

Krešimir Pavelić

Medicinski fakultet, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Hrvatska

kresimir.pavelic@unipu.hr

Današnji mediji: problemi i manipulacije

Sažetak

Mediji u užem smislu isporučuju informacije i podatke javnosti, što podrazumijeva kako bi mediji trebali biti objektivni i vjerodostojni. Šira slika o medijima u svijetu ipak nije dobra. Ankete javnosti i mišljenja uvaženih svjetskih novinara ukazuju na trenutno ključne probleme medija, a to su visoka razina nevjerodostojnosti, senzacionalizam, greške u objavama koje se obično ne ispravljaju te naposljetku neadekvatno prokazivanje važnih informacija. Jedan od često apostrofiranih problema je ovisnost medija o izvoru financiranja što dovodi u pitanje njihovu objektivnost, njihov utjecaj na društvo i otvara čitav niz drugih problema. Prema toj tezi mnogo ljudi „upumpava“ novac u medije pa mediji igraju ogromnu ulogu u kreiranju javnog mnijenja. Mediji posjeduju rastući osjećaj moći pa počinju koristiti svoju moć na najagresivniji i najegoističniji mogući način. Danas s postojanjem određene regulative koja nadzire kupnju i prodaju medija, manipuliranje moći odvija se na najvišoj razini. Prema takvom mišljenju, manipuliranje medija i medijima glavna je bolest koja se širi društvom. To zbunjuje ljude jer bilo tko može promovirati što god želi tako dugo dok ima dovoljno novca. U članku se ističe nekoliko najnovijih primjera disfunkcionalnosti medija. Najnoviji je primjer pokrivanje problematike tzv. pandemije bolesti COVID-19. Otkada je počela tzv. COVID-19 kriza središnji mediji pokazali su svu svoju pristranost ali i neznanje. Štoviše svrstali su se na stranu propagiranja ideje o Covidu kao teškoj pandemiji i o cjepivu kao jedinom spasu. Nerijetko se piše o ‘najgoroj bolesti u povijesti’, o ‘spasonosnom rješenju

u vidu cjepiva', o tome kako 'lijekovi uopće ne djeluju' itd. Dakle selekcioniraju se podaci i još uvijek se to čini uz pomoć 'medijskih znanstvenih junaka', a pri čemu su se isključivale znanstvene činjenice koje su ukazivale i potvrđivale suprotna stajališta (PCR test i proglašenje pandemije, nedjelotvornost pa i štetnost cjepiva, lažne znanstvene studije itd.). U članku se obrađuje i egzemplarni primjer možda najveće opasnosti za medije – novinarstvo tipa Faktografa. Pod krinkom znanstvene provjere, medicinski loše educirani novinari uzimaju za pravo komentirati i plasirati „univerzalnu istinu“ pri čemu se gotovo uvijek pozivaju na selekcionirane znanstvene činjenice izvan cjelokupnog znanstvenog i informacijskog konteksta. Ne smetaju ih pritom evidentni dokazi koji ukazuju na suprotno (meta studije- primjer nošenja masaka, dijagnostika PCR, besmislenost lockdowna, Ivermectin...). Provjera informacija dobro je zamišljena i plod je nepovjerenja u medije, no danas se to izrodilo i svrstalo na suprotnost ideji zbog koje je provjera uspostavljena. Ovo je samo jedan primjer da je potrebno restrukturirati sadašnje medije, učiniti ih financijski neovisnim i ponovno im usaditi objektivnost izvještavanja i društvenu etičnost. Mediji ne smiju kreirati javno mnijenje već pružati vjerodostojnu informaciju i pogled na kontekst.

Ključne riječi: mediji, informacije, podaci, javnost, problemi, manipulacije, pandemija, COVID-19.

