribavljeno: 7. 6. 2022.).
24. Feldstein, M. (2004.) *Watergate Revisited*, <https://web.stanford.edu/class/comm1a/readings/feldstein-watergate.pdf> (pribavljeno: 15. 6. 2022.).
25. HINA (2021), *Umro jedan od glavnih aktera afere Watergate, zloglasni FBI-jev agent: „Bavio se prvljavim trikovima“*, portal *Jutarnji list* (pribavljeno: 13. 6. 2022.).
26. Kilpatrick, C. (1973.) „Nixon Forces Firing of Cox; Richardson, Ruckelshaus Quit: President Abolishes Prosecutor’s Office; FBI Seals Records“, portal *The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/politics/nixon-forces-firing-of-cox-richardson-1/> (pribavljeno: 26. 6. 2022.).
27. Kilpatrick, C. (1973.) „President Refuses to Turn Over Tapes; Ervin Committee, Cox Issue Subpoenas“, portal *The Washinton Post*, [https://www.washingtonpost.com/politics/president-refuses-to-turn-over-tapes-ervin-committee-cox-issue-subpoenas/2012/06/04/gJQAWfG9IV\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/president-refuses-to-turn-over-tapes-ervin-committee-cox-issue-subpoenas/2012/06/04/gJQAWfG9IV_story.html) (pribavljeno: 27. 6. 2022.).
28. Kilpatrick, C. (1973.) „Nixon Resigns“, portal *The Washinton Post*, [https://www.washingtonpost.com/politics/nixonesigns/2012/06/04/gJQAUBHvIV\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/nixonesigns/2012/06/04/gJQAUBHvIV_story.html) (pribavljeno: 26. 6. 2022.).
29. Klapproth, D. (2005.) „Investigative Journalism as a Means of Resistance: A Linguistic Analysis.“ Završni rad. Basel., [https://www.davidbauer.ch/wp-content/uploads/2008/01/investigative\\_journalism.pdf](https://www.davidbauer.ch/wp-content/uploads/2008/01/investigative_journalism.pdf) (pribavljeno: 23. 5. 2022.).
30. Shepard, A. (2012.) „The Journalism Watergate Inspired Is Endangered Now“, portal *New York Times*, <https://www.nytimes.com/roomfordebate/2012/06/13/did-any-good->



- [come-of-watergate/the-journalism-watergate-inspired-is-endangered-now](#) (pribavljeno: 4. 7. 2022.).
31. Sučić, T. (2016.) „Kvaliteta financijskog izvještavanja i karakteristike uprave poduzeća“, diplomski rad, <https://repositorij.efst.unist.hr/islandora/object/efst:409> (pribavljeno: 4.7.2022), Split: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu.
32. Voort, T. van der. „Watergate: the aftermath“, portal *The Miller Center*, <https://millercenter.org/the-presidency/educational-resources/watergate/watergate-aftermath> (pribavljeno: 10. 7. 2022.).
33. Witcover, J. (1973.) „Pressure for Impeachment Mounting“, portal *The Washington Post*, [https://www.washingtonpost.com/politics/pressure-for-impeachment-mounting/2012/06/04/gJQAd9f6IV\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/pressure-for-impeachment-mounting/2012/06/04/gJQAd9f6IV_story.html) (pribavljeno: 12. 7. 2022.).
34. „Politička komunikacija“, [https://bahasa.wiki/bs/Political\\_communication](https://bahasa.wiki/bs/Political_communication), (pribavljeno 25. 7. 2022.)

#### Dokumenti

1. *Etički kodeks američkih novinara* (1996.) <https://www.spj.org/pdf/ethicscode-croatian.pdf> (pribavljeno 21. 1. 2022.)
2. *Kodeks časti hrvatskih novinara* (2009.) HND, <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinaral> (pribavljeno 28. 3. 2022.)
3. *Zakon o medijima* (2004.) Narodne novine, br. 59, 10. svibnja 2003., <https://www.zakon.hr/z/38/Zakon-o-medijima> (pribavljeno 12. 5. 2022.)