Mediji su komunikacijska mjesta ili alati za pohranu i isporuku informacija ili podataka. Pojam je širok i odnosi se na komponente industrije masovnih medija kao što su tiskani mediji, izdavaštvo, vijesti, fotografija, kino, radiodifuzija (radio i televizija), digitalni mediji i oglašavanje. Ipak, pod medijem u užem smislu podrazumijevamo isporuku informacija i podataka javnosti. To naravno podrazumijeva da su mediji objektivni, istiniti (vjerodostojni). Sagledamo li širu sliku poimanja medija i medijske uloge u društvu bez obzira o kojem dijelu svijeta se radi, steći ćemo isti, pretežno negativni dojam. Dobar pokazatelj stanja su ankete javnosti i one su neumitne. Sve one ukazuju na trenutno ključne probleme medija a to su visoka razina nevjerodostojnosti, senzacionalizam, greške u objavi koje se obično ne ispravljaju i neadekvatno pokrivanje važnih informacija. Naime, jedan od često apostrofiranih problema je ovisnost medija o izvoru financiranja što dovodi u pitanje njihovu objektivnost, njihov utjecaj na društvo i čitav niz drugih problema o kojima će ponešto biti riječi i u ovom tekstu.

Temeljni problem po mnogima upravo leži u načinu financiranja medija. Taj je problem potaknuo neke teoretičare da istaknu prevladavajuće mišljenje kako je došlo vrijeme da se razmisli o novom modelu financiranja medija¹. Iako nema magičnog rješenja ovakva i slična razmišljanja mogla bi

¹ <https://whatsnewinpublishing.com/time-to-rethink-the-media-funding-model/>

dovesti do novih poslovnih modela. Pritom se ne isključuje niti mogućost stvaranja tzv. poduzetničkih i općenito inovativnih medija, no to se uglavnom odnosi na neovisne medije. Oni ovisni, dobro stabilizirani mediji uglavnom nemaju financijskih problema iako i u tom sektoru postoje stanoviti problem vezani uz donatore i/ili vlasnike koji s vremenom od medija očekuju smanjenje troškova financiranja, financijsku samodostatnost, profitabilnost. Unatoč dugoročnoj filantropskoj podršci relativno mali broj tzv. nezavisnih igrača uspio je rasti i postati održivim. Pored strukturnih problema u trenutnom modelu financiranja na to je utjecalo niz drugih faktora.

Postoje ipak znaci da se nešto u industriji medija mijenja posljednjih godina. Primjećuju se novi pristupi i inovativna razmišljanja. Naime, moramo uvijek imati na umu da je sektor medija u odnosu na druge „industrije“ zadnjih godina premalo inovativno promijenjen. Jakob Parusinski, urednik medija *The Fix* navodi probleme financiranja medija pri čemu tvrdi da medijima kronično nedostaju talenti i financije. Među problemima spominje na prvom mjestu destimuliranje stvaranja prihoda. Taj je problem vezan uz odnos medija i donatora. Ovi potonji nerijetko predviđaju smanjenje plana financiranja pri čemu se očekuje da će mediji nadoknaditi jaz komercijalnim приходima. Plan obično predviđa postupno ukidanje podrške tijekom nekoliko godina. Takav model naravno pored moralnog hazarda guši i dobre ideje. Drugi problem je postojanje velike praznine za tvrtke koje počinju iznova. Medijske tvrtke je lako pokrenuti i mnogi to čine. No znatno je teže napraviti samoodrživu rastuću tvrtku jer problemi počinju već kada se nakon starta mediji trebaju razvijati i postati konzistentno kvalitetni. Potreban je između ostaloga stabilni i rastući izvor financiranja. Tvrtka mora kupiti opremu, zaposliti ljude koji će raditi na sustavima za upravljanje, a sustavi često postaju sve složeniji. Većina medija „umire“ u ovoj fazi, što i ne mora biti nužno loše. No, mnogi mediji zapravo ne umiru - oni na kraju životare, suviše siromašni da bi rasli, previše dobro opremljeni da bi ih se ugasio. Problem na koji ukazuje spomenuti autor je i da industrija medija ne čini temeljne pomake u struci.

Prema mišljenju renomiranih novinara i javnosti koji su problemi medija? Na prvom je mjestu visoka razina nevjerodostojnosti. S tim u vezi istraživanja pokazuju da je povjerenje javnosti u medije na vrlo niskoj razini. Najcjelovitiji nam podaci dolaze iz SAD. Brojke američke javnosti su neumitne: čak 75% odraslih Amerikanaca postalo je skeptično u vezi točnosti medijskih informacija. Nadalje, 23% javnosti pronalazi greške u medijskim pričama a 35% u novinskim tekstovima otkriva gramatičke greške. Razloge ovim lošim brojkama sami novinari vide u nekoliko stvari: utrci s vremenom, neprisustvovanju događajima, manjku interesa, neiskustvu, neznanju te naposljetku jednostavno u lošem izvještavanju i editiranju (ASNE, *American Society of News Editors*).

Na drugom mjestu spominje se senzacionalizam. Ovdje se uglavnom radi o mišljenju javnosti da mediji napuhavaju vijest da bi bolje prodali novine. Senzacionalističke vijesti dobivaju znatno veću pažnju u medijima ne zbog toga što su važne već zato što su uzbudljive. Zabrinjavajući je stav polovice ispitanika iz javnosti da podnaslov i naslovi vijesti ne odgovaraju pravoj naravi izvješća.

Treće mjesto zauzimaju greške u objavi koje se obično ne ispravljaju: ovo je nažalost vrlo česta pojava naprosto stoga što novinari i urednici žele sakriti svoje vlastite greške. Veliki dio javnosti smatra da medijima nedostaju prave upute za ispravak krivih navoda. Možda je jedan od razloga i činjenica da većina medija nema osobu koja bi razmotrila zahtjeve za ispravak.

Posljednje ali ne manje važno je adekvatno pokrivanje važnih informacija. Slaba pokrivenost važnih problema svodi se uglavnom na objavljivanje senzacionalističkih zbivanja kojima se daje prednost nad onim shvaćanjima koja itekako utječu na naše živote poput ekologije (5G, COVID-19, kemijski tragovi na nebu), vlade i politike, edukacije. Stav je većine Amerikanaca da znatno više vjeruju onim medijima koji nisu u privatnom vlasništvu (neprofitni mediji), dakle onima koji su u javnom vlasništvu. To se osobito odnosi na vijesti u vezi s vanjskom politikom. Općenito se može reći da je povjerenje javnosti u neprofitne medije tri puta veće u odnosu na profitne.

Nespремnost na priznavanje vlastitih grešaka

Zanimljiva je percepcija o tome da mediji obično ne pokrivaju svoje greške. Prema podacima dobivenim od 1.500 američkih novina samo njih 15 imaju osobe zadužene za odgovore na čitateljeve primjedbe. U vezi s tim jedan od vodećih američkih novinara, dobitnik brojnih priznanja Sydney Schanberg žali za starim standardima novinarstva koji su se u današnje vrijeme drastično srozali ako ne i potpuno izgubili. Da se to dogodilo s bilo kojom drugom profesijom mediji bi to intenzivno i potpuno pokrivali. Kako je međutim riječ o vlastitim greškama i problemima pokrivanje medija je blago. U tom kontekstu jedan od poznatih novinara Rene Ferguson ističe i problem rastućeg plagijarizma među reporterima. Potkrepljuje to primjerima iz vlastite kuće i postavlja pitanje jesmo li spremni istraživati sami sebe.

Možda je jedan od ključnih problema današnjeg novinarstva utrka za profitom. U posljednjih 45 godina novinarstvo SAD-a je uhvaćeno u zamku između profesionalnih vrijednosti i marketinško-profitnog mentaliteta. To je evidentno u svim vidovima tzv. industrije vijesti. Čini se da je marketinško-profitni mentalitet za sada pobijedio. Sve to i još mnogo više potkrijepljeno je brojkama. Ističu se pritom brojni problemi: rezanje broja osoblja naročito u područjima s najvećim potencijalom, kriva informiranost javnosti ili pak nedostatna informiranost o važnim pitanjima poput npr. vanjske politike (brojni su primjeri iz nedavne američke povijesti), zatim pitanja izbora u politici i još puno toga.

Kako konsolidirati medije? To je izuzetno važno pitanje. Još 1945. godine četiri od pet američkih novina bilo je nezavisno i u bliskoj vezi s javnošću. Danas je manje od 20% novina u nezavisnom vlasništvu, ostatak je u rukama velikih novinskih lanaca. Čak 22 kompanije kontroliraju 70% novina u SAD a te kompanije vlasnici su TV i ostalih medija koje informiraju 85% američke populacije. Koliki je utjecaj na vijesti ilustrira i podatak da pet kompanija posjeduje *broadcast* mrežu 90% top kablovske mreže, proizvodi $\frac{3}{4}$ svih programa te kontrolira 70% televizijskog marketinškog profita u najgledanijim terminima.

Čak se i novinari slažu da veliki problem u vezi s medijima postoji. *American Society of Newspaper Edition* objavio je sljedeće činjenice: samo 47% novinara obuhvaćenih istraživanjem osjeća da se njihove publikacije postupno poboljšavaju; samo 39% misle da su njihove novine obično vrlo zanimljive za čitanje; izrazito nizak postotak osjeća da su njihove novine dobro povezane s čitateljima. Voditelji medija iznose podatke kako je poslovni model slomljen velikim dijelom zahvaljujući internetu. Veliki dio novca odlazi Google-u i Facebooku koji zapravo nisu kreatori sadržaja. Tako znatno manje novca stoji na raspolaganju za kreiranje dobrog sadržaja.

Evo što o medijima na svoj neuvijen način kaže Michael Laitman, osnivač i predsjednik *Kabbalah Education and Research Institute*: „Novosti i industrija novinarstva koje se obično naziva medijima kao steroidima su ‘napumpani’ te stječu slobodu, utjecaj i kontrolu života kao nikad do sada. Svatko može promovirati što god hoće. Ako platiš kontroliraš medije i čineći to kontroliraš javno mnijenje, psihologiju društva. Pojedinci i grupe vođeni dobrim, zdravim i moćnim motivima tako metodički mijenjaju javno mnijenje, koristeći medije čak i za manipuliranje pravnim postupcima i izborima vlade. Ljudi iz prava (suci, policija, odvjetnici) bivaju uključeni u mašineriju medijskih ispiranja mozгова pa je tako čitav ljudski sustav došao pod medijski utjecaj. A tko nadzire medije? Ako ne ideologija, onda novac. Novac je gorivo za medije.“

U kontekstu ovoga važno je pitanje odnosa (i utjecaja) medija na društvo.

Mediji i društvo

Prema nekim scenarijima situacija s medijima utječe drastično na urušavanje društva. Prema toj tezi mnogo ljudi „upumpava“ novac u medije pa mediji igraju ogromnu ulogu u kreiranju javnog mnijenja. Mediji posjeduju rastući osjećaj moći pa počinju koristiti svoju moć na najagresivniji i najegoističniji mogući način. Danas s postojanjem određene regulative koja nadzire kupnju i prodaju medija, manipuliranje moći odvija se na najvišoj razini. Prema takvom mišljenju, manipuliranje medija i medijima glavna je bolest koja se širi društvom. To zbunjuje ljude jer bilo tko može promovirati što god želi tako dugo dok ima dovoljno novca.

Ističe se primjer medijskog magnata Ruperta Murdocha, no nema puno razlike niti među ostalim milijarderima koji drže medije. Njihovi mediji često su samo sredstva za političku propagandu. Princip Murdocha kao čvrstog katoličkog desničara reflektira upravo takva stanovišta. Novinama nije dopušteno pisati nepristrane činjenice. Oni moraju usmjeriti priču kako bi ispunili editorski sadržaj.

Corey Grundstain ističe da je najveći problem novinarstva danas taj što je nerijetki scenarij izmišljeni sadržaj. Poglavitito u SAD-u postoji opća potreba za istinom a industrija novina i općenito novinarstvo daleko je od toga da ju pruža društvu. Nekada je novinarstvo pružalo čovjeku sveobuhvatnu i istinitu verziju onoga što se događa u svijetu. Danas su međutim vrlo često ljudi koji posjeduju medije isti ljudi koji imaju visoke funkcije u vladi, bankarstvu, financijskim i naftnim korporacijama itd.

Međutim, neki novinari misle da ljudi zapravo danas dobivaju ono što najviše žele. Medijske kuće danas sve više izvještavaju o biznisu i profitu nego što izvještavaju o istini i to je ogroman problem novinarske industrije danas. Grundstain svoju tvrdnju završava riječima da je zadaća novinara da izvještava o novostima a ne da ih izmišlja.

Tod William ističe da nas mediji bombardiraju ružnim, lošim i zastrašujućim vijestima i to utječe na naše mišljenje. Dobre vijesti se ne prodaju. Prodaju se samo loše vijesti. Povlači paralelu s društvom slijedećim primjerima: Dobrotvorne udruge ne stječu novac govoreći da se stvari poboljšavaju. Isto tako političari ne dobivaju izbore govoreći kako su stvari prilično dobre. Novinari također vrlo rijetko mogu uzбудiti mase s vijestima *status quo*.

Stalna bombardiranja lošim i depresivnim vijestima iz bilo kojeg dijela svijeta čini ljude neprestano tjeskobnima. Tako zapravo ne dobivamo sliku već ono što plijeni najviše pažnje. Stječe se dojam da su današnji mediji nepotrebni, dapače štetni. Valjalo bi razmisliti o njihovoj potpunoj rekonstrukciji, vodeći računa o njihovoj stvarnoj ulozi u društvu. Promoviranje zabave, reklamiranje pa čak i senzacionalističke informacije vezane za zabavu neće odveć naštetiti društvu. Međutim, objektivne izvještaje o događanjima u svijetu ne bi se smjelo dati u ruke sadašnjim strogo kontroliranim medijima. Takva izvještavanja moraju voditi profesionalne agencije, politički, svjetonazorno i financijski posve neovisne i objektivne instance. Tako bi se izbjegle anomalije kojima danas mediji manipuliraju. Pogledajmo samo današnju situaciju s tzv. COVID krizom u kojoj su tzv. centralni mediji zauzeli jednostran pa i štetan stav, ignorirajući i selekcionirajući znanstvene i profesionalne spoznaje koje apsolutno ne idu u prilog današnjoj propagandi. Takve su se stvari događale i u prošlosti.

Nije na odmet spomenuti i glavne probleme koje vrhunski novinari iznose u vezi s medijima, a to su: profitabilnost, subvencije, zabava, umjetna inteligencija, dezinformacije, povjerenje, raznolikost, regulacija, pitanja osoblja.²

Primjeri iz realnog života

Jako je puno primjera disfunkcionalnosti nekih medija. Ti primjeri ne dolaze samo od javnosti već i od uglednih novinara, zatim od anketa i analiza o čemu je ponešto pisano i u ovom tekstu ali i znatno ranije. Otkada je počela tzv. COVID-19 kriza središnji mediji pokazali su svu svoju disfunkcionalnost. Štoviše svrstali su se na stranu propagiranja ideje o Covidu kao teškoj pandemiji i o cjepivu kao spasu. Nerijetko se piše o najgoroj bolesti u povijesti, o spasonosnom rješenju u vidu cjepiva, o tome kako lijekovi uopće ne djeluju itd. Dakle selekcionirali su podatke i još uvijek to čine preko svojih znanstvenih junaka, isključivali su znanstvene činjenice koje su ukazivale i potvrđivale suprotna stajališta (PCR test i proglašenje pandemije, nedjelotvornost pa i štetnost cjepiva, lažne znanstvene studije itd.). Nakon što sam u nekoliko intervjua uglavnom izvan naše države i u nekim našim neovisnim portalima ukazao na te probleme počele su medijske hajke, obilježene uglavnom

² <https://www.tenproblems.com/2020/03/06/ten-problems-for-press-and-media-in-the-2020s/>

lažnim vijestima kojima me se željelo diskreditirati. Zanimljivo je da su pritom svi središnji mediji (uglavnom novinski) objavili istovjetne (laže) vijesti dobivene iz jednog izvora. Nakon pravne intervencije pola medija objavilo je demantije a pola je tuženo. Zabrinjava činjenica da su svi mediji nasjeli (namjerno ili ne) na lažne informacije i objavili ih bez provjere. To govori u prilog stavu o medijima koji je iznesen u ovom tekstu.

Osvrnuo bih se i na možda najveću opasnost za medije – novinarstvo tipa Faktografa. Pod krinkom znanstvene provjere loše educirani novinari (pri čemu pod lošom edukacijom smatram edukaciju o temama na koje reagiraju a ne edukaciju iz novinarstva) uzimaju za pravo komentirati i plasirati „istinu“ pri čemu se gotovo uvijek pozivaju na (selekcionirane) znanstvene činjenice. Ne smetaju ih pritom evidentni dokazi koji ukazuju na suprotno (meta studije- primjer nošenja masaka, dijagnostika PCR, besmislenost lockdowna, Ivermectin). Provjera informacija dobro je zamišljena i plod je nepovjerenja u medije, no danas se to izrodilo i svrstalo na jednu stranu.

Možda će ovo što tvrdim djelomično ilustrirati moja prepiska s glavnim urednikom Faktografa a u kojoj se naglašava odabir selekcioniranih publikacija na koje se novinari pozivaju u vidu reakcije na članak i/ili intervju i na pravo koje si uzimaju da na temelju takvih informacija prosuđuju što je ispravno i točno a što nije. Ti novinari vjerojatno nisu (ili možda jesu) svjesni činjenice da se npr. najveća količina informacija iz kliničkih studija uopće ne objavljuje u javnosti. Evo nedavnog primjera kako se njihov način pozivanja na istinu može vratiti poput bumeranga. Ja ću tvrditi da su neka cjepiva opasna a novinari će pronaći jedan ili više objavljenih podataka koji će to negirati tj. tvrditi da su cjepiva bezopasna. Na to ću odgovoriti nedavnim izvorom objavljenim u časopisu *Science* (6. 03. 2020) doduše na jako slabo zamjetljivom mjestu u kojem američki federalni sud nalaže objavu svih podataka o kliničkim istraživanjima lijekova, medicinskih proizvoda, uključujući Nacionalni institut za zdravlje SAD, američku agenciju za hranu i lijekove te Odjel za zdravlje i humani servis. Podaci su zatajeni od javnosti u periodu od 10 godina! Novinari će ići i dalje i proglasiti me protivnikom lijekova i vakcinacije, što je naravno glupost. Ja sam protivnik neselektivnog konzumiranja lijekova i cijepjenja pogotovo ako nemamo na uvid eventualne štetne pojave i sastav vakcina. Ponajbolji medicinski časopisi poput *New England Journal of Medicine* i *Lancet* upravo se suočavaju s lažnim podacima u vezi s ishodom i liječenjem oboljelih od COVID 19. Recenziram godinama projekte i radove te slobodno mogu reći da znanstvena literatura obiluje svime i svačime.

S obzirom na to nepotrebno je dalje elaborirati ovakav pristup tzv. ‘provjere’ u kojoj se manipulira dijelovima izjava izvan konteksta pitanja i intervjua, bez autorizacije i bez mogućnosti odgovora na izvore, a koje naknadno priprema novinar/novinarka, u ovom slučaju Faktografa (pri čemu ih nije spominjao/spominjala niti na njih tražio/tražila komentar prilikom pripreme intervjua). Pokušaj demantija pokazuje važnost rasprave znanstvenih ili stručnih pojmova i koncepta ispravnim argumentima, a ne jednostranim novinarskim tekstovima. Također, normalno je da se znanstvenici ne slažu oko određenih teza, rezultata ili predviđanja, niti da postižu potpunu suglasnost oko istih; dapače. To je u biti jako dobro. Na taj način znanost omogućava napredak društva jer se kroz raspravu,

neslaganja, slaganja i diskurs formiraju nove paradigme. Novinari ne uzimaju u obzir činjenicu da neki od nas imaju tu privilegiju da zbog svojeg dugogodišnjeg sudjelovanja u međunarodnim institucijama i akademijama, zatim kao recenzenti projekata prijavljivanih europskim znanstvenim zakladama i časopisima, saznaju mnoge informacije iz znanstvenih istraživanja koje će eventualno tek biti objavljene ili možda (često) nikada neće biti objavljene. Znanost ima vlastite mehanizme (često i jako dugotrajne) koji omogućuju diskusiju i propitivanje znanstvenih podataka.

Literatura

- Cornacchia, Giuseppe, *Ten problems for press and media*. Ten. Problems.com #8 (<https://www.tenproblems.com/2020/03/06/ten-problems-for-press-and-media-in-the-2020s>)
- Nasr Hazaea, Abduljalil, *An Approach to Creative Media Literacy for World Issues*, 2021. Journal of Media Literacy Education Pre-Prints, Paper 1, online at <https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=jmle-preprints>
- Newman, Nic, *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2021* Reuters Institute, University of Oxford, United Kingdom, online at https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-01/Newman_Predictions_2021_FINAL.pdf
- Pagliaro, Stefano, et al., *Trust predicts COVID-19 prescribed and discretionary behavioral intentions in 23 countries*, 2021, PLoS ONE 16(3): e0248334, online at <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0248334&type=printable>
- Parusinski, Jakub, *Time to rethink the media funding model*. WNIP, What's New in Publishing, Last modified on March 18th, 2021 <https://whatsnewinpublishing.com/time-to-rethink-the-media-funding-model/>
- Radcliffe, Damian, *The impact of COVID-19 on journalism in Emerging Economies and the Global South*, 2021, THOMSON REUTERS FOUNDATION, online at https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/26007/covid_global_south_2021_radcliffe.pdf?sequence=3
- Reisach, Ulrike, *The responsibility of social media in times of societal and political manipulation*, 2021, European Journal of Operational Research 291, 906–917, online at <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0377221720308249/pdf?isDTMRedir=true&download=true>
- Šebalj, A., <https://www.logicno.com/politika/istine-i-lazi-okolo-sveucilista-jurja-dobrile-u-puli-i-medicinskog-fakulteta-u-puli.html>

Today's Media: Problems and Manipulations

Abstract

The media delivers information and data to the public, which means that the media should be objective and credible. The broader image of the media in the world, however, is not at all good. Public opinion polls and opinions of respected world journalists indicate currently key problems, such as a high level of unreliability, sensationalism, publication errors that are usually not corrected and inadequate disclosure of important information. One of the most emphasized problems is the dependence of the media on the source of funding, which calls into question their objectivity, their impact on society and a number of other problems. According to this thesis, many individuals “pump” the money into media, so that the media plays a huge role in creating public opinion. The media experience a growing sense of power so they growingly use their power in the most aggressive and selfish possible manner. Today, with the existence of certain regulations that control the purchase and sale of media, the manipulation of power takes place at the highest level. According to such an opinion, manipulating the media is a major disease that is spreading through our society. This is confusing to people because anyone can promote whatever they want as long as they have enough money. This article accordingly, highlights several recent examples of media dysfunction. The latest example is based on the so-called pandemic disease COVID-19 media covering. Ever since the COVID-19 crisis begun, the central media have exposed all their bias. Moreover, they propagated the idea of COVID-19 as a severe pandemic and the idea of vaccine as a lifesaving approach. They wrote about the ‘worst disease in history’, about a ‘life-saving solution in the form of a vaccine’, about ‘how drugs do not work at all’, etc. So they selected data and still do so through their ‘scientific media heroes’, excluding all other scientific facts that indicated or confirmed opposing views (PCR test and declaration of a pandemic, ineffectiveness and even harmfulness of vaccines, false scientific studies, etc.). An example of a perhaps greatest dangers that occurred to the media is also presented – the so called journalism of the Faktograf type. Under the guise of scientific scrutiny, medically undereducated journalists give themselves the right to comment and present the “universal truth” in public, almost always referring to selected scientific facts without the whole information context. They are not concerned by the evidence (meta-study - example of wearing masks, PCR diagnostics, meaninglessness of lockdown, Ivermectin). The verification of information started due to a need to verify the source and type of information but has ended

now in the complete opposite and has degenerated from the starting idea. This is just an example pointing to a need for restructuring of the current media, to make them financially independent and re-install the reporting objectivity. The media should not create public opinion in any way but provide credible information and the look on the whole context.

Key words: *media, information, data, public, problems, manipulations, pandemic, COVID-19.*



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.